

MORBIHAN TOURISME

RAPPORT D'ACTIVITES 2021



EDITO

Chers élus, chers partenaires, chers collègues,

L'année 2021 marque encore le pas avec la crise sanitaire qui affecte l'économie mondiale et le secteur du tourisme en particulier.

Du côté des nuitées touristiques, les résultats demeurent inférieurs au niveau d'étiage de l'exercice précédent mais, à l'inverse, la fréquentation des excursionnistes atteint des records sur la haute saison.

Une fois de plus, nous résistons mieux que nos concurrents même si la clientèle étrangère, les groupes et le MICE sont encore affectés et attendent un retour à des jours meilleurs.

Loin de toute résignation, notre équipe (à l'écoute de vos besoins et de vos attentes), a mis toute son énergie et son agilité pour adapter nos actions, nos missions et nos moyens afin d'aider les professionnels, nos clubs, nos filières et nos territoires à traverser une nouvelle fois cette crise et ses conséquences sur notre secteur stratégique pour l'emploi et l'économie.

Toujours au service de nos actionnaires et de nos clients, nous avons devant nous des chantiers passionnants, qui nécessitent d'unir nos forces pour faire de la saison 2022, une opportunité pour notre agence au service du Morbihan, des professionnels, des territoires et des touristes.

Samuel PISAR écrivait « il n'est de richesse que d'hommes ».

Alors merci à l'ensemble des femmes et des hommes de l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan pour leur travail et leur engagement, à notre Conseil d'Administration pour son écoute et sa mobilisation et au Conseil départemental et ses élus pour son soutien et son investissement pour faire de notre destination, une terre d'avenir et d'équilibre au service de ses habitants et pour le bonheur de ses visiteurs !

Patrick LEVY
Directeur général de l'ADT du Morbihan

RAPPORT D'ACTIVITES 2021

En 2021, l'ADT a poursuivi le déploiement de sa stratégie Marketing 2019-2021 autour des deux principaux enjeux que sont la notoriété de la destination et la transformation en acte d'achat.

NOTORIETE DE LA DESTINATION

1 – UNE NOTORIETE BOOSTEE AUPRES DU GRAND PUBLIC.....	3
2 – DES E-COMMUNAUTES TRES ANIMEES.....	15
3 – UN ACCOMPAGNEMENT RENFORCE DES TERRITOIRES.....	19

TRANSFORMATION EN ACTE D'ACHAT

UN ACCOMPAGNEMENT ACCRU DES PRIVES.....	21
--	-----------

MARQUE BRETAGNE

L'ADT du Morbihan a obtenu la Marque Bretagne fin 2021.

La Marque Bretagne est une marque de territoire mise à la disposition de tous ceux qui souhaitent se référer à la région pour promouvoir leurs activités au niveau national et/ou international. Elle porte l'image de la Bretagne innovante et créative. Elle vise à accroître la puissance d'attractivité de la région et à valoriser l'image de la Bretagne en Europe et dans le monde.

Le Morbihan fait partie intégrante de la Bretagne et est le seul département en France à ne pas avoir un nom français, mais à porter un nom breton « Mor Bihan » qui signifie « Petite Mer ». De plus, le Morbihan est le département touristique leader de la Bretagne, en termes de fréquentation touristique. Il était donc tout naturel pour l'ADT de devenir partenaire de la marque Bretagne.

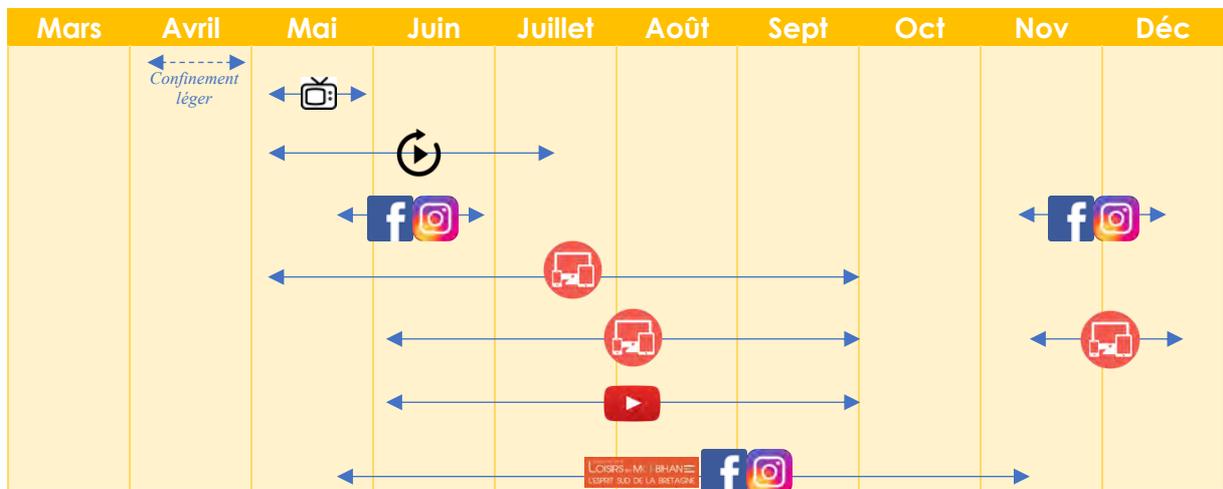


NOTORIETE DE LA DESTINATION

1 – UNE NOTORIETE BOOSTEE AUPRES DU GRAND PUBLIC

Une campagne de communication nationale

Après une année 2020 particulière qui avait vu la campagne TV se transformer en campagne de relance avec de l'affichage urbain et des dispositifs digitaux, l'année 2021 marque le retour du Morbihan en TV nationale, socle d'un plan de communication au long cours.



