

Élaboration d'une

# stratégie et d'un plan d'actions de développement touristique

pour le territoire de Couesnon  
Marches de Bretagne 2021 – 2027



Document synthétique de présentation



## LES PRINCIPALES ÉTAPES DU PROJET

La Communauté de Communes Couesnon Marches de Bretagne (CCMdB) a missionné un groupement d'études composé de l'entreprise **ATEMIA** et de **l'Agence Déclic**, dont le travail a été structuré autour de **plusieurs étapes clés** :

# 1

### Diagnostic territorial, structuré autour de l'**analyse de fonctions stratégiques** :

- Notoriété / Communication
- Organisation spatiale et mobilités
- Activités de pleine nature
- Activités patrimoniales et culturelles
- Hébergements touristiques
- Terroir / restauration
- Clientèles et marchés
- Gouvernance / Coordination de l'action touristique

Il a pour objectifs de fournir une présentation de la situation actuelle de l'activité touristique et de la gouvernance.

Il permet de définir les enjeux et les conditions de réussite d'un développement touristique. Elaboré dans un souci de concertation, les acteurs locaux du tourisme ont été entendus lors d'entretiens et ont pu échanger lors de 2 ateliers organisés en visioconférence.

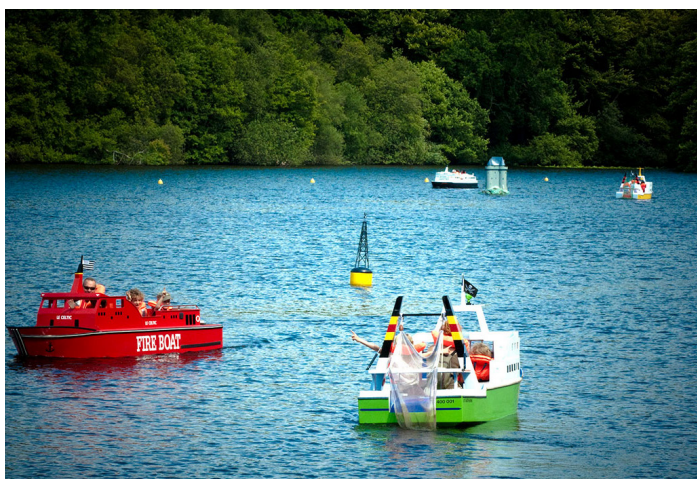
# 2

### Un projet touristique porteur d'une **ambition stratégique à 5 ans**, permettant le développement touristique de la CCMdB.

Il s'agit de définir un socle et un positionnement, partagés par tous, en cohérence avec les publics cibles identifiés.

# 3

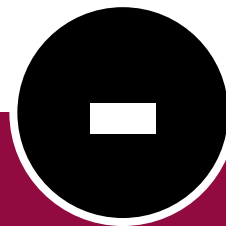
### Des leviers opérationnels, organisés autour de **3 axes stratégiques**, et déclinés sous forme d'actions, permettant d'atteindre l'ambition souhaitée.





## LES FORCES

1. **Une localisation** en bordure de Rennes au cœur d'un triptyque de destinations d'envergures nationales et internationales (Saint-Malo, Mont-Saint-Michel)
2. **Une destination au calme et facilement accessible** pour tous, y compris économiquement
3. **Un patrimoine naturel varié** et des chemins de grande itinérance de bonne facture et / ou avec un fort potentiel de valorisation (Chemin de Compostelle, Voies vertes et valorisation de la Vg en cours)
4. **Du patrimoine bâti identitaire riche** et retraçant tout un panel d'époques (médiéval, renaissance, ...), en mesure d'attirer des clientèles de proximité
5. **De nombreux sites de visites**, dont certains avec des fréquentations intéressantes et une dynamique de projet dans la mise en valeur patrimoniale et loisir de la Communauté de Communes Couesnon Marches de Bretagne
6. **Des hébergements marchands** principalement polarisés sur des chambres d'hôtes et gîtes, avec quelques produits d'exception ou spécifiques
7. **Des habitudes de travail à des échelles plus larges** déjà enclenchées par les travaux sur les destinations régionales et avec la SPL Destination Fougères

