

Objet de la délibération

**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE 2023-2033 - APPROBATION  
DES ORIENTATIONS STRATEGIQUES**

**N° DEL-2023-0382**

**EXTRAIT DU REGISTRE**

**DES DELIBERATIONS**

**DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE**

**Séance Publique du  
12 décembre 2023**

Suite à la convocation du 5 décembre 2023, la séance est ouverte à 18h00 à la Maison de l'Agglomération - Salle du Conseil, sous la présidence de Monsieur Fabrice LOHER, Président de Lorient Agglomération.

Conseillers communautaires en exercice : 73  
Quorum : 37

**Etaient présents :**

Jean-Pierre ALLAIN, Françoise BALLESTER, Marc BOUTRUCHE, Gael BRIAND, Gilles CARRERIC, Jean-Yves CARRIO, Marie-Françoise CERES, Morgane CHRISTIEN, Maria COLAS, Michel DAGORNE, Jo DANIEL, Stephane DANIEL, Claudine DE BRASSIER, Alain DE CORSON, Martine DI GUGLIELMO, Laurent DUVAL, Dominique ELIOT, Guy GASAN, Katherine GIANNI, Christophe GINET, Damien GIRARD, Jean-Guillaume GOURLAIN, Yann GUIGUEN, Annick GUILLET, André HARTEREAU, Sylvie IZAGUIRE, Patrice JACQUEMINOT, Patricia JAFFRE, Philippe JESTIN, Christian LE DU, Maryvonne LE GREVES, Patrick LE GUENNEC, Pascal LE LIBOUX, Laure LE MARECHAL, Jean-Louis LE MASLE, Annaig LE MOEL-RAFLIK, Gwenn LE NAY, Gaelle LE STRADIC, Fabrice LEBRETON, Ronan LOAS, Fabrice LOHER, Florence LOPEZ-LE GOFF, Daniel MARTIN, Estelle MORIO, Armelle NICOLAS, Alain NICOLAZO, Celine OLIVIER, Sophie PALANT-LE HEGARAT, Bruno PARIS, Maurice PERON, Solene PERON, Nathalie PERRIN, Antoine PICHON, Marianne POULAIN, Anne-Valerie RODRIGUES, Laurent TONNERRE, Michel TOULMINET, Patrice VALTON, Fabrice VELY

**Absents excusés ayant donné pouvoir :**

Cecile BESNARD donne pouvoir à Stephane DANIEL, Bruno BLANCHARD donne pouvoir à Jean-Yves CARRIO, Jean-Michel BONHOMME donne pouvoir à Nathalie PERRIN, Christian CARTON donne pouvoir à Gilles CARRERIC, Véronique GARIDO donne pouvoir à Laurent DUVAL, Antoine GOYER donne pouvoir à Jean-Guillaume GOURLAIN, Fanny GRALL donne pouvoir à Christian LE DU, Maurice LECHARD donne pouvoir à Armelle NICOLAS, Rose MORELLEC donne pouvoir à Maurice PERON, Patricia QUERO-RUEN donne pouvoir à Ronan LOAS, Roger THOMAZO donne pouvoir à Daniel MARTIN, Armel TONNERRE donne pouvoir à Maria COLAS

**Absent excusé :**

Dominique YVON

**Absente :**

Aurélie MARTORELL

***Fanny GRALL et Gael BRIAND sont désignés secrétaires de séance.***

**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2023-2033 - APPROBATION DES ORIENTATIONS STRATEGIQUES**

Le projet de territoire de Lorient Agglomération, dans son axe 2 « Rayonner », pose comme objectif le renforcement de l'attractivité touristique de l'agglomération, au bénéfice de toutes les communes et dans le respect des ressources et du cadre de vie. Cette ambition a conduit Lorient Agglomération à définir un nouveau schéma de développement touristique.

A cet effet, un diagnostic préalable a été établi et l'ensemble des communes ont été rencontrées lors d'entretiens individuels ou collectifs. 4 ateliers thématiques ont ensuite été organisés avec les acteurs du territoire.

Le schéma de développement touristique constitue un cadre de référence stratégique pour tous les décideurs et acteurs économiques locaux en vue d'offrir « un tourisme conciliant le nécessaire développement économique avec la valorisation des richesses du territoire, fort de ses diversités entre mer, rade et vallées ».

En effet, le développement du tourisme sur le territoire, filière économique qui représente 5,9% des emplois, doit être complémentaire de la possibilité pour tous les habitants d'accéder aux aménités essentielles au quotidien : une offre d'hébergements diversifiés sur le littoral, en ville et en milieu rural, des offres de mobilités douces, une offre commerciale attractive dans les centres bourgs.

Le schéma de développement touristique s'articule donc autour de ces deux exigences :

- Favoriser un développement touristique créateur de valeur et pourvoyeur d'emplois,
- Veiller à la préservation de notre qualité de vie, de nos ressources et des richesses naturelles de notre territoire qui sont des facteurs incontournables de notre attractivité.

Ainsi, la dynamique touristique forte sur le littoral de l'agglomération et sur l'île de Groix doit être structurée et orientée de façon à irriguer davantage la partie Nord de notre territoire. Cet enjeu essentiel d'équilibre et d'aménagement de notre territoire est au cœur de la stratégie touristique portée par Lorient Agglomération avec ses partenaires.

Enfin, le schéma propose de décliner une stratégie touristique partagée avec les acteurs du territoire autour des 5 objectifs suivants :

- Renforcer la valeur ajoutée du tourisme,
- Proposer un développement touristique durable,
- Valoriser la rade et développer des pôles d'attractivité sur le territoire,
- Proposer des hébergements touristiques de qualité dans le respect des besoins de la population locale,
- Assurer l'accessibilité de l'offre touristique de Lorient Bretagne Sud.

**LE CONSEIL**, après en avoir délibéré,

**Vu** l'avis de la Commission Développement et attractivité du territoire,  
**Vu** l'avis de la Conférence des Maires,  
**Vu** l'avis du Bureau,

Article unique : **APPROUVE** le Schéma de Développement Touristique 2023-2033.

***Estelle MORIO ne prend pas part au vote.***

***Délibération adoptée à l'unanimité.***

---

Le registre dûment signé  
Pour extrait certifié conforme  
Le Président,



**Fabrice LOHER**

# SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

## INTRODUCTION

### **Lorient Agglomération,**

***Un tourisme conciliant le nécessaire développement économique avec la valorisation des richesses du territoire, fort de ses diversités entre mer, rade et vallées***

Le projet de territoire de Lorient Agglomération et son axe 2 « rayonner » proposent d'accroître son attractivité touristique au bénéfice de toutes ses communes dans le respect des ressources et du cadre de vie. Cette ambition a conduit Lorient Agglomération à définir un schéma de développement touristique pour répondre à l'évolution des nouvelles attentes des touristes en tenant compte de son acceptation locale.

Le développement touristique du territoire, dont le poids économique représente 5,9% des emplois, doit être complémentaire de la possibilité pour tous les habitants du territoire d'accéder à toutes les aménités essentielles au quotidien : une offre d'hébergements diversifiés sur le littoral, en ville et en milieu rural, des offres de mobilités douces, une offre commerciale attractive dans les centres bourgs... Le choix stratégique de Lorient Agglomération doit en priorité :

- porter sur un développement touristique au service du territoire en étant instigateur de développement économique et pourvoyeur d'emplois ;
- être attentif à la préservation de notre qualité de vie, de nos ressources et des richesses naturelles de notre territoire qui font des facteurs incontournables de notre attractivité.

La dynamique touristique forte sur le littoral de l'agglomération et l'île de Groix doit être structurée et orientée de façon à irriguer davantage la partie Nord de notre territoire. Cet enjeu essentiel d'équilibre et d'aménagement de notre territoire est au cœur de la stratégie touristique portée par Lorient Agglomération avec ses partenaires.

Cette stratégie se décline autour des 5 objectifs politiques suivants :

### **1. Renforcer la valeur ajoutée du tourisme dans notre économie**

La stratégie touristique doit s'appuyer sur le développement d'une offre d'emplois touristiques attractifs. Une réflexion sera menée pour répondre aux difficultés de recrutement dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration, avec la problématique du logement des saisonniers.

Les outils numériques seront également mis à jour pour compléter les outils de promotion touristique développés par l'office de tourisme communautaire sur le territoire (agences, documentation, etc...).

Enfin, Lorient Agglomération et ses partenaires poursuivront les actions coordonnées pour mener une stratégie de destination Lorient Bretagne Sud s'appuyant sur :

- une définition de nouvelles orientations stratégiques de l'offre de salles événementielles du territoire (ex. centre de congrès parc des expositions, salle événementielle K2, etc...)
- une marque commune et un bureau des séminaires et des congrès, gage d'une cohérence des démarches des différents acteurs.

## **2. Proposer un développement touristique durable**

Lorient Agglomération est fortement engagée pour sa transformation écologique pour répondre aux défis du changement climatique et de la transition énergétique. La stratégie touristique s'intègre dans le contexte d'une nécessaire sobriété. Elle s'articule donc avec les politiques publiques de préservation de la biodiversité et des richesses naturelles et de réduction des émissions de gaz à effet de serre portées par Lorient Agglomération. Elle en fait même un atout de son attractivité touristique durable et responsable, intégrant des défis du changement climatique et de la transition écologique et énergétique.

Les offres touristiques autour de la randonnée seront ainsi développées, et les acteurs publics et privés incités à conforter leurs démarches RSE. La démarche fera l'objet d'une évaluation en lien avec l'observatoire mis en place par Audelor.

## **3. Valoriser la rade de Lorient, développer des pôles d'attractivité sur le territoire et constituer un nouveau tourisme autour du patrimoine de mémoire de la Seconde Guerre Mondiale**

Au fil de son histoire, le territoire de Lorient Agglomération s'est construit autour des activités maritimes (arsenal, marine marchande, construction-réparation navale, pêche, nautisme...) de sa rade nourricière. La rade de Lorient constitue un carrefour, un pôle touristique structurant de par la richesse des activités qui y sont proposées. La stratégie touristique vise à conforter et structurer cette offre pour les différentes clientèles comme le public local, dans le respect des autres activités économiques déjà présentes.

Parallèlement, des pôles d'attractivité viennent équilibrer l'offre touristique sur le territoire et mettre en valeur la diversité des propositions : on peut citer les pratiques équestres et d'eaux vives autour d'Hennebont et d'Inzinzac-Lochrist, les pratiques de sports de glisse et nautiques autour de Guidel, les pratiques balnéaires et de randonnées outre rade, les offres variées de randonnées et d'activités fluviales sur le Blavet, la mise en valeur de Poul-Fetan à Quistinic, de Pont-Scorff, etc...

La presqu'île de Keroman et son ancienne base de sous-marins sont un lieu majeur du patrimoine, comme architecture militaire et comme trace des affrontements du 20<sup>ème</sup> siècle. D'autres sites du territoire comme le mur de l'Atlantique du Courégant ou la cité de l'habitat provisoire de Soye à Ploemeur, le fort du Loch de Guidel qui servit de poste de défense contre l'aviation et d'observation pour les Allemands, ou l'abri anti-bombes de la place Alsace Lorraine de Lorient sont d'autres vestiges de la Seconde Guerre mondiale qui justifient le développement de nouveaux circuits de tourisme autour du patrimoine de mémoire de la Seconde Guerre Mondiale et de la libération de la poche de Lorient.

## **4. Proposer des hébergements touristiques de qualité dans le respect des besoins de la population locale**

La stratégie touristique vise à développer la montée en gamme, la labellisation des hébergements touristiques et à diversifier l'offre afin de répondre aux attentes que ce soit sur l'offre hôtelière, l'offre d'hébergements insolites, etc..., sur l'ensemble de l'agglomération. L'adéquation entre l'offre hôtelière

et les perspectives de développement de la destination événementielle sera également recherchée. La part d'offre de logements dédiée à l'hébergement touristique ne doit pas porter atteinte à l'offre de logements des habitants du territoire. Une vigilance particulière devra être portée sur les locations saisonnière ou touristique pour des courtes durées via des plates-formes en ligne comme Airbnb avec la mise en œuvre d'outils de régulation.

## **5. Assurer l'accessibilité de l'offre touristique de Lorient Bretagne Sud**

Les clientèles touristiques cibles de notre territoire sont essentiellement régionale et nationale. Il s'agira de conforter leur accès par la gare TGV (2h50 de Paris-Montparnasse) et de leur proposer sur place des offres de mobilités douces pertinentes (pédestres, cyclables, également équestres), en lien avec le plan de mobilités 2024-2029 en cours d'élaboration. S'agissant des clientèles étrangères et du tourisme d'affaires, l'aéroport de Lorient Bretagne Sud devra proposer des offres calibrées pour relier le Sud Bretagne à des hubs européens comme l'aéroport de Lyon Saint-Exupéry ou quelques destinations présentant un potentiel avéré (ex. pays anglo-saxon).

L'accessibilité de l'offre touristique se déclinera également dans la volonté de constituer une « destination pour tous », avec une offre croissante accessible aux personnes en situation de handicap. L'inclusion et l'accessibilité pourraient être au cœur des dispositifs sur le volet social de la démarche RSE des acteurs du tourisme du territoire en lien avec le projet handicap innovation territoire (HIT) soutenu par Lorient Agglomération.

## Axe A – Renforcer la valeur ajoutée du tourisme dans notre économie

### Enjeu A-1 – AFFIRMER LA DESTINATION EVENEMENTIELLE LORIENT BRETAGNE SUD

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Le secteur du MICE (événements professionnels, congrès, séminaires, assemblées générales...) est créateur de valeur ajoutée (retombées liées à l'impact généré par les organisateurs sur l'ensemble de la chaîne de valeur événementiel et retombées liées aux dépenses des visiteurs), mais également source d'image et de notoriété (lieux qui participent à la promotion du territoire, lieu d'animation du territoire et lieux de création et d'innovation) et contribue à la dynamique et à la valorisation des filières d'excellence et des entreprises du territoire.

Avec des équipements existants polyvalents et des acteurs dynamiques, le tourisme d'affaires et plus particulièrement les rencontres professionnelles constituent un point fort du territoire. Il est une filière vitrine et porteuse de retombées : les équipements événementiels contribuent fortement à la dynamique et à l'attractivité territoriale notamment en soutenant l'activité hôtelière et la restauration tout au long de l'année, hors des périodes touristiques traditionnelles.