UNE CAMPAGNE EN TV NATIONALE

Dès le 3 mai 2021, à l'issue d'un confinement « léger » national, le spot publicitaire de 30 secondes était diffusé sur les écrans de France TV (France 2, 3 et 5) et de BFM (BFM, RMC Découverte et RMC Story), en partenariat avec l'agence Good Buy Media. 

Au total, ce sont 158 spots qui ont pu s'afficher sur les écrans durant 4 semaines, générant ainsi plus de 100 millions de contacts, soit plus de 26 millions de personnes uniques touchées.



121 spots

88,4 millions de contacts

+ de 21 millions de personnes



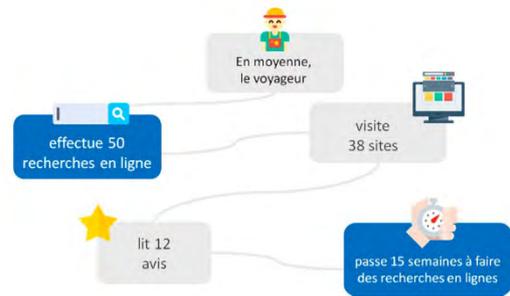
37 spots

12,5 millions de contacts

+ de 5,5 millions de personnes

UN RENFORT TACTIQUE ET STRATEGIQUE : LE DIGITAL

Le digital est au cœur du parcours client et la consommation digitale a été largement renforcée pendant les périodes de confinement et depuis. C'est la raison pour laquelle différents dispositifs digitaux, co-pilotés par nos agences partenaires, sont venus renforcer la campagne TV pour travailler la notoriété de la destination et soutenir l'économie touristique du territoire.



* Étude Amadéus

Objectifs : associer différents leviers pour « parler fort », mettre en avant le territoire et inciter les prospects à visiter la vitrine digitale du Morbihan : le site web morbihan.com.

1. Le Replay

Parce que plus d'un français sur 3 consomme du Replay chaque mois, il devient un outil complémentaire indispensable et permet une diffusion de spots publicitaires à la frontière de la TV et du digital.

Le spot de 30 secondes a ainsi été diffusé du 3 mai au 15 juillet 2021 sur les outils Replay de TF1 (MyTF1), France.TV et M6, générant 244 025 impressions (dont 65% sur MyTF1), pour un total de 3 841 clics vers morbihan.com.

En complément, un nouveau format a été testé : le 6Break. Il s'agit d'une image publicitaire cliquable, diffusée sur les replays de la chaîne M6 lorsque les spectateurs mettent en pause le programme regardé.

Un visuel spécifique a été créé. Il a été diffusé à raison de 173 837 impressions, et a généré 20 891 clics sur morbihan.com



2. Le Social Media

Comme les années précédentes, l'ADT a renforcé sa présence sur les écrans TV par la diffusion du même spot publicitaire sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram, en adaptant les formats.