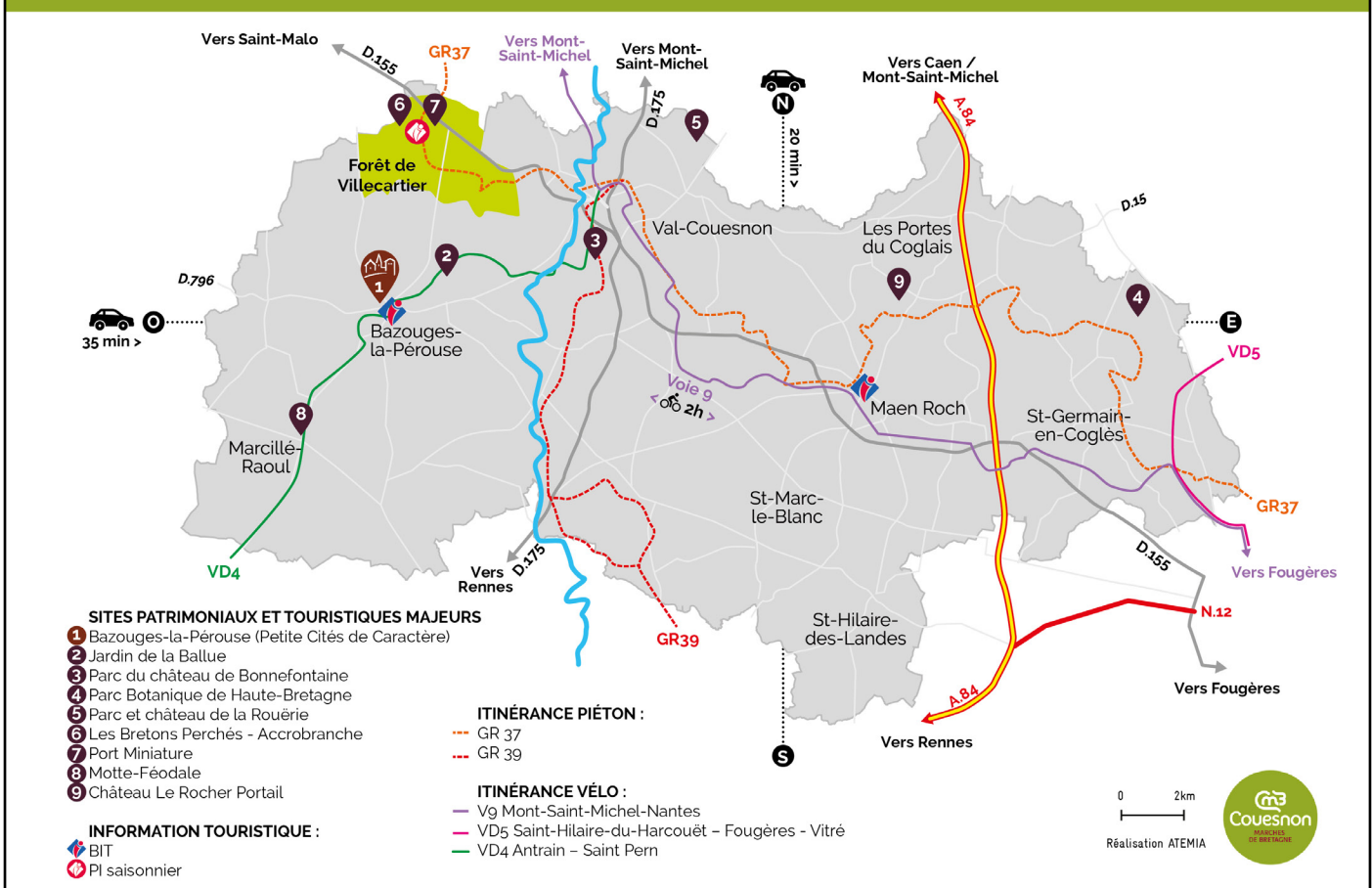


## LES FAIBLESSES

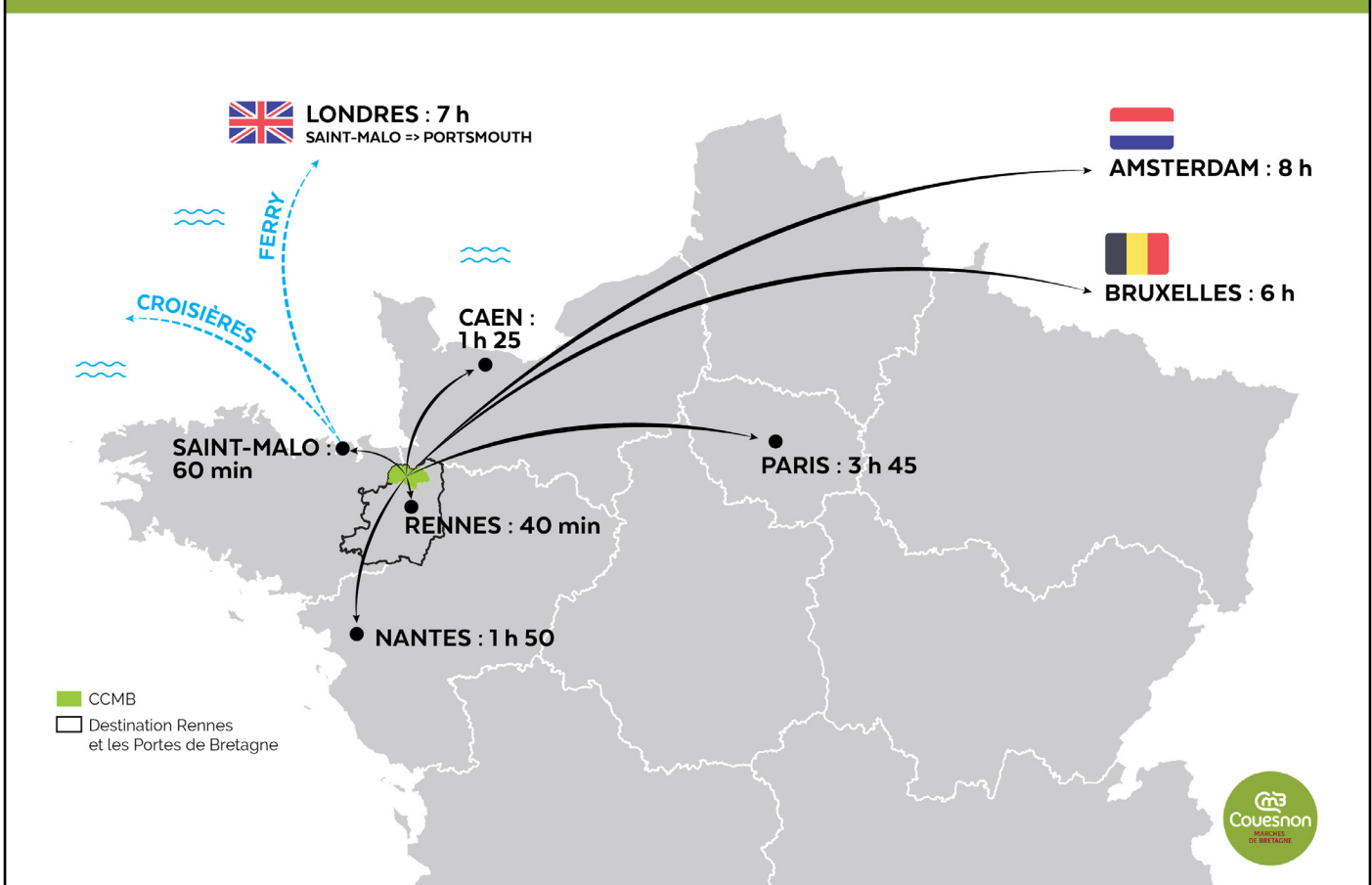
1. Un **manque de lisibilité** du territoire suscité par la cohabitation d'acteurs touristiques
2. Un **déficit de notoriété** et une multitude d'identités et de labels touristiques à même de confondre le visiteur
3. Une **localisation difficile** à appréhender d'un point de vue touristique et une échelle d'intervention pas évidente pour l'éco système d'acteurs
4. Des éléments naturels identitaires **faiblement mis en tourisme** et **peu d'offres** et services dédiés aux pratiquants des activités de pleine nature (vélo, randonnée, pêche ...), ne permettant pas l'essor complet de cette filière
5. Une **absence d'un site majeur** différenciant, en capacité de déclencher les visites des clientèles éloignées et peu d'offre d'animation
6. Des sites de production agricoles en présence, encore peu intégrés dans l'offre touristique
7. Une **fréquentation limitée** des points d'accueil physiques de l'Office de tourisme malgré un déploiement intéressant
8. Une « **culture** » **touristique locale à renforcer** au niveau des habitants