Avec près de 200 événements par an accueillis au palais des congrès et 40 au parc des expositions, ces 2 équipements connaissent un taux d'occupation plutôt élevé par rapport à la moyenne nationale (60% par le parc des expositions contre 31.2% en moyenne nationale) avec un rayonnement essentiellement local et régional. Cependant, le positionnement de ces équipements est à réinterroger : quelles cibles (associations ou congrès, conventions et événements MICE ou spectacles), répartition de la nature des événements (pourvoyeurs de chiffre d'affaires autour d'un développement économique d'excellence versus des événements plus populaires mais pourvoyeurs d'image), des bâtiments bien situés mais vieillissants qui mériteraient une modernisation.

Afin de faire du MICE un pivot du développement touristique et économique de ces prochaines années, il sera nécessaire de s'appuyer sur des équipements modernisés, une structuration de l'offre en lien avec nos filières d'excellence et cohérente avec notre identité événementielle, un écosystème touristique performant, une offre hôtelière en cohérence avec l'ambition du territoire et une accessibilité adaptée au développement de nouveaux marchés.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

L'ensemble des actions doivent contribuer à la définition et à la mise en œuvre d'une stratégie partagée de tourisme d'affaires sur le territoire (cibles, offre existante, hôtellerie...)

**Action A-1-1 – Définir et mettre en œuvre une stratégie partagée de tourisme d'affaires sur le territoire (cibles, offres existantes, hôtellerie...)**

Le groupe de travail MEET IN LORIENT a vu le jour au printemps 2018. Lorient Agglomération a sollicité la Segepex pour piloter ce comité de réflexion autour du tourisme d'affaires. Il est composé de Lorient Agglomération (Pôle Attractivité et Rayonnement), Lorient Bretagne Sud Expo Congrès, Lorient Bretagne Sud Tourisme, la Sellor, Audelor, la CCI du Morbihan, le Club Hôtelier, le FC Lorient et le club Belambra. La coopération entre les acteurs concernés a ainsi été privilégiée avec la volonté de garantir des conditions favorables à la construction d'une stratégie partagée.

Différentes réunions et étapes de réflexions collaboratives ont eu lieu entre 2018 et 2023 avec comme finalité la construction d'une stratégie « Tourisme d'affaires et rencontres professionnelles » sur le territoire.

Les objectifs de la réflexion MICE de Meet In Lorient ont été :

- ✓ De faire de Lorient Bretagne Sud une destination affaires attractive et reconnue,
  - ✓ De définir la stratégie tourisme affaires de la destination Lorient Bretagne Sud,
  - ✓ D'ébaucher un plan d'actions commun : promotion, commercialisation, accueil,
  - ✓ De réunir les acteurs autour des mêmes objectifs et de ce même plan d'actions.
- > Avec pour intention générale de se différencier pour faire face à la concurrence de la filière régionale et nationale.

Le groupe Meet in Lorient va poursuivre ses échanges afin de fédérer l'offre et animer la filière Tourisme Affaires et rencontres professionnelles sur le territoire, en lien avec le futur Bureau des congrès et des séminaires pilotés par la Segepex.

#### Action A-1-2 - Mener une étude d'opportunité pour s'assurer que l'offre hôtelière est en adéquation (en nombre de lits et en typologie) avec les capacités des équipements de tourisme d'affaires

Le tourisme d'affaires et l'offre hôtelière sont intimement liés. Selon les ambitions portées par le territoire en termes d'évènementiels et de rencontres d'entreprises, selon les cibles et les capacités d'accueil du palais des congrès et du parc des expositions, il est nécessaire de mettre en œuvre des mesures contribuant à mettre en adéquation de parc hôtelier (en nombre de lits et en typologie) avec les capacités des équipements de tourisme d'affaire.

Une étude sera confiée à Audelor, afin de vérifier l'opportunité de soutenir la mise en place de nouveaux projets, voire l'installation d'un hôtel de grande capacité.

#### Action A-1-3 - Procéder à la modernisation du Parc des expositions, mener une réflexion sur le devenir du Palais des congrès

Afin d'améliorer les performances énergétiques du parc des expositions, mais également de moderniser son image, d'attirer de nouveaux publics, et d'optimiser son fonctionnement, le parc des expositions fera l'objet d'un programme de modernisation. L'étude de programmation est actuellement en cours et l'objectif est de pouvoir débiter les travaux au cours du prochain contrat de concession, en lien avec l'exploitant du site et dans le cadre d'une étude urbaine plus globale sur le secteur.

Concernant le Palais des congrès, actuellement propriété de la commune de Lorient, ce dernier nécessite une réhabilitation importante. A cette occasion, la localisation du palais est réinterrogée, tout comme sa propriété (vers un équipement d'intérêt communautaire ?). Il sera également nécessaire de se réinterroger sur la cible (actuellement beaucoup d'associations lorientaises), en complémentarité avec le parc des expositions et la salle évènementielle K2 située à Lorient la Base.

Une étude devra être menée en ce sens par la ville de Lorient en associant Lorient Agglomération (opportunité et localisation possibles) et le gestionnaire de l'équipement concerné.

#### Action A-1-4 - Mettre en place un bureau des congrès et des séminaires

Afin de mieux répondre aux attentes des clients, mais surtout de pouvoir leur proposer des projets clefs en main (notion de guichet unique), de mieux commercialiser les offres affaires du territoire et

d'assurer une promotion plus efficace, il est souhaité la mise en place d'un bureau des congrès et des séminaires. Cette réflexion doit s'appuyer sur le groupe Meet in Lorient, conduit par la Segepex.

Ce bureau des congrès et des séminaires ne doit pas nécessairement se traduire par la mise en place d'une structure supplémentaire, mais pourra en revanche s'appuyer sur la mise en place d'un GIE, permettant de mutualiser des services supports entre Sellor, Segepex, office de Tourisme, Audelor et Lorient Grand Large.

Cette approche exigera une posture neutre et ouverte de la part des interlocuteurs dédiés et un comité de pilotage représentatif de la chaîne de valeurs et de toutes les catégories d'acteurs (agences, lieux réceptifs, hôtellerie, traiteurs, activités loisirs...). La structuration de ce bureau des congrès doit aussi passer par la participation des professionnels concernés.

Différents formats pourront être challengés avec des ressources humaines dédiées, des moyens financiers identifiés et un plan d'actions ciblé dans l'attente d'un projet « accélérateur » de renouvellement du Palais (sorte de préfiguration du dispositif).

#### LES OBJECTIFS D'UN BUREAU DES CONGRÈS

Dans le prolongement des objectifs du groupe de travail MEET IN LORIENT, un bureau des congrès et des séminaires a pour principaux objectifs :

- ✓ De renforcer les actions de promotion du territoire sur le champ du tourisme d'affaires au niveau régional et national,
- ✓ D'accompagner le développement économique du territoire (filières d'excellence et professionnels de la filière événementielle),
- ✓ De renforcer l'attractivité de la destination avec l'accueil d'événements à fort capital sur le territoire,
- ✓ De fédérer les acteurs de la filière MICE et être un trait d'union avec tous les partenaires professionnels,
- ✓ De faire office de porte d'entrée pour les organisateurs locaux ou nationaux d'événements professionnels,
- ✓ D'être facilitateur pour l'organisation de tous les événements professionnels en proposant un accompagnement sur mesure et gratuit pour leur « faciliter la ville » avec un ensemble de services personnalisés afin de créer les conditions de la réussite des événements.

#### Action A-1-6 - S'appuyer sur l'aéroport de Lorient Bretagne Sud pour développer de nouveaux marchés

Si l'aéroport n'est pas un outil touristique à proprement parler, c'est un équipement qui contribue à l'attractivité et à la dynamique globale du territoire, au service des entreprises et d'une partie du tourisme d'affaires.

L'aéroport pourrait constituer une porte d'entrée vers les sites majeurs du Sud Bretagne (par exemple le classement des sites mégalithiques UNESCO).

**PILOTAGE :****PORTEUR :**

Les actions relatives à la définition de la stratégie MICE seront pilotées par la Segepex, en lien avec Lorient Agglomération.

Les actions relatives à la modernisation du parc des exposition et du palais des congrès seront portées par les collectivités / EPCI en lien avec les exploitants.

**INSTANCES :**

Groupes de pilotage par action

**PARTENAIRES :**

Segepex, Sellor, Office de tourisme, Audelor, CCI, Club hôtelier, Ville de Lorient...

**RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :****MOYENS HUMAINS :**

A Lorient Agglomération : suivi études et chantiers (DTCS et DAMSI), relations avec l'exploitant et suivi DSP.

A la Segepex : pour animation de la réflexion Meet in Lorient et constitution du Bureau des congrès et séminaires.

**MOYENS FINANCIERS :**

Modernisation du parc des expositions : 13M€

Palais des congrès : à déterminer

Actions Meet in Lorient : environ 20K€/an en ce moment mutualisés entre les partenaires (LBST/Segepex/Sellor) puis ajout d'un budget complémentaire dans le cadre de la DSP Parc Expo/K2 2024-2030

**INDICATEURS DE RESULTAT**

- Progression du chiffre d'affaires du parc des exposition + salle événementielle K2 et du palais des congrès
- Evolution du nombre d'évènements MICE sur le territoire

**PUBLIC CIBLE:**

Clientèle organisatrice d'événements MICE : entreprises, fédérations, institutions, associations et unions nationales, syndicats professionnels ou salariés, organismes universitaires et de recherche...

Cible régionale et départementale pour certaines catégories d'événements : incentives, réunions de travail...

**LIEN AUTRE FICHE ACTION**

## Axe A – Renforcer la valeur ajoutée du tourisme dans notre économie

### Enjeu A-2 – SOUTENIR LA FILIERE NAUTIQUE ET METTRE LE NAUTISME EN TOURISME SUR LA MER ET LES RIVIERES

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Lorient Agglomération dispose d'atouts importants, aussi bien sur les nombreuses offres de pratiques nautiques, que sur une offre de plaisance de qualité avec de nombreux ports. La Rade accueille en effet 10 ports (principalement gérés par la Sellor) représentant plus de 3600 places au ponton. La clientèle de ces ports reste essentiellement morbihannaise (à 80%). Le port de Groix représente quant à lui, 30% des nuitées d'escales de l'agglomération.

Les atouts du territoire en matière de nautisme sont nombreux :

- Un bassin de navigation de qualité, avec une accessibilité continue à la mer, sur un plan d'eau protégé dans la rade et offrant des conditions de pleine mer juste derrière Groix
- Un emplacement géographique au cœur de la Bretagne Sud
- Une image maritime active avec de grands équipements : pôle course au large, cité de la Voile Eric Tabarly, manifestations nautiques de renom
- Des associations nombreuses et dynamiques (entraînements d'hiver, organisation de compétitions et de rencontres, ...)
- Des ports qui véhiculent l'image multifacette et complémentaire du territoire
- ....

Le pôle course au large constitue un lieu d'excellence nautique, au cœur de la sailing valley. Plus d'une dizaine de teams internationaux ainsi qu'une centaine de skippers, dont la moitié de professionnels sont installés à l'année sur les pontons de Lorient la base, en lien avec le tissu des entreprises locales (+ de 800 emplois dans le nautisme à Lorient la base, 50 entreprises dédiées à la course au large, 14 000 emplois dans les entreprises maritimes). Toutes les classes sont représentées : Ultim, Imocas, Figaros, Mini 6.50... De grands champions ont choisi Lorient comme port d'attache : Alain Gautier, Samantha Davis, Damien Seguin, Franck Cammas, Thomas Ruyant...et contribuent à la notoriété du lieu.

Le port de plaisance de Port Louis, à orientation « Belle plaisance » avec la présence du pôle classique développe son image, en harmonie avec celle de la commune de Port Louis, petite cité de caractère et cœur de l'histoire de la rade qui s'est développée à partir de la Compagnie des Indes

Les quais du Péristyle à Lorient, réalisés en 1770, sont un prolongement du port de la Compagnie des Indes, ont accueilli des bateaux dès le 18<sup>e</sup> siècle et ce jusque dans les années 90 où des pontons permettaient l'accostage de navires militaires. Ce quai sera prochainement doté de pontons permettant l'accostage (du fait d'une profondeur suffisante) de grosses unités et notamment de bateaux patrimoniaux tels que, par exemple, le Belem.

En revanche, seuls 11% des touristes morbihannais pratiquent une activité nautique ou de glisse durant leur séjour. Souvent par manque de temps, ou pour cause de mauvaises conditions météo, et parfois à cause du prix, par manque d'intérêt ou par méconnaissance. Le territoire est pourtant bien doté en nombre de structures nautiques à la fois en littoral, mais également dans le cœur du territoire (West Wake Parc et parc d'eau vive à Inzinzac Lochrist par exemple).

Le nautisme est donc une des filières d'excellence du territoire et le porte étendard de l'image de marque de Lorient Agglomération.

Il s'agit donc de favoriser la diffusion de l'innovation sur les supports de voile mis à disposition des usagers, mais également de partager cette identité nautique du territoire à la fois en développant les

évènementiels grand public, mais également en ouvrant les centres nautiques au plus grand nombre, y compris aux pratiques libres.

## RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

### Action A-2-1 - Poursuivre les investissements dans des supports de glisse traditionnels et nouveaux (foils, accessibles)

Afin de rester attractifs, de véhiculer une image innovante et actuelle du nautisme, et de répondre aux attentes des usagers, les centres nautiques tels que Kerguelen Sports océan doivent poursuivre leurs efforts en termes de renouvellement de matériel, en vue d'une augmentation du nombre de pratiquants.

Il est également important d'investir dans les nouveaux supports à foils (dans les modèles adaptés aux écoles de voile), attractifs notamment auprès des jeunes et véhiculant une image dynamique et d'investir dans les matériels permettant l'accessibilité de ces sports aux personnes handicapées.

### Action A-2-2- Soutenir le développement d'évènementiels sur le thème de la culture glisse

La « glisse » est vecteur d'une image positive, notamment auprès des jeunes. Elle peut se pratiquer à flot (de nombreuses associations existent sur le territoire et certaines sont également orientées sur l'inclusion des sports de glisse), mais le territoire compte également un nombre important de skate park, une patinoire, un wake park et une association très dynamique sur les sports de glisse : la WSA.

Les acteurs à mobiliser autour d'un tel projet sont donc bien présents sur le territoire. Une réflexion pourrait être portée, avec les acteurs publics et privés, en lien avec le pôle course au large, pour la mise d'un évènementiel grand public ou pour mieux communiquer sur l'existant.