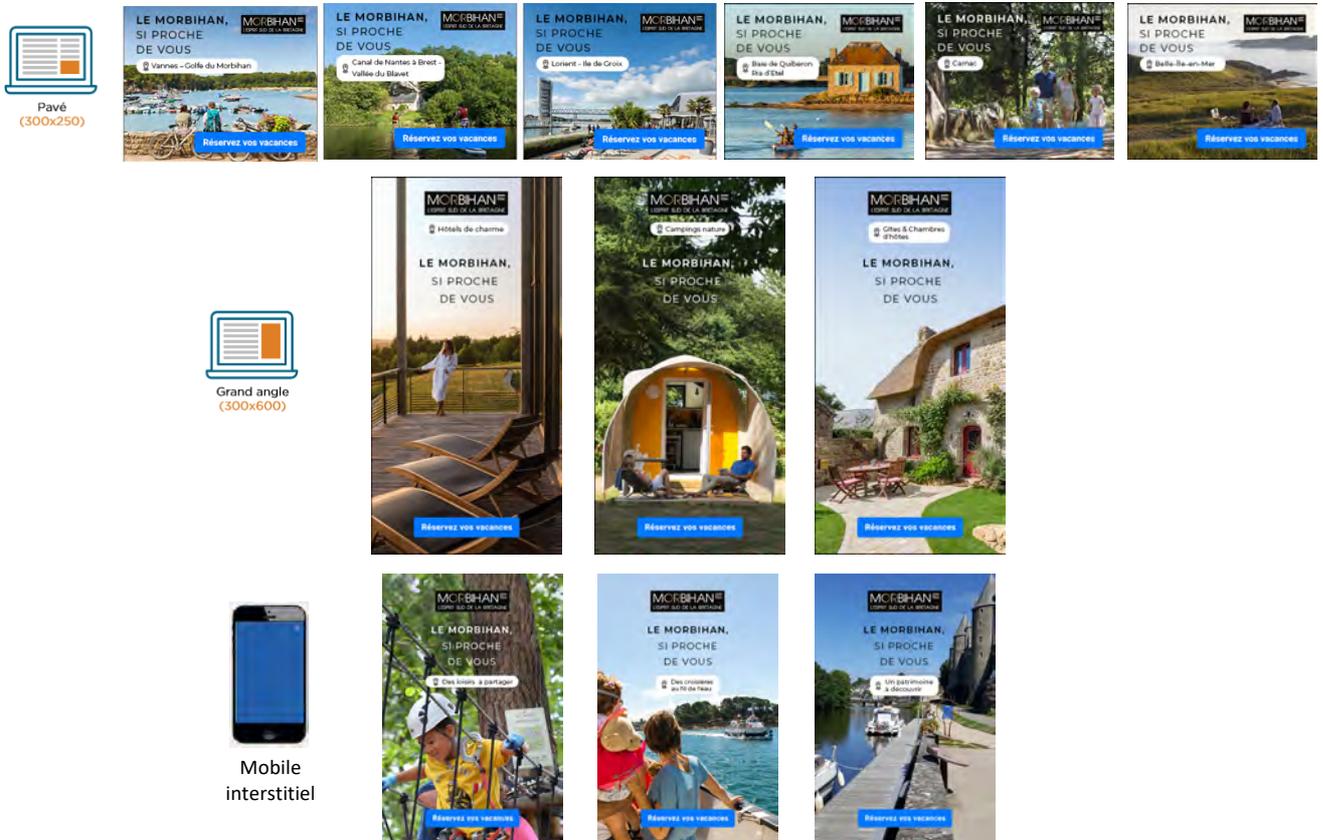
Du 20 mai au 30 juin 2021, la vidéo a donc été diffusée plus de 2,9 millions de fois, touchant quelques 521 577 personnes uniques.



3. La diffusion de bannières web = la programmation

Pour une prise de parole complémentaire, différentes bannières web ont été affichées sur des sites Internet à forte notoriété, en fonction des profils des internautes :

- Des bannières « classiques », en 3 formats différents
Du 1^{er} juin au 30 septembre 2021, 4 jeux de bannières présentant les 6 destinations, la thématique Hébergements et la thématique Loisirs ont été diffusées. Résultats : 1,9 million d'impressions et 2 861 clics vers morbihan.com



- Des habillages de sites, avec ou sans vidéo intégrée



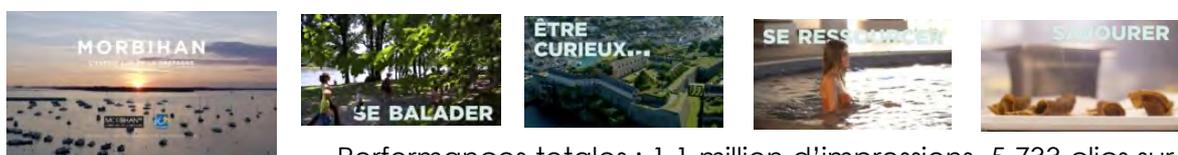
Du 3 mai au 30 septembre 2021

Performances réalisées : 425 028 impressions, 1 988 clics sur morbihan.com

4. La diffusion de vidéos sur YouTube

YouTube est un levier vidéo incontournable aujourd'hui, et permet de toucher des cibles différentes et qualifiées.

Du 1^{er} juin au 30 septembre 2021, le spot publicitaire de 30 secondes et quatre vidéos thématiques ont été diffusées, en deux temps.



Performances totales : 1,1 million d'impressions, 5 733 clics sur morbihan.com

5. Un soutien aux activités de loisirs   

Du 25 mai au 30 octobre 2021, trois vagues de campagne ont fait la part belle aux sites de loisirs, en collaboration avec l'association Loisirs en Morbihan :

- Vague 1 : promotion de la Journée des Loisirs
658 968 impressions des publicités
200 313 personnes uniques touchées
10 573 clics vers le site Internet
- Vague 2 : valorisation de l'opération « Entrez c'est ouvert »
4,6 millions d'impressions des publicités
549 727 personnes uniques touchées
56 162 clics vers les offres
- Vague 3 : « Entrez, c'est encore ouvert ! », promotion des sites de loisirs ouverts jusqu'aux vacances d'automne
1,5 million d'impressions des publicités
293 310 personnes uniques touchées
8 793 clics vers le site



6. Une campagne hivernale : la promotion des cartes cadeaux
Du 15 novembre au 24 décembre 2021, l'ADT a souhaité valoriser tous les partenaires qui proposent des cartes cadeaux, une idée originale et pratique à offrir pour les fêtes !

84 partenaires ont ainsi été recensés, et répartis en 4 catégories d'offres : les activités sportives, les balades, les séjours et les hébergements insolites



Une campagne sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram a été déclinée, pour une diffusion Grand Ouest et Ile de France.