# CARTE DE SYNTHÈSE DE L'OFFRE TOURISTIQUE DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES COUESNON MARCHES-DE-BRETAGNE



# TEMPS DE PARCOURS DES PRINCIPALES CLIENTÈLES



## LE PROJET TOURISTIQUE

Il s'articule autour de l'ambition de s'affirmer comme

*« un territoire rural idéalement situé,  
source d'authenticité et de sérénité,  
invitant à une découverte active de la  
nature pour mieux se reconnecter »*



## LES CLIENTÈLES CIBLES



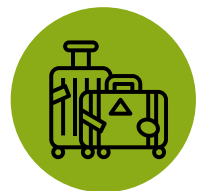
### Les clientèles de proximité

(excursionnistes, urbains des agglomérations proches, habitants, y compris les scolaires)



### Les itinérants, qui sont

des clientèles en transit, en itinérance pédestre, cyclable ou bien en camping-car



### Les séjournants, qui viennent

pour de longs week-ends voire une semaine ou plus en vacances

# UN PROJET TOURISTIQUE ORGANISÉ AUTOUR DE 3 AXES



**1** Être un territoire **efficace** dans l'offre et les aménagements touristiques



**2** Innover dans la chaîne de services et l'information touristique



**3** Avancer collectivement et s'organiser pour porter le projet touristique

3 axes...		...déclinés en 18 actions :	
AXE 1	<b>Être un territoire efficace dans l'offre et les aménagements touristiques</b>  <i>Création d'expériences multi-facettes autour de 3 filières porteuses : Patrimoine - Activités de pleine-nature &amp; itinérance-Agritourisme</i>	1	Engager un travail collectif pour définir le récit touristique du territoire (l'identité)
		2	Développer un ou plusieurs parcours immersifs de découverte s'appuyant sur le récit de territoire
		3	Relancer la démarche pour étudier les potentialités de navigabilité et de pratiques ludiques sur le Couesnon
		4	Connecter les villages à intérêt touristique et sites touristiques aux grands itinéraires de mobilité douce
		5	Engager une démarche autour du Label Pays d'Art et d'Histoire
		6	Mettre en valeur des éléments du patrimoine
		7	Proposer des animations autour des pépites du territoire
		8	Conforter l'offre événementielle du territoire
AXE 2	<b>Innover dans la chaîne de services et l'information touristique</b>	9	Réorganiser les points d'accueil sur le territoire
		10	Valoriser les portes d'entrée du territoire
		11	Installer des aires d'arrêt et de services pour les cyclistes et les piétons
		12	Inciter au développement de restauration innovante ou/et hébergement atypique
		13	Mettre en valeur des produits locaux
		14	Soutenir la labellisation
AXE 3	<b>Avancer collectivement &amp; s'organiser pour porter le projet touristique</b>	15	Fédérer les professionnels du tourisme et améliorer la connaissance de l'offre et du territoire
		16	Élaborer des offres pour les jeunes
		17	Faire des habitants les ambassadeurs du territoire
		18	Mettre en place de nouveaux partenariats (Gouvernance)





Communauté de Communes  
de Couesnon Marches de Bretagne

Parc d'Activités Saint Eustache,  
Saint Etienne en Coglès

35 460 MAEN-ROCH

Tél. : 02 99 97 71 80



ATEMIA développement

94, Impasse de la Roselière,  
ZA du Terraillet

73 190 SAINT-BALDOPH

Tél. : 04 79 65 24 07  
contact@atemia.org



Agence Déclic

101A Avenue Henri Fréville,  
35200 RENNES

Tél. : 09 86 32 65 10  
contact@agence-declic.fr