### Action A-2-3 - Travailler sur les complémentarités des ports / centres nautiques / Cité de la voile

Si le territoire de l'agglomération est incontestablement tourné vers la mer, les passerelles ne sont pas toujours évidentes entre différents pratiquants, voire on peut constater même des conflits d'usage (notamment dans l'entrée de la rade). Cependant, tous ces acteurs se complètent et peuvent même constituer une chaîne de progression : le premier contact avec le monde de la voile à la cité de la voile / les premières pratiques en scolaire à Kerguelen / les premières compétitions en voile légère en club / puis une progression jusqu'à Lorient Grand Large et la classe Ultim.

Une réflexion sur l'accompagnement des futurs champions tout au long de cette chaîne, pourrait être mise en place avec la Sellor, Lorient Grand Large et quelques clubs du territoire. Cette réflexion pourrait également apporter des réponses afin de rendre les évènements course au large, plus populaires (possibilité de mixer les pratiques sportives ?, etc...).

Des passerelles sont également à mettre en œuvre entre ports de plaisance, centres nautiques et cité de la voile, afin de faire découvrir aux usagers, les plaisirs d'être sur l'eau, sur des supports différents : possibilité pour les plaisanciers de tester le paddle vs possibilité aux amateurs de voile légère, de tester la plaisance, etc... Ceci passe par la mise en place de produits packagés et marketés.

### Action A-2-4 - Faire des centres nautiques des lieux de vie : possibilité de stocker son matériel, développer la possibilité d'avoir du matériel en libre-service, diversifier leurs activités...

Les centres nautiques sont encore trop vécus comme des espaces fermés, privés, où la pratique est encadrée... L'objectif du territoire est de pouvoir ouvrir plus ces centres à la fois à un public plus large en proposant des produits marketés (Breizh Nautic Club ?), des moyens de stockage de matériel pour les

pratiquants libres dans un objectif de développement des mobilités douces, la location de matériel en libre service...

De même, afin de devenir un réel lieu de vie, les centres nautiques doivent devenir le lieu où, après une session de voile ou pendant que certains s'activent sur l'eau, il soit possible de se poser, en prenant un verre en bord de plage. Il doit éventuellement être possible de pouvoir également se réunir pour une rencontre professionnelle entre collègues, connecter son ordinateur, etc. Qui dit lieu de vie, dit également base nautique exemplaire d'un point de vue environnemental.

Ces attentes, exprimées dans le cadre du cahier des charges du contrat de concession pour l'exploitation des centres nautiques à partir de 2024 a fait l'objet d'échanges avec les candidats, ainsi que d'une programmation pluri annuelle d'investissements.

En outre, il s'agit également de faire du parc d'eau vive, un site d'attractivité du territoire en diversifiant ses activités, notamment en exploitant au mieux l'ensemble de la Halle de Locastel. L'étude de site en cours déterminera les investissements et le montage juridique à envisager pour la création d'hébergements, d'offre de restauration, etc...

#### Action A-2-5 - Mettre en place un réseau des acteurs du nautisme léger et valoriser les circuits de découverte par la mer et les rivières

Afin d'ouvrir également davantage les centres nautiques à la découverte du territoire, il est proposé de développer des offres de découverte alliant pratique nautique (kayak de préférence) et découverte du milieu naturel. Ces offres, plutôt à destination des familles, demanderont un encadrement spécifique. Au-delà de la pratique sportive, c'est une pratique « aventure » qui sera mise en avant. Ces actions sont à mettre en place par les acteurs professionnels du nautisme.

Afin de pouvoir faire émerger de nouveaux produits, de pouvoir développer les partenariats entre les différents acteurs nautiques du territoire, il est nécessaire de favoriser les liens et la circulation de l'information entre les acteurs. Pour ce faire, il est nécessaire d'envisager des actions qui permettront aux différentes structures de mieux se connaître et de continuer à les accompagner dans leurs projets.

#### Action A-2-6 – Développer les échanges avec les communes qui longent le Blavet afin d'y développer la navigation (définir une stratégie avec la Région)

Le Blavet dispose d'un potentiel de développement touristique et de loisirs qui pourrait être optimisé. Une réflexion avec la Région Bretagne, mais également les EPCI voisins (Baud, Pontivy) pourrait être imaginée, afin de développer des activités douces sur l'ensemble de la rivière (contrat de canal à étudier).

#### PILOTAGE :

Les investissements dans les supports de voile sont à la charge des propriétaires ou des gestionnaires des structures nautiques.

Le développement d'un évènementiel pourrait être coordonné par Lorient Agglomération et la Sellor en lien avec les structures du territoire.

Les complémentarités ports, centres nautiques et cité de la voile sont portées par la Sellor

Faire des centres nautiques un lieu de vie est porté par Lorient Agglomération (propriétaire) et son exploitant.

Le réseau des acteurs du nautisme léger est à mettre en place par Lorient Agglomération.

Les circuits découverte sont de la responsabilité des professionnels.

**PARTENAIRES :**

Sellor, professionnels, communes, Région...

**RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :**

**MOYENS HUMAINS :**

Nécessaire à Lorient Agglomération pour suivre études et chantiers (DTCS et DAMSI) sur les centres nautiques, relations avec l'exploitant.

Nécessité de mobiliser des moyens humains pour l'animation du réseau, l'organisation d'évènementiel...

**MOYENS FINANCIERS :**

Intervention sur KSO (base nautique exemplaire) : 1M€

Investissements sur le site de Locastel : à déterminer

Investissement matériel Nautique : 350K€/an

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Augmentation du nombre de pratiquants et diversification de leur profil
- Augmentation du chiffre d'affaires de KSO (espace de vie et pratique libre)

**PUBLIC CIBLE :**

Clientèle affaire

Cible régionale

**LIEN AUTRE ACTION :**

Action A 2 2

Action A 6 1

## Axe A – Renforcer la valeur ajoutée du tourisme dans notre économie

### Enjeu A-3 – MISER SUR LA CIBLE « JEUNES / ETUDIANTS »

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Sur le territoire de l'agglomération, la part des 15 / 29 ans, tend à diminuer lentement alors que la part des plus de 60 ans évolue à la hausse.

Pour autant, Lorient est une ville universitaire qui doit faire de la jeunesse, une de ses forces. Le territoire de l'agglomération dispose pour cela d'équipements emblématiques tels qu'Hydrophone, le West Park, le stade, des skate parcs à différents endroits de son territoire, des spots de glisse reconnus...

L'agglomération doit pouvoir miser sur les cultures urbaines, sur les graphs du port de pêche, ses lieux insolites, ses festivals, pour maintenir cette jeunesse et véhiculer l'image d'un territoire dynamique, alternatif, ouvert, inclusif, qui vit toute l'année.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

##### Action A-3-1 -Favoriser l'implantation de nouveaux produits originaux

Il s'agit ici d'accompagner les porteurs qui le souhaitent, dans la réalisation de leur projet en les aidant dans leur recherche de financement, en créant du lien avec les acteurs du territoire. Un appel à projet autour de la culture urbaine pourrait également être imaginé.

##### Action A-3-2- Soutenir le développement d'événementiels musicaux électro et alternatifs

Lorient la Base et ses blockhaus se prêtent particulièrement aux événements musicaux électro et alternatifs. Il s'agit ici de répondre positivement aux sollicitations d'usage de l'espace public, pour l'organisation d'événements en journée ou en soirée sur la Base, mais dans d'autres secteurs du territoire, avec l'accord des communes concernées.

##### Action A-3-3 – Recenser et mettre en lumière les initiatives et événements innovants

Au travers de sa connaissance du territoire, il s'agit d'assurer les bonnes conditions de communication entre les différents acteurs du territoire, afin de pouvoir mener des actions de communication et de mise en valeur des initiatives originales et avant-gardistes menées sur le territoire : par exemple, mise en avant de lieux tels que Maison Glaz, favoriser la mise en place et communiquer sur les résidences d'artistes...

##### Action A-4-3 – Soutenir le développement d'événementiels sur le thème de la culture glisse

Cf. fiche action A-2-2

#### PILOTAGE :

Lorient agglomération pour l'accompagnement des porteurs de projets  
L'office de tourisme pour la mise en avant des initiatives et événements innovants  
L'agglomération et les communes pour l'usage des espaces publics

#### PARTENAIRES :

Envoyé en préfecture le 19/12/2023

Reçu en préfecture le 19/12/2023

Publié le

ID : 056-200042174-20231212-DEL\_2023382-DE

MAPL, Sellor, acteurs culturels du territoire, Office de tourisme

**RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :**

**MOYENS HUMAINS :**

Nécessité de mobiliser des moyens humains sur de l'animation de groupes de réflexion et sur la communication

**MOYENS FINANCIERS :**

Ils devront être définis notamment dans le cadre de la mise en place d'une nouvelle compétence culture

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Nombre de porteurs de projets accompagnés
- Nombre d'évènements électro et alternatifs

**PUBLIC CIBLE :**

Jeunes

**LIEN AUTRE FICHE ACTION :**

A-2-2

## Axe A – Renforcer la valeur ajoutée du tourisme dans notre économie

### Enjeu A-4 – UTILISER LES OUTILS NUMERIQUES POUR FACILITER LES SEJOURS ET LES VISITES

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Les outils numériques ont fortement influencé l'économie touristique. Les smartphones et leurs applications mobiles, et bien d'autres outils numériques (tablettes, panneaux d'affichages, écrans de diffusions, réalité virtuelle ou augmentée...), sont devenus des outils accessibles et très utilisés par les usagers, leurs utilisations doivent être simples et les informations pertinentes. L'usagers doit être au cœur de ces services digitaux.

Ils sont à la fois outils de médiation, mais également outils de communication, outil de réservation, d'information, ....

Il s'agit ici d'utiliser les outils numériques en tant qu'outils facilitant les séjours sur le territoire et les visites. Ils ont pour objectifs de rendre l'information plus accessible et consultable de n'importe où. Ils doivent également mettre en valeur les atouts touristiques du territoire (événements, lieux, visites...).

La véracité et la mise à jour des informations est primordiale.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

##### Action A-4-1 -Poursuivre le développement des randonnées dans l'appli Rando Lorient Bretagne Sud

Rando Bretagne Sud permet de retrouver, sur une appli commune au territoire de Lorient Agglomération et de Quimperlé communauté, l'ensemble des balades / randonnées accessibles sur le territoire. L'application est téléchargeable gratuitement sur l'app store et sur le Google play Store. Il s'agit donc de continuer à alimenter cette application, appréciée des usagers et qui propose une grande diversité de parcours : à pied, à vélo, à cheval, en kayak, culturels, ludiques.... Actuellement ouverte sur l'appli décathlon, une réflexion devra être menée afin de juger de l'opportunité d'élargir le contenu de cette appli vers d'autres applications nationales.

##### Action A-4-2 - Repenser le réseau des points I Mobiles

Depuis 2015, Lorient Agglomération et l'office de tourisme ont déployés sur les 25 communes, des points d'Information Mobile regroupant l'information touristique du territoire : à la fois outil de diffusion d'images et de films du territoire (écran de diffusion) et outil d'information par interaction via une tablette tactile (ou manger / ou dormir / quelles activités pratiquer...), ils ont permis également la mise en œuvre d'un wifi de territoire pour notamment les touristes étrangers. Ces points d'information sont majoritairement situés dans les mairies et les principaux points d'entrée du territoire (gares, Cité de la voile, ...).

Après plus de 7 ans d'usage, ces outils ont atteint leurs limites : accessibles seulement en intérieur, une information qui nécessite une veille importante, des mobiliers imposants, un interface logiciel vieillissante... des modalités de consultations des informations touristiques numériques plus utilisées au travers des smartphones....

Un bilan de cette action doit être menée, afin de repenser les modalités de diffusion de l'information touristique sur les 25 communes et plus encore...

##### Action A-4-3 – Etudier la pertinence du développement d'un nouvel outil numérique (ou s'appuyer sur un outil existant) pour mettre en avant l'offre existante et interconnecter les différentes offres de mobilité

Afin de favoriser l'usage des transports collectifs, il s'agirait ici d'imaginer un outil permettant de combiner offre de transport en commun / ou doux et accès aux loisirs, aux sites remarquables, aux événements...

Voire pourquoi ne pas les visionner à distance, en différé ou à n'importe quel moment...

Action A-4-4 – Communiquer sur les périodes d'affluence et de moindre affluence afin d'assurer une meilleure gestion des flux. Suggérer aux visiteurs des horaires de visites, promouvoir ces horaires par des offres spéciales, des exclusivités, montrer les avantages d'une visite lorsqu'il y a moins de monde

Dans les différents espaces culturels du territoire, il existe des périodes avec des affluences plus fortes que d'autres. Il s'agirait d'imaginer un outil permettant de mieux informer les visiteurs sur l'affluence. Un tel outil existe par exemple sur les golfs de Ploemeur et de Queven : cet outil permet également une modulation de la tarification afin de lisser la fréquentation. Des pistes autour de capteurs, d'objets connectés et du big data (IA), déjà utilisés par Lorient agglomération, pourraient être étudiées pour le comptage et les statistiques de fréquentations (comme sur les déchetteries connectées).

A-4-5 – Veiller à utiliser les outils modernes de médiation dans la mise en valeur du patrimoine (outils numériques, outils ludiques, ...)

Les outils numériques offrent de véritables opportunités pour favoriser l'expérience client : projections 3 D, réalité augmentée, mais également pour les publics empêchés. Il s'agit d'user de ces outils dans le cadre des renouvellements des parcours muséographiques, de renouveler les outils qui peuvent être vieillissants, mais également, notamment dans le cadre du HIT, de tester des produits innovants qui peuvent aider à la visite des publics empêchés.

#### PILOTAGE :

Lorient Agglomération

#### PARTENAIRES :

Office de tourisme, exploitants, prestataires

#### RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :

##### MOYENS HUMAINS :

La DNTI et plus particulièrement l'UF Innovation Data Usages peuvent accompagner ces démarches, cependant les moyens humains sont limités. Les projets CELTIC / HIT / PROTREA en cours ne laissent cependant que peu de temps à l'équipe, qui demanderait à être renforcée.

##### MOYENS FINANCIERS :

Les développements numériques peuvent être onéreux, à la fois sur les outils mais surtout sur la production de contenus high-tech et sur leurs mises à jour régulières...

#### INDICATEURS DE RESULTAT

- Statistiques de fréquentation par sites physiques
- Statistiques de fréquentation des outils numériques

#### PUBLIC CIBLE :

L'ensemble des usagers du territoire, les professionnels du tourisme et les touristes

#### LIEN AUTRE FICHE ACTION

Fiche B2

## Axe A – Renforcer la valeur ajoutée du tourisme dans notre économie

### Enjeu A-5 – CREER UNE MARQUE DE TERRITOIRE

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Le travail d'image et de communication mené ses 10 dernières années a porté ses fruits. Le message Lorient Bretagne Sud « L'inattendue » correspondait parfaitement à l'état d'esprit du territoire. L'enquête notoriété de la Bretagne réalisée par Audelor en 2021 démontre que le territoire dispose d'une image positive, notamment du fait de ses paysages, des fêtes et paysages et de ses plages. Plus on connaît le territoire et plus on l'aime (ce qui correspond bien à « l'inattendu »).