Résultats : 2,5 millions d'impressions des publicités, 500 055 personnes uniques touchées et 16 128 clics sur les offres.



En parallèle, une campagne Display a été menée sur la plateforme Google.

Résultats : plus de 3 millions d'impressions et près de 23 000 clics sur les offres.



LE GUIDE MES SORTIES & LOISIRS 2021

Au vu du contexte sanitaire de 2021, l'ADT a fait le choix de réduire le nombre d'exemplaires du guide Mes Sorties et Loisirs. La rubrique des événements a également été supprimée, pour être remplacée par des annonces promotionnelles de partenaires. La diffusion a aussi été restreinte puisque la crise sanitaire a empêché la tenue d'événements et de salons touristiques grand public auxquels l'ADT et ses partenaires ont l'habitude de participer.



Objectif : présenter les bonnes adresses pour des sorties et loisirs en famille

Fréquence : annuelle – Parution mars 2021

Cible : grand public

Tirage : 60 000 exemplaires

Nombre de pages : 76

Format : A5 (148 x 210 mm)

Nombre de partenaires : 98 participants*

Langue : français et anglais

Diffusion : nos partenaires morbihannais, offices de tourisme, hébergeurs



Au sommaire de ce numéro : des sites culturels et de patrimoine, des croisières maritimes et fluviales, des sports et loisirs, des espaces bien-être, des visites d'entreprises et dégustations.

Dans le guide est inséré le carnet de coupons de réduction de l'Association Loisirs en Morbihan.

* les partenaires présents dans le guide ont souscrit un pack services : soit VIP, soit Premium, ce qui leur permet de bénéficier d'un encart d'une page ou d'une ½ page.

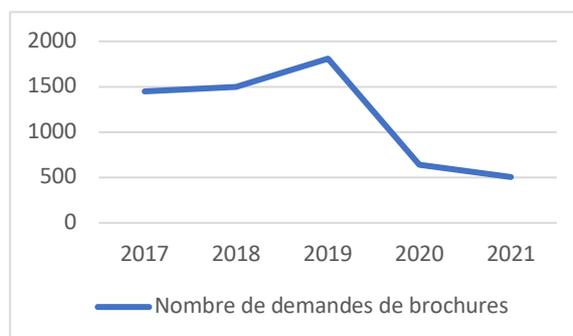
LES CARTES MORBIHAN : TOURISTIQUE & RANDONNEES

En partenariat avec les Offices de Tourisme du Morbihan, les fédérations de randonnées, les réseaux de labels, ainsi que des services du Conseil départemental, l'ADT du Morbihan a collecté les éléments de corrections nécessaires à la réalisation de la carte touristique et randonnées pour les 2 prochaines années, et c'est la Société ACTUAL qui a réalisé cette mise à jour.

DIFFUSION DES GUIDES ET CARTES TOURISTIQUES

Le contexte sanitaire et les confinements successifs ont modifié les comportements des utilisateurs vis-à-vis des supports papier et ont fait chuter les demandes de brochures touristiques.

A l'accueil de Morbihan Tourisme, 504 demandes ont été enregistrées en 2021.



Supports photos/vidéos & production de contenus

- Un nouveau film promotionnel 100% Morbihan.

Au printemps 2021, face aux films génériques existants, les Offices de Tourisme ont émis le souhait d'un film plus identitaire au Morbihan, moins tourné vers la mer et plus « hors des sentiers battus » et quatre saisons. L'idée était de créer un nouveau montage, à partir d'images existantes mises à disposition par les Offices de Tourisme eux-mêmes. Plus de 150 séquences vidéos ont ainsi été collectées auprès des Offices et en direct auprès des agences de production vidéos. Au final, l'agence Gump.TV a monté un nouveau film d'une minute 48 secondes, validé et partagé par les 14 partenaires Offices de Tourisme, et diffusé dès le 31 décembre 2021 par l'ADT pour les Vœux 2022.



Si la majorité des Offices ont mis à disposition des images en accord avec les sociétés de production, quelques rushs vidéos ont dû être acquis directement par l'ADT afin de couvrir uniformément tout le territoire.

- Une production de contenus signée Lezbroz.

Pour sublimer le Morbihan côté terre et hors saison, l'ADT a signé un partenariat avec les blogueurs de voyage Lezbroz. Objectif ? donner à découvrir les pépites du Morbihan, entre Le Faouët et Monteneuf, en passant par Guémené-sur-scorff, Guerlédan, Josselin et bien d'autres. Une vidéo d'1m 20 « Trésors cachés du Morbihan intérieur » a été réalisée, ainsi que plusieurs posts et stories Instagram, et un article de blog. L'ADT a également fait l'acquisition de photos et rushs vidéos, pour alimenter ses différents supports et enrichir la photothèque départementale.



LE MORBIHAN

Le Morbihan hors des sentiers battus

- Toujours pour renouveler l'image de la destination sur les différents supports de communication de l'ADT, de nouvelles acquisitions de visuels ont été effectuées. Pour 2021, les lumières automnales et hivernales étaient à l'honneur avec des photos signées Alexandre Lamoureux, Yoann Hamonic et Philippe Caharel.

Relations Presse

Après une année 2020 quelque peu chahutée, la campagne de relations presse 2021 a été plus régulière. Ainsi, 2 dossiers de presse et 6 communiqués ont pu être diffusés à la presse nationale tout au long de l'année, des accueils individuels ont pu avoir lieu, ainsi qu'un voyage de presse en septembre.



La globalité de la campagne a de nouveau été récompensée aux Trophées de la Communication®, avec un 2^{ème} prix dans la catégorie « Meilleure campagne de relations presse »



Dossiers & communiqués de presse

Janvier : Dossier de presse « Morbihan dans le vent »
Diffusion 830 contacts



Mars : Communiqué de presse « Pontivy, le temps d'un empire »
Diffusion 610 contacts



Mars : Communiqué « Le Morbihan cultive l'esprit de famille »
Diffusion 470 contacts



Mai : Communiqué « Le Morbihan version MICE : du souffle, du nouveau, du vrai »
Diffusion 130 contacts



Mai : Communiqué « En Morbihan, mon manoir après la plage »
Diffusion 490 contacts

Eté : Dossier de presse « Bains de mer en Morbihan »
Diffusion 730 contacts



Juillet : Communiqué
« Paradis d'énergie en Morbihan »
Diffusion 780 contacts



Novembre : Communiqué « Food Tour à Lorient, avis aux gourmands... »
Diffusion 450 contacts

Voyage de presse

2021 a également pu renouer avec la tradition du Voyage de Presse, qui s'est déroulé les 14 et 15 septembre sur le thème « Bains de mer riment avec plaisir... », en écho au Dossier de Presse de l'été.

5 journalistes ont été accueillis : Annick BERNHARDT-OLIVIERI pour Le Quotidien du Médecin, Antoine LORGNIER pour Voyage de Luxe, Frédérique LEBEL pour Côté Santé, Camille SOULAYROL pour Marie-Claire Idées et Dominique SAVIDAN pour Mariefrance, Biba, Parisien Week-End, Grazia.fr...



Accueils individuels

2021 comptabilise 11 accueils individuels de mai à novembre

- 10-12 mai – Paula Boyer pour La Croix : Lac de Guerlédan et alentours. Parution de 6 articles en juillet 2021
- 22-24 mai – Amandine Buisson pour Récré Magazine : séjour en famille dans le Morbihan. Parution dans le numéro de Juin/Août 2021.
- 17 juin – 10 juillet – Tuul et Bruno Morandi pour Détours en France Numéro spécial Morbihan. Parution prévue en mai 2022.
- 29 juin – 1^{er} juillet – Philippe Viguie-Desplaces pour Le Figaro : Lorient. Parution le 24 août 2021.
- 1-4 juillet – Brigitte Baudriller pour Le Figaro Magazine : Lorient et alentours. Parution le 27 août 2021.
- Début juillet – Cathelyne Hemery pour LCI « Jean-Pierre & vous ». En attente de diffusion.
- 27-29 juillet – Pierre de Boishue pour Le Figaro Magazine : Lorient. Parution le 27 août 2021.
- 10-12 septembre – Agnès Benoit pour Maisons Côté Ouest : Belle-Ile en Mer. Parution programmée en Août 2022.
- 21-23 septembre – Anne Golec pour Meet & Travel Magazine. Parution en novembre/décembre 2021.
- 4 novembre – Mélanie Griffon pour France 2, émission Télématin : côte sauvage, ria d'Etel et mégalithes de Carnac. Diffusion le 20 novembre 2021.

- 24-26 novembre – Ludovic Bischoff pour Les Echos Week-end : la gastronomie japonaise en Bretagne. Parution le 17 décembre 2021.

Retombées presse

Sur l'année, les retombées presse tous supports confondus s'élèvent à **11,7 millions d'euros** de Contre-valeur Publicitaire (CVP) :



- 184 articles dans la presse écrite,
- 42 articles sur le web ou dans les blogs,
- 42 sujets en radio ou TV nationale.



Chroniques TVR

En parallèle et au niveau régional, l'ADT a participé avec ses 3 homologues bretons à l'animation de la chronique Tourisme de l'émission « 7 en Bretagne » diffusée sur TVR, Tébéo et Tébésud. De septembre 2020 à Janvier 2021, 12 chroniques ont ainsi été enregistrées pour faire découvrir les pépites de la Bretagne, à raison d'une minute par département pour chacune des chroniques.

La rade de Lorient, le musée du Faouët, les artisans de Rochefort-en-Terre, la forêt de Brocéliande, le port de Saint-Goustan, la moule de bouchot (Pénestin), le carton voyageur (Baud), les Dunes sauvages de Gâvres à Quiberon, la maison Le Minor à Guidel, les tables étoilées, le Patiau (Saint-Jean la Poterie) ont ainsi été mis à l'honneur, images à l'appui !

Salons B to C

La situation sanitaire du début d'année a vu l'ensemble des organisateurs de salons grand public annuler purement et simplement toutes les éditions du 1er semestre 2021.

Un virage avait été pris depuis 2 ans pour ne plus faire que les salons nationaux sur nos bassins de clientèle : Paris, Lyon et Lille.