Aujourd'hui, ce message peut évoluer et la marque territoriale, Lorient Bretagne Sud, dépasser le silo du tourisme et permettre une alchimie, une cohésion entre les acteurs du territoire.

Une articulation devra être trouvée avec la marque Bretagne.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

##### Action A-5-1 -Conforter la marque Lorient Bretagne Sud et porter son déploiement

Il s'agit de poursuivre la réflexion menée avec les différents acteurs du territoire afin de conforter la marque de territoire « Lorient Bretagne Sud » pour qu'elle incarne la stratégie d'attractivité du territoire (et le projet de territoire) : Proposer une baseline, une signature, ...

Concevoir un kit de communication, le partager pour favoriser son appropriation par les acteurs socio-économiques du territoire

##### Action A-5-2- Traduire le schéma de développement en une stratégie marketing et de promotion touristique portée par LBST et par ses partenaires

Il s'agira de décliner les priorités du schéma de développement touristique au travers de la politique de promotion du territoire de l'office de tourisme et de ses partenaires, en s'appuyant sur les différents supports : campagnes, influenceurs, etc...

#### PILOTAGE :

Lorient Agglomération a en charge la réflexion sur la marque de territoire

#### PARTENAIRES :

LBST, Sellor, Segepex, Audelor,...

#### RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :

##### MOYENS HUMAINS :

A déterminer selon le projet

##### MOYENS FINANCIERS :

Seront essentiellement relatifs à des actions de communication, marketing

Envoyé en préfecture le 19/12/2023

Reçu en préfecture le 19/12/2023

Publié le

ID : 056-200042174-20231212-DEL\_2023382-DE

#### INDICATEURS DE RESULTAT

- Nombre de kits de marque distribués

#### PUBLIC CIBLE :

Professionnels du tourisme, Office de tourisme, touristes, habitants

#### LIEN AUTRE FICHE ACTION :

## Axe A – Renforcer la valeur ajoutée du tourisme dans notre économie

### Enjeu A-6 – RENFORCER LA COOPERATION ENTRE LES DIFFERENTS ACTEURS INSTITUTIONNELS DU TERRITOIRE

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Le tourisme, la culture, le sport, sont par nature des compétences partagées, qui font intervenir de multiples structures : des entreprises, des associations, des SEM, des collectivités... ces différentes structures sont de taille différente, mais également répondent à des offres touristiques différentes (hôtel / gîtes / musées / restaurants /...). Ces produits sont parfois proposés par des professionnels, mais également par des « non professionnels » (chambres d'hôtes par exemple).

En revanche, toutes ces offres, de la plus grande à la plus petite, s'intègrent dans un territoire avec son histoire, ses richesses, ses produits et toutes contribuent à l'expérience de visite.

De ce fait, il paraît indispensable que tous ces acteurs connaissent leur territoire, le valorise, voire que tous ces acteurs se connaissent afin de tisser des liens directs.

La coopération et la bonne collaboration des acteurs ont toujours été une véritable force qui a permis au territoire de trouver des solutions pour surmonter ses difficultés.

Il paraît important de maintenir cette force et cet esprit collaboratif.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

##### Action A-6-1 -Faire vivre différents réseaux : acteurs tourisme / acteurs nautismes...

Poursuivre les « ateliers du tourisme » menés en collaboration avec LBST, la CCI, et Audelor

Construire un réseau des acteurs du nautisme en poursuivant l'accompagnement des porteurs de projets et en favorisant les mises en lien. La mise à jour de l'observatoire du nautisme léger est également l'occasion de favoriser une mise en réseau des acteurs.

##### Action A-6-2 – Soutenir les investissements d'envergure des partenaires dans le domaine du sport, de la culture et des loisirs

Cette action pourrait être mise en place via des fonds de concours ou d'offres de concours, selon le projet présenté et son envergure communautaire. Il pourrait être défini des critères d'éligibilité, dans le cadre d'éventuelles nouvelles compétences culture ou sport de l'agglomération.

##### Action A-6-3 –Structurer et matérialiser les coopérations entre les structures / mettre en place un GIE pour augmenter l'efficience collective

Lorient agglomération participe au fonctionnement de nombreux partenaires institutionnels tels que ses SEM (Sellor et Segepex), des associations (Office de Tourisme, AUDELOR, Lorient grand Large), chacune développant sa stratégie et mettant en œuvre les moyens humains nécessaires à celle-ci.

Afin de permettre d'optimiser les moyens humains et financiers, sans pour autant altérer l'autonomie de ces structures en termes de stratégie de développement, il est décidé la mise en place d'un outil de mutualisation sous la forme d'un GIE (groupement d'intérêt économique). Il s'agira de préciser les conditions opérationnelles de création d'un GIE.

Ce projet doit être coordonné avec celui de mise en place de la stratégie sur le tourisme d'affaires et la mise en place d'un bureau des congrès et séminaires.

#### Action A-6-4 –Maintenir un observatoire du tourisme et développer l'édition de points trimestriels

L'observatoire de tourisme, qui existe depuis 10 ans permet de mesurer l'évolution de la filière et d'objectiver les résultats de cette activité, sur le développement du territoire. Cet outil est indispensable à la connaissance du territoire et donc à l'anticipation des tendances.

Sa structuration actuelle, regroupant les principaux acteurs touristiques du territoire élargi de Lorient Agglomération / Quimperlé Communauté et BBO, est adaptée. Il s'agit donc de maintenir cet outil, voire de le faire évoluer afin de mieux communiquer.

#### A-6-5 –Développer les échanges et les projets avec les territoires voisins (cartes communes, évènementiels communs, soutenir les équipements nautiques, coordonner la réalisation des VVV, le Blavet...)

Plusieurs actions sont déjà menées en commun avec les territoires voisins. Les relations sont déjà particulièrement développées avec Quimperlé communauté (Carte touristique / randonnée...). Les échanges sont également bien avancés avec le territoire de BBO (carte touristique).

Ces 3 EPCI partagent le même observatoire via Audelor.

Les relations sont également importantes avec les autres acteurs de la destination touristique Bretagne Sud Golfe du Morbihan, notamment autour de la randonnée et du nautisme.

Des relations pourraient être développées avec Baud et Pontivy autour du Blavet.

#### A-6-6 : Mettre en place un groupe d'échange entre les communes du territoire (bonnes pratiques, etc...)

Les communes souhaitent pouvoir échanger sur les problématiques qui leur sont propres.

Un groupe d'échange pourrait être mis en place, afin de déterminer des rencontres régulières, sources de partage d'information, de pratiques, etc...

#### PILOTAGE :

Lorient Agglomération

#### PARTENAIRES :

Communes, EPCI voisins, SEM, Audelor, CCI, Région, Département, LBST...

#### RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :

##### MOYENS HUMAINS :

Ils seraient à conforter dans le cadre d'une éventuelle prise de compétence en matière de Sport et de culture par Lorient Agglomération.

##### MOYENS FINANCIERS :

Nécessaires pour maintenir le soutien financier accordé aux partenaires (office de tourisme, Audelor...). Des moyens financiers supplémentaires seraient nécessaires dans le cas d'un soutien des investissements dans le domaine du sport, de la culture, du patrimoine, des loisirs, etc...

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Nombre d'ateliers du tourisme
- Nombre de porteurs de projets accompagnés
- Produits communs développés

**PUBLIC CIBLE :**

Habitants / touristes (excursionnistes ou vacanciers)  
Acteurs des secteurs des loisirs, de la culture, du sport, du territoire  
Professionnels du tourisme (hébergeurs, restaurateurs...)  
Communes

**LIEN AUTRE FICHE ACTION**

Action A 1 1  
Action A 1 4  
Fiche A-2

## Axe B – Proposer un Développement Touristique Durable

### Enjeu B-1 – AIDER LES ENTREPRISES TOURISTIQUES A GERER LES TRANSITIONS ECOLOGIQUES ET DURABLES

#### CONTEXTE & ENJEUX :

La nature, le paysage, le littoral sont les premières raisons qui font choisir le territoire comme destination de vacances et de découverte. Entre mer, rade et vallée, le territoire compte une variété d'ambiances paysagères : des plaines agricoles, des espaces boisés, des villes, le littoral...

Lorient agglomération, via ses différentes politiques est fortement engagée dans les transitions et les démarches de sobriété : gestion des déchets, consommation de l'eau, économies d'énergie dans les bâtiments communautaires...

Le tourisme durable est une évidence pour l'ensemble des acteurs du territoire. Tous s'accordent à dire qu'il faut un tourisme canalisé et que le développement du tourisme sera possible seulement dans la mesure où il préserve la qualité des espaces et la qualité de vie de ses habitants. Un territoire où il fait bon vivre sera un territoire agréable à visiter.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

##### B-1-1 – Accompagner les porteurs de projets sur leurs projets de labellisation : écotourisme mais également tourisme et handicap...

De multiples labels existent, qui permettent de valoriser son offre. La clientèle est de plus en plus sensible aux démarches qualité mises en place notamment par les hébergeurs. Pour mieux affiner son projet, éventuellement solliciter des financements lorsqu'ils existent, il est nécessaire de pouvoir proposer un accompagnement adapté. Selon les besoins exprimés, cet accompagnement peut se trouver à l'agglomération, mais également à la CCI.

Cet accompagnement peut être imaginé dans un esprit de guichet unique, comme un lieu permettant d'accompagner les porteurs de projet en leur fournissant l'accès à des diagnostics, la possibilité de réaliser des études d'opportunité et de faisabilité, des kits de communication pouvant être diffusés dans les hébergements...

##### Action B-1-2 -Communiquer sur les aides existantes (site internet, organisations d'ateliers, ...)

Afin d'accompagner les acteurs du tourisme dans la démarche, il est nécessaire de pouvoir apporter les bonnes informations et de pouvoir relayer les différentes aides financières qui peuvent exister.

C'est un des rôles des ateliers du tourisme, qui peuvent aborder des thématiques en lien avec l'environnement (par exemple les déchets ou les économies d'eau). Ces ateliers permettent de sensibiliser, de diffuser l'information, mais également, pour les porteurs de projet, d'identifier les personnes et les structures qui peuvent les accompagner dans leurs démarches. Les outils numériques peuvent compléter avantageusement ces ateliers en proposant une information disponible quel que soit le moment.

### Action B-1-3 –Favoriser les offres touristiques qui développent les ailes de saison

Afin de ne pas augmenter les flux touristiques sur la période estivale, il est nécessaire de pouvoir mettre en avant les offres de loisirs qui existent toute l'année et de réfléchir collectivement aux actions qui permettraient de développer les visites en avant ou en après saison, en ciblant d'autres clientèles (retraités par exemple) et sur des périodes de visites plus courtes (week-end).

### Action B-1-4 –Inciter les entreprises touristiques à porter des démarches RSE et Développement Durable (actions de communication)

Le partage d'expérience peut être un moyen d'inciter les entreprises à franchir le pas et à s'engager dans des démarches vertueuses. Ces démarches permettent en outre de renforcer l'esprit d'équipe et les jeunes sont de plus en plus sensibles à ces démarches engagées par leur (futur) employeur car révélatrices d'une certaine éthique.

### B-1-5 – Mener des projets sur la réutilisation des eaux usées (REUT)

La réutilisation des eaux usées semble être une piste intéressante pour développer les économies d'eau. Afin de pouvoir objectiver cette solution, il est nécessaire de pouvoir identifier les usages possibles (réglementation sanitaire très stricte), les coûts induits, etc...

Une application sur l'alimentation en eau des golfs pourrait être intéressante. Cette réflexion n'exclue cependant pas les réflexions à mener sur les manières de moins consommer d'eau. Des études sont actuellement en cours sur cette problématique au niveau de la direction de l'eau de Lorient Agglomération.

### B-1-6 - Poursuivre les économies d'énergie sur les équipements de loisirs publics (lors des projets de réhabilitation par exemple) : récupération eau de pluie, panneaux photovoltaïques, osmoseurs...

Lorient agglomération dispose de nombreux bâtiments touristiques et de loisirs. Il s'agit donc, à l'occasion de travaux de réhabilitation, de systématiquement prendre en considération ces questions permettant des économies sur l'usage de l'eau potable.

#### PILOTAGE :

Selon les actions Lorient Agglomération, LBST

#### PARTENAIRES :

Gestionnaires d'équipements, CCI, Audelor, professionnels du tourisme

#### RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :

##### MOYENS HUMAINS :

L'accompagnement des porteurs de projet, la multiplication des ateliers, selon la dimension qui souhaite être donnée en ce sens, peut nécessiter de devoir renforcer les équipes actuelles.

##### MOYENS FINANCIERS :

L'utilisation des eaux usées traitées occasionnera des travaux importants, dont les coûts pourraient être élevés. Les études en cours devront pouvoir objectiver le bien fondé de telles opérations.

De la même manière, réduire les consommations d'énergie des bâtiments engendrent des coûts de travaux souvent élevés.

Des aides financières de la part de l'Etat sont cependant mobilisables actuellement sur ces thématiques.

#### INDICATEURS DE RESULTAT

- économie d'eau
- nombre d'engagements signés sur les éco conditionnalités des aides
- consommations énergétiques des bâtiments
- présence d'une clause d'éco conditionnalité dans les conventions

#### PUBLIC CIBLE :

Professionnels

Associations

#### LIEN AUTRE FICHE ACTION :

Action A 6 1

Action D 3 2

## Axe B – Proposer un Développement Touristique Durable

### Enjeu B-2 – ACCELERER LES PROPOSITIONS DE MOBILITE DOUCE

#### CONTEXTE & ENJEUX :

En 2017, 196 millions de voyages pour motif personnel ont été réalisés par des Français de plus de 15 ans. 3/4 de ces déplacements ont été effectués en véhicules particuliers.

Les déplacements constituent le premier impact écologique du tourisme. En France, le secteur du tourisme (8% du PIB) est à l'origine de 11 % des émissions de gaz à effet de serre dont les 3/4 sont dus aux transports (*Bilan des émissions de gaz à effets de serre du secteur du tourisme en France, Ademe 2021*).