Néanmoins, l'ADT pourra, pour les années futures, se positionner en fédérateur et proposer des salons de proximité si nos partenaires institutionnels et privés souhaitent y participer.

Les objectifs :

- Affirmer le Morbihan en tant que destination touristique majeure de la Bretagne.
- Augmenter la notoriété des grands sites du Morbihan.
- Promouvoir et favoriser la mise en marché de l'offre de séjours du Morbihan auprès du grand public.
- Fédérer les partenaires professionnels et institutionnels qui, sans l'assistance et l'appui technique et financier de Morbihan Tourisme, ne pouvaient être présents.

MORBIHAN.COM

Après une baisse importante du trafic vers le site Internet morbihan.com en 2020, on tend à observer un retour à l'équilibre en 2021, même si les chiffres ci-dessous ne sont pas très explicites.

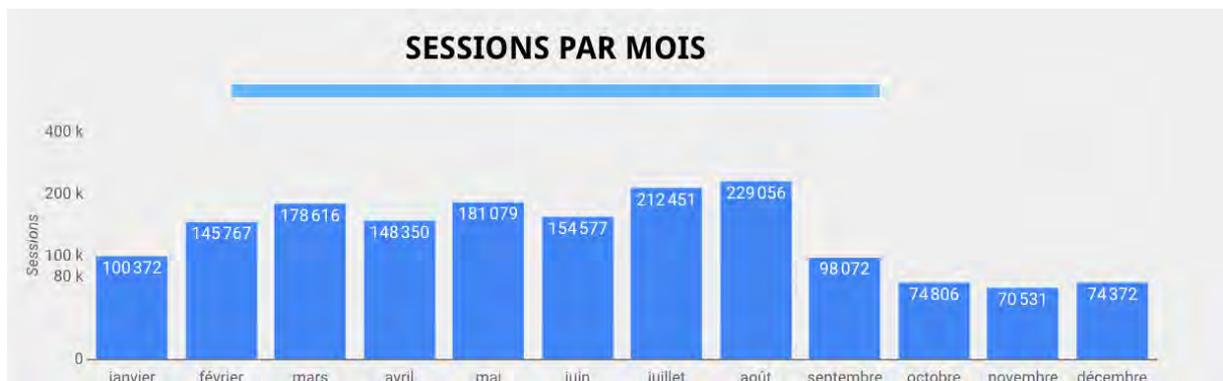
En effet, les données ici présentées sont issues de Google Analytics. Or, conformément à la réglementation, l'ADT a mis en place un « bandeau cookies » en mai 2021, qui permet à l'internaute de choisir d'accepter, ou non, d'être suivi par les cookies comptabilisés par Google Analytics. N'apparaissent donc ici que le volume d'internautes qui a accepté les cookies, sachant qu'on estime qu'environ un internaute sur deux les refuse. Un nouvel outil d'analyse a été mis en place en décembre 2021 afin de mesurer exactement la proportion de refus vis-à-vis de l'acceptation des cookies. 2021 est donc une année « transitoire » en termes de statistiques de fréquentation. Cependant, en collaboration avec notre agence Partenaire Yumens, nous avons pu calculer une estimation du nombre total de visites sur le site qui s'élèverait à 2,7 millions au réel, soit 14% d'augmentation vis-à-vis de 2020.



Nombre de sessions



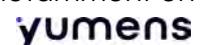
■ Mobile ■ Tablette ■ Desktop



On observe toujours un volume de sessions plus important sur les mois de juillet et août.

Référencement naturel (SEO)

Le SEO représente plus de 80% des sources de trafic vers morbihan.com. Différentes actions sont menées tout au long de l'année pour optimiser les contenus, notamment en partenariat avec l'agence Yumens (anciennement Médiaveille) :



- Rédaction d'articles thématiques.
- Réécriture d'introductions de pages de listes.
- Écriture ou mise à jour des descriptifs des partenaires. Dans le cadre des Packs Services, c'est la journaliste Stéphanie Biju qui intervient et propose des textes enrichis et optimisés.

- Campagne de Netlinking : mise en place de contenus éditoriaux sur des sites web à forte valeur ajoutée.

En complément, au dernier trimestre 2021, un partenariat éditorial a été conclu avec le site Yonder.fr pour mettre en avant durant une année les thématiques bien-être et Green Morbihan®. Deux articles ont ainsi été rédigés, optimisés en SEO et agrémentés de photos et vidéos, pour faire le lien entre le site de voyages en ligne et morbihan.com.

Cette mise en ligne a généré plus de 780 000 impressions, pour plus de 351 000 personnes touchées, et quelques 400 clics directs vers morbihan.com à ce jour.



Référencement payant (SEA)

L'ADT mène deux types de campagnes de liens sponsorisés avec l'agence Yumens :

- Google Ads classique. A noter de belles performances pour les campagnes et mots-clés relatifs aux hébergements insolites, suivies des campings haut de gamme, puis des hôtels.
- Google Ad Grants, avec une belle évolution du compte depuis le mois de mars 2021 pour des campagnes de notoriété.

Announce · www.morbihan.com/insolite/insolite

Séjour Insolite, Morbihan | À la Découverte du Morbihan

Votre Séjour insolite en cabane ou roulotte. Réservez en ligne. Carte interactive. Hébergement haut de gamme. Site Officiel. Thalasso & Spa.

- Activités & Loisirs 56**
Que faire dans le Morbihan ?
Activités, Sorties, Loisirs etc.
- Les Hébergements**
Hôtel, Camping, Location etc.
Faites votre choix sur Morbihan.com
- Carte Interactive**
Retrouvez nos Hébergements, Restos, et Activités sur notre Carte
- Les Incontournables**
Côté terre ou côté mer, ne manquez pas ces sites incontournables

BLOG « MORBIHAN EXPERIENCES »

Mis en ligne au printemps 2018, le blog « Morbihan Expériences » permet d'apporter de la visibilité et de l'audience supplémentaire sur morbihan.com.



Tous les chiffres sont en hausse, malgré la mise en place du « bandeau cookies » également sur le blog. On peut donc estimer une fréquentation bien supérieure.

TRAFIC	Sessions	Utilisateurs	Pages vues	Vues uniques	Pages/session	Durée moyenne des sessions
	150 172	124 529	180 702	160 798	1,2	00:00:45
	↑ 43.2%	↑ 42.3%	↑ 38.6%	↑ 39.7%	↓ 3.2%	↑ 8.9%

Une cinquantaine de nouveaux articles est venue agrémenter le blog tout au long de l'année, dont plus d'une vingtaine publiée en partenariat avec Dimanche Ouest France et les Offices de Tourisme du département.

NEWSLETTERS GRAND PUBLIC

De mai à décembre 2021, 8 newsletters ont été expédiées, chacune contenant 4 à 5 sujets (un article à la une, une destination, une nouveauté, une recette, etc.)

Nombre total d'envoi de mails : 41 088.

Mails ouverts : 15 797, soit un taux d'ouverture de 40%.

Taux de clics : 10%.

Taux de désinscription : 0,34%.



Et si le GR® préféré 2022 était morbihannais ?

Et oui ! Pour la première fois depuis la création du concours (c'était il y a cinq ans déjà), un circuit du Morbihan a été retenu...

C'est l'emblématique GR®340 – Tour de Belle-Île-en-Mer qui concourt donc cette année avec 7 autres candidats.

Et c'est le public qui décide alors, à vous de jouer !
Du 28 octobre au 17 novembre 2021,
VOTEZ UNE FOIS PAR JOUR, CHAQUE JOUR
sur le site www.MorGR.fr.

Votez Morbihan, Votez Tour de Belle-Île en Mer !



En partenariat avec la Fédération Départementale de Randonnée Pédestre, un mailing spécifique pour inviter les internautes à voter pour le GR® préféré des français a également été réalisé.



Les petits ports du Morbihan en toute confidentialité



Du pays Lorientais à l'embouchure de la Vilaine en passant par le Golfe du Morbihan, découvrez les ports confidentiels et animés qui vous promettent de belles surprises lors de vos promenades

De véritables paysages de cartes postales vous attendent le long de nos côtes avec ces jolis petits ports du Morbihan au charme pittoresque et aux décors de cinéma.

[A pied ou en bateau : suivez la côte !](#)



A la découverte de restaurants vannetais

Profitez d'un séjour à Vannes pour déguster d'innombrables saveurs et gourmandises du Morbihan et plonger dans l'art culinaire breton.

[On se régale...](#)

2 – DES E-COMMUNAUTES TRES ANIMEES

Campagne de communication web 2.0

En 2021, le Morbihan a conservé sa première place des destinations touristiques françaises (ex-aequo avec Savoie Mont-Blanc) devant 603 entités regroupant aussi bien des régions, des départements, des villes que des offices de tourisme.



Cette reconnaissance montre l'engouement des internautes pour le Morbihan et l'enjeu d'une communication social media réussie.

Les médias sociaux font partie intégrante de la stratégie marketing de l'ADT. C'est un véritable canal de communication à part entière qui permet de toucher de 1 à 3 millions de personnes chaque mois !



388 481 fans (+ 12 629) / 53,8 millions d'impressions / 44,4 millions de personnes uniques touchées sur l'année



63 802 abonnés (+ 10 708) / 44 600 impressions par publication / 41 900 personnes uniques touchées par publication