Le Morbihan accueille 5M de touristes par an. Lorient Agglomération est le troisième territoire touristique du département et accueille plus de 1 millions de touristes.

Une fois sur place, Lorient Agglomération dispose d'atouts permettant de favoriser des déplacements moins impactant pour l'environnement :

- un réseau cyclable dense avec « la petite reine », atlas des voies cyclables recensant 1358 km de voies et routes, complété par des boucles vélos notamment présentes dans l'appli « RandoBretagneSud »
- un réseau de transport en commun (bus et bateaux bus) IZILO qui irrigue le territoire, qui propose des correspondances bien coordonnées et doté d'une appli qui permet d'avoir une vision claire en temps réel de l'offre de transports collectifs. Ce réseau propose également des liaisons terrestres et maritimes estivales.
- une offre publique et privée de traversées vers Groix en bateaux
- une offre de balades / randonnées étoffée

Lorient Agglomération dispose, par ces outils, du potentiel pour faire baisser la part modale de la voiture dans les déplacements pour se déplacer lors du séjour. Ces outils, dans un souci de diminution de l'emprunte carbone du territoire, doivent être valorisés par des actions de promotion, mais aussi l'acceptation d'une « mise en tourisme » des transports.

L'usage des transports en commun est également un levier de fluidification lors des pics saisonniers de fréquentation afin de limiter l'impact du tourisme pour les habitants.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

##### Action B-2-1 -Définir une stratégie des déplacement touristiques en lien avec le Plan De Mobilité

Sur la base de l'existant, certaines actions pourraient être mise en place afin que les personnes en séjour sur le territoire utilisent d'avantage les transports en commun pour leurs déplacements. Ces déplacements peuvent être l'occasion de découvrir le territoire autrement et constituer une expérience du territoire, notamment autour de la rade.

Une réflexion sur l'intermodalité et notamment la place du vélo dans les transports publics (bateaux, bus...) doit également s'inscrire dans le long terme. Cette réflexion déjà engagée pour les déplacements pendulaires devra également englober les déplacements touristiques.

Des outils sont déjà mis en œuvre et pourraient aussi contribuer à faciliter la lisibilité des déplacements en commun pour les touristes en vacances ou les habitants excursionnistes sur le territoire vers les plages et vers les plus importants lieux touristiques : application smartphone pour définir son parcours ou plans du réseau et fiches horaires intégrant les principaux sites touristiques accessibles. Renseigner, accompagner et rassurer les voyageurs qui ne se déplacent pas en voiture est nécessaire afin de rendre l'expérience de découverte du territoire réussie, avant et pendant le séjour.

### Action B-2-2 – Favoriser l'installation d'une entreprise pour développer les liaisons vers Groix par voilier

Les liaisons vers Groix existantes sont actuellement proposées via des transports motorisés. Une offre alternative, s'inscrivant plutôt dans le « slow » tourisme, pourrait avoir sa place en favorisant les traversées par voilier, sur le modèle des liaisons Quiberon / Belle île réalisée par la compagnie Iliens.

Il est nécessaire de travailler en parallèle sur les modalités d'embarquement / débarquement sur le territoire.

### Action B-2-3 – Proposer des pack réduction pour les visiteurs qui utilisent les mobilités douces (location de vélo, entrée dans les musées, pratique sportive...)

Afin d'inciter les voyageurs à utiliser les mobilités douces ou les transports en commun, lors de leur séjour et leur découverte du territoire, des passerelles commerciales (packs) pourront être imaginées. Par exemple, des réductions à l'entrée des musées du territoire pourraient être étudiées pour les visiteurs arrivant en train, bus ou ayant loué un vélo sur le territoire.

### Action B-2-4 – Décarboner les transports en commun en lien avec la politique transport

Lorient Agglomération est actuellement engagée dans le remplacement progressif des bus gasoil par des bus bioGVN. Son objectif est de diminuer de réduire de 78 % ses émissions de gaz à effet de serre dans le domaine des transports.

En Aout 2023, ce sont donc désormais 13 bus BioGNV qui circulent sur le réseau IziLo bientôt rejoints, d'ici la fin de l'année 2023, par 7 bus fonctionnant à l'hydrogène.

En outre, il s'agit, avec les EPCI voisins, de demander la multiplication des Trains Express Régionaux.

### Action B-2-5 – Créer des parkings relais et organiser les transports jusqu'aux points d'intérêt touristique

De plus en plus de territoires développent des « hubs » avec une offre de stationnement en rétro littoral couplée à une offre de mobilité alternatives pour réaliser les derniers kilomètres sans voiture (vélos, navettes...) : Lacanau, Capbreton...

Lorient Agglomération développe déjà ce type de politique lors de gros évènements type Festival Interceltique de Lorient. Une étude sur le sujet des parkings relais (prenant en considération les sites touristiques importants) compléterait le Schéma des aires de covoiturage et parkings relais déjà voté par le Conseil communautaire en janvier 2023 et qui a pour objectif de proposer un maillage pour les déplacements pendulaires.

### Action B-2-6 – Proposer et inciter au report modal (actions de communication, stories...)

Développer un document d'information « déplacements doux » ou « en vacances sans ma voiture » spécifique pour l'été, pour les touristes, avec des renseignements sur les bus ou les bateaux desservant les lieux touristiques, des informations sur les loueurs de vélo, réparateurs de vélo, portages de bagages, hébergeurs Accueil Vélo ...

Toutes ces actions doivent être accompagnées de campagnes de communication, afin de faire connaître les produits et leurs modalités, auprès des visiteurs du territoire.

En complément, des actions doivent être imaginées en vue de sensibiliser les professionnels du tourisme notamment les hébergeurs sur les possibilités de déplacements doux, afin qu'eux même, puissent

sensibiliser leurs hôtes. Des documentations peuvent également être disponibles sur cette thématique dans les principaux sites touristiques.

### Action B-2-7 – Faciliter les liaisons en mobilité douce entre les communes (axe Hennebont Lorient par exemple...)

Le développement des circulations douces passe notamment par des infrastructures cyclables de qualité. Ainsi, au-delà de la V8 et V45 qui traversent notre territoire, un maillage d'aménagements cyclables sécurisés et qualitatifs est nécessaire pour favoriser la pratique du vélo aussi bien pour les déplacements pendulaires que touristiques. L'aménagement de ces infrastructures cyclables (voies vertes, pistes ou bandes cyclables ; chaussidou) reste de la compétence des gestionnaires de voirie (Département du Morbihan ou Communes). Toutefois, afin d'aider les communes à développer ces infrastructures, Lorient Agglomération a révisé son Schéma cyclable ; une intervention financière à hauteur de 60% du reste à charge est désormais portée par Lorient Agglomération sur les axes retenus au Schéma.

#### PILOTAGE :

Lorient Agglomération et LBST sur la partie communication et montage de « packs »  
La Région : pour Groix et les offres couplées TER

#### PARTENAIRES :

Lieux de visite du territoire  
Hébergeurs  
Communes  
Office de tourisme

#### RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :

##### MOYENS HUMAINS :

Les moyens humains à développer sont en lien avec la politique des transports

##### MOYENS FINANCIERS :

Des investissements nécessaires, qu'ils soient en infrastructures routières, cyclables, ferroviaires ou en équipements de modes de transports, d'un coût élevé

#### INDICATEURS DE RESULTAT

- Nombre de packs activés
- Evolution du nombre de locations de vélos
- Evolution du nombre de passagers dans les bus et les bateaux
- Evolution du nombre de bus bioGNV / H2

#### PUBLIC CIBLE:

Habitants, visiteurs, excursionnistes

#### LIEN AUTRE FICHE ACTION :

Fiche A5  
Fiche B1  
Fiche B3  
Fiche D1

Envoyé en préfecture le 19/12/2023

Reçu en préfecture le 19/12/2023

Publié le

ID : 056-200042174-20231212-DEL\_2023382-DE

Fiche D3

Action D-3-5

## Axe B – Proposer un Développement Touristique Durable

### Enjeu B-3 – FACILITER LA PRATIQUE DU VELO EN SEJOUR

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Un réseau cyclable dense irrigue l'ensemble du territoire.  
Cependant, certains circuits peuvent encore être améliorés, ainsi que les services et la signalétique mise en place sur ces derniers.

En effet, la pratique du vélo est liée avant tout à la présence d'aménagements cyclables permettant de se déplacer en sécurité. Le réseau des itinéraires cyclables pour être attractif pour les déplacements quotidiens et les déplacements touristiques doit être maillé, continu et jalonné et avoir des équipements à proximité des itinéraires.

Les actions menées dans le cadre de cet enjeu doivent s'inscrire dans le cadre du schéma cyclable de l'agglomération et être menées en lien avec les communes (compétentes en matière de voirie) et le Département.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

##### Action B-3-1 -Mieux connecter les itinéraires vélo (en particulier la V8) aux grands itinéraires bretons

La V8 de Saint Briec à Lorient par l'Hilvern et le Blavet est un itinéraire intéressant mais assez peu exploité et connu dans son ensemble. Cet itinéraire de 175 km est entièrement balisé dans les 2 sens. Cet itinéraire est principalement aménagé sur des voies sécurisées, mais il manque de services et d'hébergements accueil vélo, ce qui le rend difficile à commercialiser. La portion sur le territoire de Lorient Agglomération entre Lorient et Hennebont a été labellisée en 2022. Afin de la faire connaître, il faudrait mettre en place sur cet itinéraire une communication coordonnée entre les différents territoires traversés.

Une réflexion avec la Région et les EPCI voisins serait à construire pour favoriser le développement de services et d'hébergements labellisés : Depuis début 2023, Lorient Agglomération et Morbihan Tourisme travaillent à la labellisation Accueil Vélo des hébergements du territoire (3 visites d'hébergements effectuées en 2023 dont 2 labellisés sur la V8, 1 en cours sur la V45. En projet, la labellisation de LBST). Sur la V45, il faut au préalable finaliser le tracé et mettre en place la signalisation.

##### Action B-3-2 – Faciliter le stationnement des vélos de manière sécurisée / mettre en place des stations de services vélos

Afin d'accompagner le développement des voies cyclables et leur mise en valeur, il est nécessaire de penser également la mise en place de services tels que des parcs de stationnements de vélos, des stations de service vélo, ou chaque usager peu réparer une casse, regonfler ses pneus, etc...

Une réflexion est actuellement en cours sur le sujet des aires de services vélo, à l'échelle de la Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan.

Ces aires de stationnement vélos pourront ainsi compléter les abris vélos sécurisés / box vélos déjà déployés par Lorient Agglomération, notamment aux embarcadères des lignes maritimes, mais aussi aux gares et autres points d'arrêts du réseau IziLo.

### Action B-3-3 – Solutionner le transport des vélos dans les transports collectifs (porter une réflexion sur les intermodalités)

La demande des habitants est forte pour permettre l'usage du vélo en correspondance avec les transports en communs (réseaux urbains, interurbains ou encore ferroviaire). C'est pourquoi des abris vélos sécurisés sont progressivement déployés aux principaux points de correspondance afin de permettre à ceux qui le peuvent de garer leur vélo en sécurité. Par ailleurs, afin de développer les intermodalités et limiter l'usage de la voiture, l'embarquement des vélos à bord des bateaux bus de la rade sera maintenu, voire renforcé si la réglementation le permet ; en outre, la prise en compte de cette dimension des vélos à bord sera intégrée au programme lors des renouvellements de flotte de transport (notamment pour la traversée de la rade en bateau bus)

### Action B-3-4 – Finaliser les liaisons cyclables (V45) du territoire et travailler sur leur signalisation

La V45 est un itinéraire très plébiscité et très attendu de la part des cyclotouristes notamment. Cet itinéraire national longe toute la Bretagne et la Loire Atlantique, il permettra à terme de rejoindre Saint Nazaire depuis Roscoff. L'itinéraire, sur le territoire de Lorient Agglomération connaît cependant quelques interruptions et difficultés de continuité notamment autour de Gâvres et la traversée de la Laïta.

Un travail est déjà engagé avec les communes, le département du Morbihan, la Destination touristique pour définir et arrêté le tracé à terre et mettre en place la signalétique adaptée.

Une réflexion est également engagée avec la Région et Quimperlé Communauté afin d'assurer la traversée de la Laïta.

Gâvres fait partie du projet de voie verte Gâvres-Erdeven porté par le Syndicat du Grand Site Gâvres Quiberon et le département du Morbihan, depuis 25 ans. C'est un dossier complexe, nécessitant un portage politique fort.

Dans un premier temps, en attendant que la situation évolue sur Gâvres, il est prévu de travailler sur la portion entre Guidel et Port-Louis.

### B-3-5 – Actualiser et rééditer « la petite reine »

La « petite reine » est un atlas des voies cyclables qui couvre l'ensemble du territoire via 13 cartes. Ce guide reprend l'ensemble des voies accessibles à vélo sur le territoire et leur catégorisation (voies vertes / voies urbaines / route peu circulées...). Cet outil s'adresse à la fois aux visiteurs occasionnels pour la découverte de la variété des paysages, mais également aux habitants pour leurs déplacements quotidiens.

Cet outil, conçu il y a plusieurs années, nécessiterait une mise à jour et une réédition.

### B-3-6 – Étendre le service de location de vélos à l'ensemble du territoire

Lorient Agglomération pourrait développer le service de location courte, moyenne et longue durée à l'ensemble des communes de son territoire. Aujourd'hui mis en œuvre par la Ville de Lorient, ce service aurait vocation à être déployé sur les 25 communes avec des locations de vélos électriques pour de la courte (1 journée) et moyenne et longue durée (6 mois).

#### PILOTAGE :

Lorient Agglomération

**PARTENAIRES :**

LBST, communes, Destination touristique, Département, Région

**RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :**

**MOYENS HUMAINS :**

Les moyens humains sont nécessaires pour le portage des différents projets. Ceux -ci s'inscrivent dans la durée et peuvent se réaliser à moyens constants

**MOYENS FINANCIERS :**

Les moyens financiers les plus importants seront consacrés à la réalisation des voies cyclables, leur entretien et à leur signalisation.

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Développement du slow tourisme (vélos en itinérance)
- Nombre de labellisations accueil vélo
- Nombre de stations-services vélo
- Nombre de téléchargement des circuits vélos et de « petite reine » vendus

**PUBLIC CIBLE ET/OU TERRITORIALISATION DE L'ACTION :**

- Excursionnistes
- Habitants
- Sportifs

**LIEN AUTRE FICHE ACTION :**

Fiche B 2

## Axe B – Proposer un Développement Touristique Durable

### Enjeu B-4 – VALORISER LES PRODUITS LOCAUX ET LA GASTRONOMIE

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Entre terre et mer, le territoire de l'agglomération dispose de nombreux atouts : premier port de pêche en valeur en France, langoustines, merlu, ormeaux, moules, sont autant de produits locaux issus de la mer bien connus. Sur terre 18 % des producteurs sont en bio, et il ressort du terroir des produits typiques comme le chou de Lorient et atypiques comme le thé ou le safran, le Kari gosse...

En outre, les produits transformés ne sont pas en reste : les rillettes de Groix et Nature, la bière de Groix, les galettes de la Lorientaise, les pâtes Le Ruyet, le nougat de Quistinic, les pâtés d'autruche de Guidel, la tomme aux algues de Languidic, Glaces de Caudan etc...

Une marque de territoire « Breizh Positive - Initiative des Producteurs du Pays de Lorient » pour valoriser ces produits est en cours de développement.

Ces produits locaux sont souvent valorisés dans les restaurants du territoire, mais ils se trouvent également sur les étals des nombreux marchés du territoire.

Il est nécessaire de continuer à valoriser ces produits du terroir et la gastronomie qui s'y rattache, facteurs d'identité et d'attractivité d'un territoire.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

##### Action B-4-1 – Faire connaître les producteurs locaux, les marchés et mieux communiquer sur cette offre (circuits courts / restauration)

Il s'agit de continuer à mener des actions de communication afin de mieux faire connaître les lieux de vente des produits locaux, que ce soit lors des marchés, mais également parfois directement sur le lieu de production.

Une communication sur les producteurs et les bonnes tables du territoire, transformant les produits locaux, pourrait également être imaginée sur le site de Lorient Bretagne Sud Tourisme ;

En outre, il peut être imaginé de sensibiliser les restaurations à la valorisation des produits locaux sur leur carte et outils de communication.

##### Action B-4-2 – Développer la dégustation dans les lieux de production (aide financière pour l'aménagement de lieux de dégustation ?)

Afin de soutenir l'aménagement de lieux de dégustation dans les lieux de production, il pourrait être envisagé, à l'échelle de la Destination touristique, la mise en place d'un appel à projets permettant de soutenir ces initiatives, à l'image de ce qui a pu être mise en œuvre auprès des conchyliculteurs par exemple.

**Action B-4-3 – Mettre en lumière l'offre gastronomique, via des événements culinaires**

Afin de mettre en lumière l'offre gastronomique du territoire, des concours des chefs, à base de produits locaux, des circuits culinaires pourraient être organisés en lien avec la charte de l'agriculture et de l'alimentation.

**Action B-4-4 – Communiquer sur les savoir-faire et entreprises de production du territoire (mise en place d'un salon terre mer / alimentation)**

Les habitants sont les premiers ambassadeurs des spécialités et produits locaux. Outre les outils institutionnels de promotion, un salon Terre-Mer permettrait de mieux valoriser les produits auprès de la population locale, notamment les plus jeunes.

Lorient Agglomération peut également s'appuyer sur certains ouvrages existants ou à paraître, pour mettre en valeur les excellences culinaires du territoire.

Il pourrait également être demandé, à l'occasion des grands événementiels culturels et sportifs organisés sur le territoire et soutenus par Lorient Agglomération, que les produits du terroir soient mis en avant, dans les offres de restauration ainsi que l'intégration de la gastronomie et les produits du terroir dans les documents de présentation de Lorient Agglomération

**PILOTAGE :**

LBST / Lorient Agglomération

**PARTENAIRES :**

Chambre d'agriculture, Comité des pêches, Producteurs

**RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :****MOYENS HUMAINS :**

Dédiés à l'animation de groupes de travail permettant de développer un événementiel ou d'animer un groupe de réflexion

**MOYENS FINANCIERS :**

Ils sont essentiellement liés à la mise en place d'outils et d'actions de promotion

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Nombre de circuits culinaires mis en avant
- Nombre de lieux de dégustation soutenus

**PUBLIC CIBLE**

Habitants, touristes, professionnels

**LIEN AUTRE FICHE ACTION**

## Axe C – Valoriser la Rade et Développer des pôles d’attractivité sur le Territoire

### Enjeu C-1 – FAIRE DE LA RADE LE CŒUR DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Au fil de son histoire, le territoire de Lorient Agglomération s’est construit autour des activités maritimes (arsenal, marine marchande, construction-réparation navale, pêche, nautisme...) de la rade. La rade de Lorient constitue un carrefour, un pôle touristique structurant de par la richesse des activités qui y sont proposées, un condensé d’histoire de la Cie des Indes à la reconstruction.

La rade propose également différentes perceptions de la navigation avec des places portuaires qui se sont parfois spécialisées. Ainsi, Le port de plaisance de Port Louis, à orientation « Belle plaisance » avec la présence du pôle classique développe son image, en harmonie avec celle de la commune de Port Louis, petite cité de caractère et cœur de l’histoire de la rade qui s’est développée à partir de la Compagnie des Indes

Les quais du Péristyle à Lorient, réalisés en 1770, sont un prolongement du port de la Compagnie des Indes, ont accueilli des bateaux dès le 18<sup>e</sup> siècle et ce jusque dans les années 90 où des pontons permettaient l’accostage de navires militaires. Ce quai sera prochainement doté de pontons permettant l’accostage (du fait d’une profondeur suffisante) de grosses unités et notamment de bateaux patrimoniaux tels que, par exemple, le Belem.

Lorient la Base, par son pôle course, offre une image plus contemporaine et sportive, par la présence de nombreux bateaux de course et de skippers.

La stratégie touristique vise à conforter et structurer cette offre pour les différentes clientèles comme le public local, dans le respect des autres activités économiques déjà présentes. La rade doit être vécue comme un trait d’union entre la terre et la mer / entre sa rive droite et sa rive gauche.

Parfois confidentielle, la rade doit être rendue visible et expliquée.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L’ACTION :

**Action C-1-1 – Soutenir et développer les évènementiels vitrine des excellences maritimes lorientaises : Lorient Océans, Atlantique le Télégramme. Faire en sort que ceux-ci soient populaires, modernes et permettent aux non-initiés de découvrir ce secteur, faire le lien avec d’autres sports. Développer l’évènementiel nautique dans la rade et les visites de bateaux**

En matière de nautisme, la rade de Lorient est un véritable atout pour les professionnels de la course au large et les amateurs de régates, puisque, à l’abris de l’île de Groix, elle permet un plan d’eau protégé et offre, au large de Groix, des conditions de pleine mer. Cette proximité entre la terre et l’eau permet également de multiplier les points de vue sur le plan d’eau.

La rade se prête donc bien aux évènementiels nautiques et portuaires, et à la mise en valeur des savoir-faire. Parfois perçus comme élitistes (notamment pour les événements en lien direct avec la course au large), il s’agit de rendre ces événements populaires, accessibles, et pédagogiques, en jouant sur leur esthétique, leurs couleurs et également sur une complémentarité à trouver entre activités à terre et à flot. Lorient Océans, les différentes fêtes des ports du territoire, sont autant d’opportunité de faire découvrir la maritimité du territoire. Ces évènementiels qui peuvent revêtir différents styles, toucher des cibles variées, doivent également présenter l’opportunité de pouvoir pénétrer dans ces bateaux (de course, de pêche, de belle plaisance...)

Le futur aménagement d'un ponton destiné à la grande plaisance au Péristyie, permettra également de développer les propositions de visites de bateaux patrimoniaux.

### Action C-1-2 – Affirmer Lorient la Base et la Cité de la Voile et développer une offre innovante en cœur de rade, symbole du positionnement maritime : Pointe de la Perrière ? Ilot St Michel ?

Au cœur de la rade, Lorient la Base avec ses activités touristiques et de loisir (la cité de la voile, le sous-marin Flore, le musée sous-marin, les visites de la Base), mais également ses opportunités de développement autour de la pointe de Keroman, de la pointe de la Perrière et pourquoi pas, à termes, l'îlot Saint Michel actuellement occupé par la marine nationale.

Lorient la Base, constitue bien à l'heure actuelle, le principal pôle d'attractivité touristique du territoire, avec plus de 250 000 visiteurs par an (100 000 entrées à la Cité de la voile, 80 000 à la Flore, 10 000 au musée sous-marin, 30 000 au K3). Il est nécessaire de conforter ces activités, en lien avec l'histoire de Lorient, en maintenant et même en intensifiant les investissements.

### Action C-1-3 – Soutenir le projet du musée de la Cie des Indes et des aménagements du site de la citadelle de Port Louis

La ville de Port Louis offre à elle seule un intérêt patrimonial d'importance qui mériterait d'être encore mieux valorisé. Elle mêle à la fois attractivité urbaine d'une petite ville de charme, visite découverte de musées (Cie des Indes et musée de la marine) et des plages.

Le musée de la Cie des Indes accueille plus de 70 000 visiteurs par an.

La commune de Port Louis porte un projet ambitieux de mise en valeur de sa citadelle et vise une augmentation importante de sa fréquentation. Ce projet pourrait être accompagné par Lorient agglomération.

### Action C-1-4 – Mieux valoriser et développer les parcours de découverte sur la rade, les rivières

La rade reste confidentielle. Pourtant riche d'un patrimoine maritime, d'une histoire, d'un patrimoine naturel, les produits structurés permettant de la découvrir restent peu nombreux (Escale ouest et ses visites commentées).

Le tour de la rade à pied, carte de randonnée déjà existante, mériterait d'être rééditée et mise en valeur.

Des produits de découverte thématiques de la rade en canoé pourraient également trouver leur place dans l'offre de loisirs.

### C-1-5 – Recenser et aménager les points de vue (en particulier sur la rade de Lorient) afin de faire comprendre et profiter du paysage

D'une rive à l'autre, il est parfois difficile de se repérer. Le projet serait d'identifier certains points de vue autour de la rade et d'y donner la lecture du paysage. Cette explication peut passer par l'aménagement de points de vue, mais une déclinaison complémentaire par des outils numériques pourrait être envisagée.

### C-1-6- Penser la rade comme un carrefour des mobilités touristiques (transport = éléments d'information touristique)

Afin de renforcer la compréhension de la rade, le réseau des bateaux bus pourrait être, en saison, un support de découverte supplémentaire du territoire.

**PILOTAGE :**

Lorient Agglomération, Sellor, LBST

**PARTENAIRES :**

Tout porteur de projet, Lorient Grand Large

**RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :**

**MOYENS HUMAINS :**

Les moyens humains actuels, notamment dans la direction Tourisme, Culture, Sport, doivent permettre d'assurer le pilotage de ces opérations, si le phasage est suffisamment large

**MOYENS FINANCIERS :**

Les moyens financiers nécessaires le seront essentiellement en matière d'investissements

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Evolution de la fréquentation des évènements
- Evolution de la fréquentation des espaces muséographiques

**PUBLIC CIBLE :**

Habitants, visiteurs, excursionnistes, touristes

**LIEN AUTRE FICHE ACTION :**

Fiche B2  
Fiche C2

## Axe C – Valoriser la Rade et Développer des pôles d’attractivité sur le territoire

### Enjeu C-2 – ASSUMER ET VALORISER LES HISTOIRES DU TERRITOIRE

#### CONTEXTE & ENJEUX :

La presqu’île de Keroman et son ancienne base de sous-marins sont un lieu majeur du patrimoine, comme architecture militaire et comme trace des affrontements du 20<sup>ème</sup> siècle. D’autres sites du territoire comme le mur de l’Atlantique du Courégant ou la cité de l’habitat provisoire de Soye à Ploemeur, le fort du Loch de Guidel qui servit de poste de défense contre l’aviation et d’observation pour les Allemands, ou l’abri anti-bombes de la place Alsace Lorraine de Lorient, la citadelle de Port Louis, son mémorial et ses bunkers, etc., sont autant de vestiges de la Seconde Guerre mondiale qui justifient le développement de nouveaux circuits de tourisme autour du patrimoine de mémoire de la Seconde Guerre Mondiale et de la libération de la poche de Lorient.

Parallèlement, au-delà de La Base, des pôles d’attractivité viennent équilibrer l’offre touristique sur le territoire et mettre en valeur la diversité des propositions : on peut citer les pratiques équestres autour d’Hennebont la mise en valeur de la tradition à Poul-Fetan à Quistinic, de la mise en valeur des pratiques artistiques et artisanales à Pont-Scorff, etc...

L’offre riche et diversifiée du territoire, sa singularité, la complémentarité entre produits publics et produits privés, offre un potentiel de storytelling et de mise en valeur important.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L’ACTION :

**Action C-2-1 – Mettre en place des parcours patrimoniaux autour de la seconde guerre mondiale, autour de l’histoire de Lorient (Musée de la Compagnie des Indes) ... Avoir une approche dynamique (utilisation des nouvelles technologie...)**

Il s’agit ici de raconter les histoires du territoire, notamment dans la perspective de l’anniversaire de la libération de la poche de Lorient. Pour ce faire, il est nécessaire de s’appuyer sur différents référents, sur les associations locales, l’université de Bretagne Sud et de garantir la qualité est l’exactitude des références historiques.

Il est nécessaire également de s’appuyer sur les bons outils de médiation : panneaux, applications... en fonction du public visé et des objectifs de mobilité.

**Action C-2-2 – Revoir le parcours de visite de La Base et du K3**

La ville de Lorient souhaite réfléchir à la mise en place d’un centre d’interprétation sur la seconde Guerre mondiale dans le K3. Cette offre serait complémentaire à celle déjà existante sur le site et nécessite une patrimonialisation partielle du blockhaus.

Le projet est ambitieux et demande la mise en place de plusieurs groupes de travail (groupe technique / comité scientifique). Il est possible d’envisager un déploiement du projet en plusieurs phases.

**Action C-2-3 – Mettre en valeur des lieux atypiques du territoire via des performances artistiques**

L'idée est de favoriser les performances artistiques dans des lieux atypiques du territoire : salle événementielle K2, K3, fort du Loch, etc... Ces projets peuvent s'imaginer par des mises à disposition facilitées des espaces publics ou appartenant à des propriétaires publics.

Ces mises en valeur peuvent également être associées à un événementiel.

**Action C-2-4 – Soutenir le développement d'un pôle équestre autour du Haras d'Hennebont**

Depuis plusieurs années, Lorient Agglomération s'est engagée dans le renouvellement du parcours de visite et la construction d'une salle de spectacle équestre. Au-delà de ce projet touristique et culturel, le site du haras est amené à rayonner sur d'autres thématiques comme le sport équestre, le cheval territorial, le cheval santé, etc...

Il s'agit ici d'accompagner, avec les autres partenaires institutionnels, le développement du site du Haras d'Hennebont, afin d'en faire un véritable pôle d'attractivité équestre, reconnu nationalement.

**Action C-2-5- Soutenir l'image traditionnelle de la Bretagne autour de Poul Fetan**

Poul Fetan, village du début du vingtième siècle, accueille tous les ans jusqu'à 50 000 visiteurs. Des investissements ont récemment été réalisés afin de créer un nouveau bâtiment d'accueil qui contribue à donner une nouvelle image du site.

Les investissements doivent accompagner avantageusement les nombreuses animations et démonstrations réalisées au cours des visites.

En proximité de Blavet, avec de nombreuses randonnées à proximité, un train touristique qui circule 2 fois par semaines l'été, le site a un potentiel de développement qui mérite un accompagnement.

La réflexion sur l'intérêt communautaire de cet équipement est posée et en cours d'étude.

**PILOTAGE :**

Lorient agglomération / Sellor / ville de Lorient

**PARTENAIRES :**

Communes, exploitants, UBS, associations

**RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :****MOYENS HUMAINS :**

Les moyens humains pour l'ensemble de ces projets sont partagés entre les différents acteurs

**MOYENS FINANCIERS :**

Ils peuvent se révéler importants selon la manière de mettre en œuvre les soutiens aux projets. Le Haras d'Hennebont, via le syndicat mixte, porte un projet équestre global à plus de 5M€

Le projet de parcours de visite dans le K3 se chiffrera également probablement en M€

Envoyé en préfecture le 19/12/2023

Reçu en préfecture le 19/12/2023

Publié le

ID : 056-200042174-20231212-DEL\_2023382-DE

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Parcours de visite mis en place
- Nombre de visiteurs accueillis dans les équipements

**PUBLIC CIBLE :**

Habitants, touristes, communes, lieux de visite

**LIEN AUTRE FICHE ACTION :**

. Fiche C3

## Axe C – Valoriser la Rade et Développer des pôles d’attractivité sur le territoire

### Enjeu C-3 – S’AFFIRMER COMME TERRITOIRE D’UN INTERCELTISME CONTEMPORAIN : ALLIER TRADITION ET MODERNITE

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Le Festival Interceltique de Lorient est de loin l’évènementiel le plus important du territoire. En 2023, ont été comptabilisés près de 1M de visiteurs sur 10 jours. Une étude Flux Orange réalisée en 2015 confirme un doublement du nombre de visiteurs en moyenne journalière sur la zone du festival : l’augmentation des touristes est la plus forte (+377%) puis vient celle des excursionnistes (+203%), sachant qu’en valeur, ce sont les Morbihannais qui restent les plus nombreux.

Selon cette même étude, le FIL génère un impact économique très significatif puisqu’il génère près de 13M€ de recettes sur le territoire dans l’année. Rapportée au budget de l’évènement, la richesse créée pour 1€ dépensé par l’évènement, est de 2€, ce qui est un niveau important.

Le FIL est donc un évènement phare qui porte la notoriété de Lorient, mais avec une image qui a peu évolué au cours des dernières années, des suggestions ont été formulées par les acteurs du territoire :

- . que l’image soit plus moderne et plus jeune
- . que des « capsules évènementielles » puissent se faire en dehors de la période du festival, toute l’année, pour faire vivre l’inter-celtisme
- . de des évènements FIL puissent se faire dans d’autres communes su territoire.

L’équipe du FIL, récemment renouvelée, a déjà engagé des actions, notamment en direction des plus jeunes.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L’ACTION :

##### Action C-3-1 – Faire vivre le FIL au-delà de la période classique du festival et au-delà de Lorient sur l’ensemble de l’agglomération

Les financeurs institutionnels du FIL souhaiteraient que le festival puisse bénéficier à des publics plus larges et que le festival puisse organiser des actions culturelles en plus de celles organisées sur le temps du festival.

Les communes du territoire, qui parfois subissent les désagréments de l’afflux de visiteurs (gestion des espaces de stationnement en périphérie, saturation des espaces etc.), souhaiteraient pouvoir bénéficier également de retombées positives (délocalisation de concerts par exemple).

Pour ce faire, les échanges doivent être maintenus avec l’équipe du FIL, afin que des accords puissent être trouvés.

##### Action C-3-2 – Soutenir le FIL dans sa volonté d’évoluer avec son temps : mixer tradition (instrument, danse) avec nouvelles pratiques musicales (rap, électro), dans la programmation

La programmation du FIL, depuis quelques années, fait des efforts et des tests, afin de rajeunir sa fréquentation. Ainsi, le KLEUB a été créé, endroit mixant musique celte et électro, dans une ambiance de club.

Le succès de cet endroit est encourageant et il est important que l’équipe du festival continue ses expérimentations en ce sens.

Le Festival pourrait également bénéficier d'un soutien dans sa capacité à faire rayonner la langue bretonne en veillant à développer la présence de la langue bretonne dans les documents édités par l'association, mais également par ses partenaires. Cet enjeu doit rayonner au-delà de la période du festival.

**PILOTAGE :**

FIL, Lorient Agglomération

**PARTENAIRES :**

FIL, Lorient Agglomération, communes

**RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :**

**MOYENS HUMAINS :**

Les moyens humains se situent essentiellement au niveau de l'association du festival.

**MOYENS FINANCIERS :**

Lorient Agglomérations doit veiller à maintenir son soutien financier à l'association, auprès des autres partenaires.

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Renouvellement du public
- Rayonnement sur le territoire par des actions déconcentrées
- Traduction en breton

**PUBLIC CIBLE :**

Habitants, touristes

**LIEN AVEC AUTRE FICHE ACTION :**

Fiche C2

## Axe C – Valoriser la Rade et Développer des pôles d’attractivité sur le Territoire

### Enjeu C-4 – FAVORISER DES POLES D’ATTRACTIVITE DANS LES COMMUNES VERTES ET SUR LE BLAVET

#### CONTEXTE & ENJEUX :

De manière générale en Morbihan, 75% des flux touristiques sont situés dans les communes littorales. De la même manière, 82% des hébergements marchands sont implantés sur les communes ayant une façade maritime.

Pour autant, le territoire, entre mer, rade et vallée, offre d’autres atouts qu’il importe de valoriser :

- . le Blavet, qui propose une offre d’activités et de découverte par bateau (via la rade ou à vélo (via le hallage), constitue un axe pénétrant essentiel. Son accès par la rade doit être rendu plus lisible et les services le long du halage doivent être développés (maisons éclusières) ;
- . Inzinzac Lochrist et son parc d’eau vive, son lien avec l’industrie des forges, l’écrin de Locastel, doivent poursuivre leur mue afin de trouver leur équilibre ;
- . Le Scorff et Pont Scorff disposent d’atouts en termes de paysage, de lieux culturels et d’artisanat d’art.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L’ACTION :

##### Action C-4-1 – Mettre en place une nouvelle signalisation Touristique

L’actuelle signalisation touristique est datée et elle ne couvre pas l’ensemble du territoire de Lorient agglomération. Il importe d’actualiser et de mener une réflexion sur un nouveau schéma de signalisation à l’échelle des 25 communes, s’appuyant sur la charte départementale. Sa mise en œuvre pourra être phasée dans le temps (déploiement par exemple sur 4 ans), en lien avec les communes.

##### Action C-4-2 – Développer la navigation et les activités sur le Blavet et sur le Scorff (étudier la mise en place un contrat de canal)

La navigation sur le Blavet et sur le Scorff, si elle revêt des natures différentes (le Blavet canalisé peut accueillir des bateaux d’une taille plus importante et même des voiliers alors que le Scorff se prête plus à la découverte en canoé), peut être développée en lien avec les communes et les associations locales.

La mise en place d’un ponton fluvial à Inzinzac Lochrist, en 2023 est un début, mais des actions coordonnées avec les autres communes longeant le Blavet (y compris au-delà de l’agglomération) et la Région Bretagne (propriétaire du Blavet) pourraient être envisagées. Les contrats de canal proposés par la Région pourraient être un outil intéressant à étudier.

##### Action C-4-3 – Définir et mettre en œuvre le projet de site sur Locastel à Inzinzac Lochrist

Une réflexion est engagée depuis plusieurs mois afin de trouver un nouvel élan pour le site de Locastel à Inzinzac Lochrist. Le projet de site, en lien avec le parc d’eau vive, en complémentarité des projets communaux et avec les autres activités touristiques situées à proximité (halage, forges, ponton fluvial...) doit permettre de répondre aux besoins d’équilibre économique du site et aux activités de baignades.

Les investissements à prévoir peuvent être conséquents (première estimation à 8M€).

**Action C-4-4 – Communiquer sur les labels patrimoniaux dont les « petites cités de caractère »**

Le territoire dispose de nombreuses communes labellisées :

- . Ville d'art et d'histoire : Lorient
- . Petite cité de caractère et ville et métiers d'art : Pont Scorff, Port Louis
- . Ville de surf : Guidel
- . Stations classées : Larmor-Plage, Port-Louis, Ploemeur
- . Communes touristiques : Gâvres, Groix, Guidel, Pont-Scorff, Larmor-Plage, Ploemeur, Port-Louis

Il est nécessaire de bien communiquer sur ces labellisations.

**Action C-4-5 – Favoriser l'implantation d'activités ludiques, culturelles et sportives**

Lorient agglomération, à l'image de ce qui a été mis en œuvre pour les Terres de Natae, peut se positionner pour accompagner, via ses outils juridiques, les porteurs de projets d'envergure sur le territoire. Cet accompagnement doit se faire au vu d'un projet ambitieux et dans le cadre d'un accompagne multi-partenarial, en lien avec sa politique économique.

**PILOTAGE :**

Lorient Agglomération et LBST pour la communication

**PARTENAIRES :**

Communes, associations, partenaires institutionnels

**RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :****MOYENS HUMAINS :**

Les projets ciblés doivent pouvoir s'intégrer dans la charge de travail actuelle de la DTCS

**MOYENS FINANCIERS :**

Au-delà des actions de promotion, la mise en œuvre des projets nécessitera le déploiement de moyens financiers adaptés. Le développement de l'île de Locastel, la mise en navigation du Scorff et du Blavet (estimation non réalisée), la signalisation touristique (estimée à 600 000€) nécessiteraient l'inscription de budgets importants pour lesquels il sera nécessaire d'aller chercher des financements auprès de partenaires.

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Fréquentation des communes vertes
- Fréquentation des espaces de visite de ces communes

**PUBLIC CIBLE :**

Habitants, touristes, excursionnistes

Envoyé en préfecture le 19/12/2023

Reçu en préfecture le 19/12/2023

Publié le

ID : 056-200042174-20231212-DEL\_2023382-DE

**LIEN AUTRE FICHE ACTION :**

Fiche B2

Fiche B3

## Axe D – PROPOSER DES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES DE QUALITE DANS LE RESPECT DES BESOINS DE LA POPULATION LOCALE

### Enjeu D-1 – Préserver la place de l’Habitant dans la stratégie touristique

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Ces dernières années, les questions sur le tourisme de masse et la sur-fréquentation sont souvent traités dans les articles de presse, les réunions et dans les organisations en charge du tourisme.

Le tourisme qui s’est développé dans ces 50 dernières années est par nature concentré dans le temps (période estivale essentiellement) et dans l’espace (balnéaire)). L’observation de capacités d’accueil en hébergement (marchand et non marchand) confirment cette concentration littorale. Toutefois, ce phénomène a peu évolué depuis 30 ans : la fréquentation touristique du département, son offre en hébergement (marchand et non marchand) et sa saisonnalité sont stables.

En revanche, on constate une augmentation des excursionnistes notamment en juillet et Août. Ce phénomène s’ajoute à la fréquentation touristique et se concentre dans les mêmes endroits. Ce phénomène, accentué par le COVID, va-t-il cependant perdurer ?

L’augmentation du nombre d’habitants dans les 3 EPCI du sud Morbihan les plus peuplés vient également s’ajouter à la fréquentation habituelle.

L’acceptation du tourisme par les habitants peut donc être un sujet sur certains espaces.

L’étude « sentiment » menée par l’ADT a démontré que le territoire de Lorient Agglomération, le tourisme est un phénomène qui semble bien accepté. A part à Groix, où la situation est plus tendue, il n’y a pas d’expression de rejet du tourisme ni même d’inquiétude. Pour autant, l’équilibre est fragile et le tourisme ne doit pas se faire au détriment de la qualité de vie des habitants. Il doit rester mesuré prendre en compte les populations résidentes, penser l’habitant comme une clientèle à part entière.

L’activité touristique doit être regardée comme une activité de développement local.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L’ACTION :

##### Action D-1-1 – Promouvoir les espaces de visibilité et les évènementiels à destination des habitants

Dans la conception d’évènements, l’habitant doit être confirmé comme une véritable cible marketing : il est nécessaire de confirmer les actions évènementielles locales comme les journées du patrimoine, les Aventuriers de la mer, Lorient Océans ou les expositions temporaires.

Cette action passe par le maintien du soutien à ces activités, mais également par une communication à destination des habitants.

##### Action D-1-2 – Faire connaître aux habitants les retombées positives du tourisme (via les outils de communication et de la pédagogie)

Les investissements réalisés pour les touristes bénéficient tout autant aux habitants du territoire (espaces muséographiques, restaurants, randonnées, etc...). Le salon « Bienvenue chez vous », initié en 2022, répond parfaitement à cet objectif. Il est nécessaire de conforter cet évènement dans le temps.

En outre, l’observatoire du tourisme permet de suivre certains indicateurs comme les emplois créés dans le secteur du tourisme, les retombées économiques, etc... L’usage de ces données, essentiellement exploitées et connues des acteurs du tourisme, pourraient trouver une traduction plus tournée vers les habitants, par exemple à l’occasion du salon « Bienvenue chez vous ».

**Action D-1-3 – Se doter d'un baromètre de suivi des indicateurs d'acceptabilité du tourisme par les habitants (étude sentiment à renouveler)**

L'objectif de cette action est d'accompagner le renouvellement d'étude du type celle menée par l'ADT, sur le sentiment des habitants vis à vis des touristes.

Une réflexion pourrait être menée avec les EPCI voisins, la Région et/ou le département, pour définir des indicateurs partagés d'acceptabilité du tourisme et le rythme de ces observations.

**PILOTAGE :**

Lorient Agglomération, LBST, Audelor

**PARTENAIRES :**

Tous les acteurs du tourisme

**RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :****MOYENS HUMAINS :**

Ces actions peuvent être réalisées à moyens constants

**MOYENS FINANCIERS :**

Les moyens financiers nécessaires concernent des actions de communication et d'études. Les moyens financiers nécessaires restent donc raisonnables.

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Acceptabilité du tourisme

**PUBLIC CIBLE :**

Locaux

**LIEN AUTRE FICHE ACTION :**

## Axe D – PROPOSER DES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES DE QUALITE DANS LE RESPECT DES BESOINS DE LA POPULATION LOCALE

### Enjeu D-2 – SUIVRE L'EVOLUTION DE L'HABITAT

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Lorient agglomération compte 13 000 lits marchands, 46 000 lits non marchands (résidences secondaires et logements occasionnels) qui ont permis, en 2020 près d'1 M de nuitées sur le territoire. Sans surprise, les lits sont majoritairement situés sur la frange littorale. Le positionnement se situe majoritairement dans le moyenne gamme.

Depuis 2 ans, des tensions se font sentir dans certaines communes du territoire : les prix de l'immobilier augmentent et dans le même temps, l'accès à la location semble se tendre. Les logements mis à la location sur les plateformes sont pointés du doigt, les propriétaires privilégiant la location saisonnière aux baux classiques.

Ce phénomène engendre des difficultés pour les étudiants, mais également pour les saisonniers et par ricochet, pour les professionnels du tourisme qui peuvent peiner à recruter du fait des problèmes d'accès à l'hébergement.

Il est important de pouvoir objectiver ce phénomène, de pouvoir suivre son évolution, afin que des solutions puissent être trouvées.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

Action D-2-1 – Intégrer dans un observatoire du logement des indicateurs et des statistiques sur les meublés de tourisme permettant de déclencher la mise en œuvre de procédures telles que le changement d'usage

Audelor sera missionnée par Lorient Agglomération pour observer et mesurer annuellement l'évolution du parc de meublés touristiques et partager cette connaissance avec les partenaires. En ce sens, la procédure d'enregistrement permettra de développer une connaissance plus précise du tissu des meublés de tourisme présents sur le territoire et de son évolution. Les communes communiqueront leurs données à Audelor pour analyse.

Action D-2-2 – Assurer une gestion active de la taxe de séjour pour accompagner la politique de l'habitat (suivi de son évolution, ajustement des tarifs, etc.)

Lorient Agglomération perçoit les recettes issues de la taxe de séjour. Elle s'appuie pour cela sur un logiciel : 3DO, qui permet un traitement statistique des données.

Ces données sont transmises tous les ans à Audelor, dans le cadre de l'observatoire du tourisme et peuvent ainsi alimenter un observatoire territorial des meublés touristiques.

Action D-2-3 – Mettre en place un groupe de travail sur la question du logement des saisonniers

Au vu des difficultés rencontrées il est envisagé la mise en place d'un ~~groupe de travail spécifique~~ réunissant des acteurs publics et privé du tourisme, pour suivre la tendance et les difficultés rencontrées sur le logement saisonnier si elles se confirment.

Ce groupe aurait pour mission de mettre en œuvre des actions de sensibilisation, de communication, de recherche de solutions, et la mise en place d'un éventuel guichet unique à l'image de ce qui s'est créé sur AQTa ou GMVA. Tout ceci dans un objectif de faciliter le logement des saisonniers et de leur recrutement.

**PILOTAGE :**

Lorient Agglomération et Audelor et les communes du territoire

**PARTENAIRES :**

Acteurs privés du tourisme, LBST, Sellor

**RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :****MOYENS HUMAINS :**

Ces actions peuvent être réalisées à moyens humains constants car partiellement déjà réalisées

**MOYENS FINANCIERS :**

Pas de moyens financiers spécifiques nécessaires

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Evolution de l'habitat « classique » vs « habitat touristique »
- Evolution du nombre de logements saisonniers

**PUBLIC CIBLE :**

Saisonniers, habitants

**LIEN AUTRE FICHE ACTION :**

## Axe D – PROPOSER DES PRODUITS TOURISTIQUES DE QUALITE DANS LE RESPECT DES BESOINS DE LA POPULATION LOCALE

### Enjeu D-3 – Offrir des loisirs pour tous

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Sur le territoire de Lorient Agglomération, il existe un équilibre entre offre d'activités touristiques et offre de loisirs. En effet, les équipements sportifs et culturels d'intérêt communautaires, s'ils connaissent bien sûr des pics de fréquentation, sont ouverts et fréquentés tout au long de l'année par des habitants du territoire. Ils complètent une offre de loisir proposée par les communes et les autres acteurs privés du territoire.

Afin de préserver cet équilibre d'acceptabilité des touristes, il est important que les familles du territoire ne se sentent pas exclues de ces équipements et les perçoivent comme des atouts pour leur épanouissement culturel et sportif.

En outre, le territoire de Lorient Agglomération, très engagé dans les problématiques d'inclusion et d'accessibilité (HIT, présence du centre de rééducation de Kerpape...), doit poursuivre ses efforts afin que les personnes « empêchées » puissent accéder facilement à cette offre de loisirs.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

**Action D-3-1 – Poursuivre les investissements dans les espaces de loisirs d'intérêt communautaire : golfs, patinoire, Hydrophone, espaces muséographiques, centres nautiques, ports...**

Les projets actuellement en cours dans les équipements d'intérêt communautaire : création de la cité des Moussaillons, renouvellement du parcours muséographique de la Flore, modernisation du parc des expositions, réalisation de la halle de spectacle équestre, réalisation des équipements sportifs au Haras d'Hennebont, extension des ports... permettent tous de concourir au renouvellement d'une offre de loisirs, accessible aux touristes, mais également aux habitants du territoire.

Ces investissements complètent ceux réalisés dans les équipements gérés par les communes : Poul Fetan, visites patrimoniales de Lorient la Base, salles de spectacles, piscines, ...

**Action D-3-2 – Soutenir les évènementiels locaux : créer un fond financier avec des critères (éco-conditionnalité, accessibilité, langue bretonne, etc...)**

A ce jour, les évènementiels locaux sont aidés sur la base de critères en lien avec le rayonnement de ceux-ci (public attendu, nature et origine des intervenants, etc.). En fonction des politiques culturelles et sportives qui seront définies à l'avenir, ces critères pourraient être affinés et reliés aux différentes compétences de l'agglomération. Actuellement des conditions sur le tri des déchets sont systématiquement intégrées. Il pourrait être également imaginé des conditions en termes d'économies d'eau (toilettes sèches ou autre), mais également de mise en avant des déplacements en co-voiturage, de traductions en breton ...

En outre, des critères sur l'inclusivité ou le public cible (habitants / jeunes / femmes) pourraient également être imaginés.

Un groupe de travail sera à constituer sur ce sujet.

Il s'agirait ici, de pouvoir lier les aides financières versées par l'agglomération, à certaines conditions lors de l'organisation d'évènements.

#### Action D-3-3 – Réaliser une campagne de communication pour "voyager sans se ruiner" sur le territoire

Afin de toucher la cible des jeunes, mais également des personnes avec peu de ressources, une campagne de communication ou un module sur le site de l'office de tourisme « voyager sans se ruiner » pourrait être développés.

Cette action viserait à la fois les habitants du territoire, mais pourrait également s'ouvrir aux extérieurs en mettant en avant des « bons plans » hors saison et des moyens de transport collectifs.

#### Action D-3-4 – Réactiver le groupe touristique « Lorient la Base », avec les différents acteurs touristiques, afin de préparer les saisons, en faire le bilan, s'organiser et établir des stratégies concertées.

Il y plusieurs années, un groupe de travail réunissant l'ensemble des acteurs touristiques de Lorient la Base : la Sellor, le musée sous-marin, la ville de Lorient et l'office de tourisme, se réunissait en avant et en arrière-saison, animé par Lorient Agglomération. Avec le temps, ce groupe ne s'est plus réuni et cela constitue un manque dans l'animation de ce pôle touristique majeur du territoire, bénéficiant d'une billetterie commune.

Il est donc proposé de relancer ce groupe d'acteurs, en lien avec la billetterie commune du site, avec comme objectif : en avant saison, de préparer les communications et l'accueil des saisonniers et en après saison, de faire le bilan de saison.

L'élargissement de ce type de groupe à d'autres équipements structurant publics du territoire (Poul Fetan, Citadelle de Port Louis) pourrait être étudiée, en vue d'une mise en réseau renforcée de ces acteurs.

#### PILOTAGE :

Lorient Agglomération, LBST

#### PARTENAIRES :

Gestionnaires d'équipements, LBST, acteur du tourisme, communes...

#### RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :

##### MOYENS HUMAINS :

Les actions doivent pouvoir être mises en œuvre à moyens constants en phasant leur mise en œuvre

##### MOYENS FINANCIERS :

Les moyens financiers le plus importants sont à prévoir sur le volet investissement permettant de maintenir et de développer l'intérêt des sites touristiques : Cité de la Voile Eric Tabarly, Flore, Haras...

Envoyé en préfecture le 19/12/2023

Reçu en préfecture le 19/12/2023

Publié le

ID : 056-200042174-20231212-DEL\_2023382-DE

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Fréquentation des équipements touristiques et de loisirs
- Critères d'éco conditionnalité
- Dynamisme du groupe Lorient La Base

**PUBLIC CIBLE :**

Habitants, Touristes

**LIEN AUTRE FICHE ACTION :**

Fiche B 1

## Axe E – ASSURER L'ACCESSIBILITE DE L'OFFRE TOURISTIQUE DE LORIENT BRETAGNE SUD

### Enjeu E-1 – Développer un tourisme plus inclusif et aller vers une destination pour tous

#### CONTEXTE & ENJEUX :

Lorient Agglomération est engagée depuis des années sur la thématique de l'inclusion : la présence sur le territoire d'un centre de rééducation fonctionnelle réputé, le programme Handicap Innovation Territoire, la présence d'acteurs autour de la filière handicap ont permis au territoire d'être en pointe dans ses actions en faveur des personnes handicapées.

Le Ministère de l'Économie et des Finances, au travers de la Direction Générale des Entreprises, met en valeur 3 marques d'État consacrées au Tourisme et à la vie quotidienne dans les territoires : Qualité Tourisme, Tourisme et Handicap et Destination Pour Tous.

Lorient agglomération, avec ses partenaires, souhaite donc poursuivre la politique volontariste actuelle et l'intensifier.

#### RESULTATS A ATTEINDRE & DESCRIPTION DE L'ACTION :

Action E-1-1 – Finaliser le site internet recensant les activités de loisirs accessibles aux personnes handicapées

Cette action fait l'objet d'une opération du projet Handicap Innovation Territoire (opération 5.3.1), pilotée par la Direction Numérique et territoire Intelligent (DNTI) de Lorient Agglomération. Son objectif est de recenser et de rendre accessible à tous, les offres sportives, culturelles et de loisirs du territoire. Elle correspondra aux normes d'accessibilité web RGAA, mises en place par le Décret du 24 juillet 2019 relatif à l'accessibilité des services de communication au public en ligne.

Au terme de la réalisation de son cahier des charges, notamment du point de vue des données relatives à la RGPD, et d'un marché public permettant la sélection d'une entreprise à même de lancer son développement, cette opération a débuté au mois de novembre 2022. Durant les mois de juillet et août 2023, une version « Bêta » était disponible pour tests, auprès d'utilisateurs en situation de handicaps.

Au cours, des mois de septembre et octobre 2023, les retours de ce test ont alimenté des modifications de la plateforme. Les mois de novembre et décembre 2023 sont consacrés à l'intégration d'une « brique » de développement, permettant l'intégration du module permettant l'accès à « Itinéraire » (anciennement Handimap, plateforme également en cours de renouvellement).

Enfin, le début de l'année 2024 permettra l'intégration et le partage de données avec la plateforme développée par le Département du Morbihan et l'entreprise « Ma Boussole Aidante ». Cette dernière est consacrée au recensement des aides sociales et l'accompagnement des personnes handicapées vers plus d'inclusion au sein de la société.

Action E-1-2 – Aider à l'acquisition d'équipements qui permettront de rendre les sites et les événements accessibles aux personnes handicapées (gilets vibrants pour la musique / audio guides / visites virtuelles pour des espaces inaccessibles / développer les outils FALC / veiller aux contrastes dans les documents édités...)

Au travers du HIT, mais également à l'occasion de certains projets, tels que des renouvellement muséographiques, l'idée est d'enrichir les structures et équipements du territoire par des équipements permettant d'améliorer l'expérience de visite des publics empêchés.

Cette dynamique s'inscrit également dans un objectif d'accélération des labellisations « Tourisme et Handicap », des équipements publics, mais également privés, du territoire.

#### Action E-1-3 – Communiquer sur les "balades confort" et les développer

Le guide des balades confort est sorti à l'été 2023. A ce jour gratuit, celui-ci semble connaître un succès important auprès du public.

Il s'agit donc dans cette action, de poursuivre sa mise en valeur lors de salons, d'actions de communication ainsi que sa distribution par les offices de tourisme.

Ce guide devra être actualisé et enrichi au fil des années.

#### Action E-1-4 – Accompagner les porteurs de projets sur leurs projets de labellisation tourisme et handicap pour aller vers une Destination pour Tous

Lorient agglomération dispose actuellement d'un agent mobilisé autour des actions liées au tourisme et aux loisirs dans le cadre du HIT. Cet agent accompagne également les porteurs de projet qui souhaitent s'engager dans une démarche de marquage « tourisme et handicap ».

Le nombre d'équipements du territoire labellisés ou en phase de l'être augmentant, Lorient Agglomération peut se projeter et envisager passer la marche supérieure en devenant une « Destination pour tous ». Ce projet nécessite une réflexion sur sa faisabilité au vu des atouts du territoire et des moyens à mobiliser.

#### PILOTAGE :

Lorient Agglomération

#### PARTENAIRES :

Professionnels du tourisme, LBST

#### RESSOURCES ANNUELLES ESTIMEES :

##### MOYENS HUMAINS :

Ces projets doivent pouvoir être développés à moyens constant, si le phasage est organisé

##### MOYENS FINANCIERS :

Les moyens financiers résident d'ans l'acquisition d'équipements innovants, favorisant l'inclusion des personnes en situation de handicap

Envoyé en préfecture le 19/12/2023

Reçu en préfecture le 19/12/2023

Publié le

ID : 056-200042174-20231212-DEL\_2023382-DE

**INDICATEURS DE RESULTAT :**

- Nombre d'équipements labellisés Tourisme et handicap
- Obtention de la marque destination pour Tous

**PUBLIC CIBLE :**

Personnes empêchées

**LIEN AUTRE FICHE ACTION :**

Action B 1 1

Action D 3 2