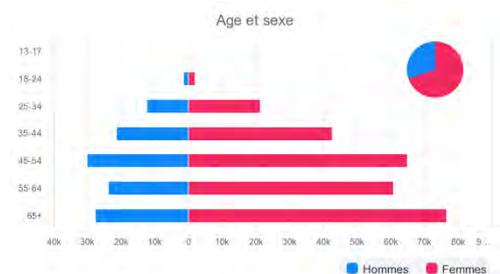
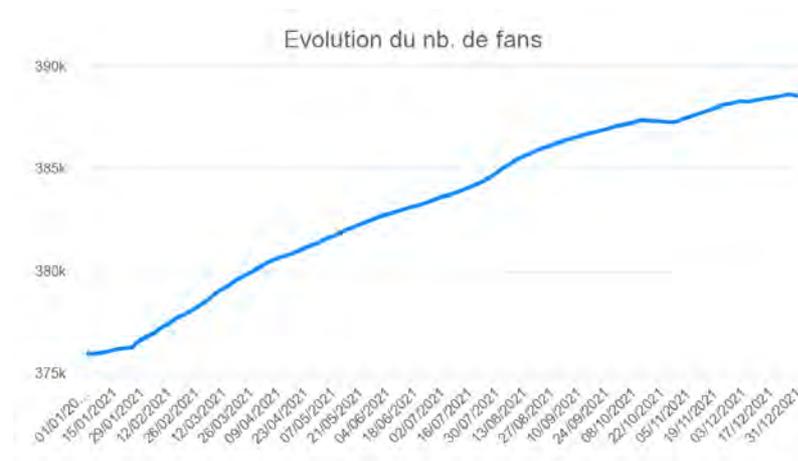


18 018 abonnés (+ 518)

Accompagnée de l'agence social media We Like Travel, l'ADT réalise un travail d'animation quotidienne tout au long de l'année, pour enrichir et faire vivre les différentes communautés.



FACEBOOK = 388 481 fans



Top 3 des posts Facebook les plus engageants

Morbihan Tourisme
Publié par France Morbihan · 25 janvier 2021 ·

Que c'est beau un océan en colère, puissant, indomptable. Un spectacle fascinant devant lequel on reste stupéfait.

Lemon Prod



707 424 Personnes touchées · 82 274 Interactions

17 K Reactions · 1 K commentaires · 9 K partages



Morbihan Tourisme · se sent chanceux à Île d'Haëdic
Publié par France Morbihan · 1 mars 2021 ·

Haëdic, 2km² de paradis au large de Quiberon. C'est plutôt tentant, vous ne trouvez pas ?

Vincent Robelet



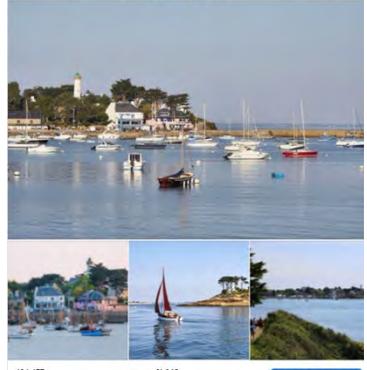
426 174 Personnes touchées · 66 865 Interactions

18 K Reactions · 965 commentaires · 3.8 K partages



Morbihan Tourisme est à Port-Navalo, Bretagne, France.
Publié par France Morbihan · 9 mars 2021 ·

Port-Navalo, à l'entrée du Golfe du Morbihan, ce petit port dynamique offre une superbe promenade panoramique entre petite et grande mer.

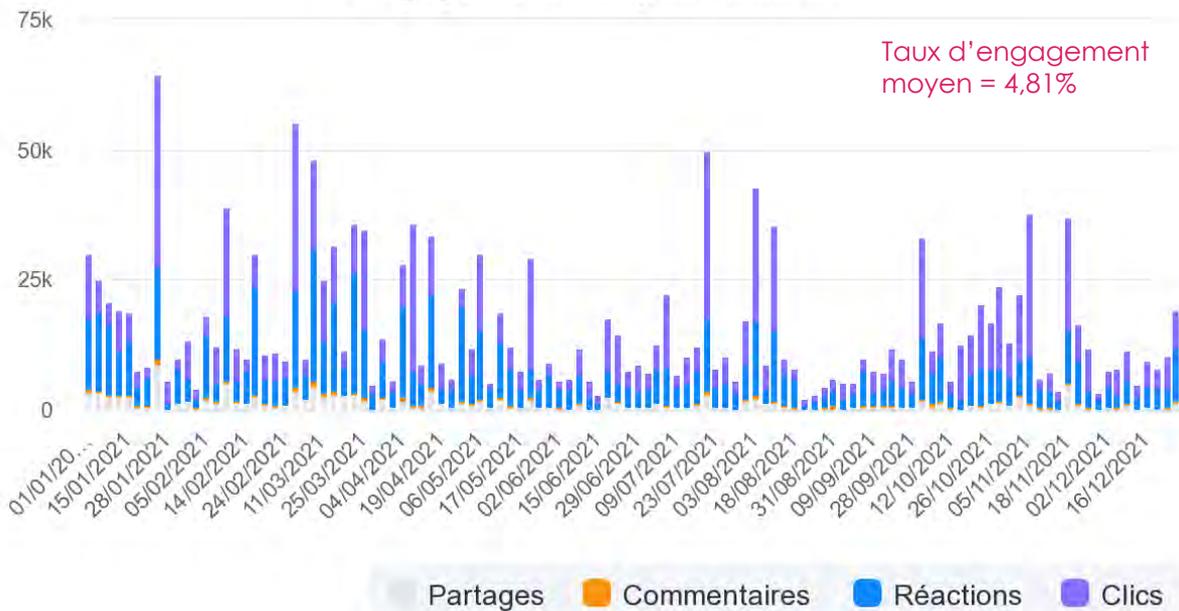


434 477 Personnes touchées · 61 045 Interactions

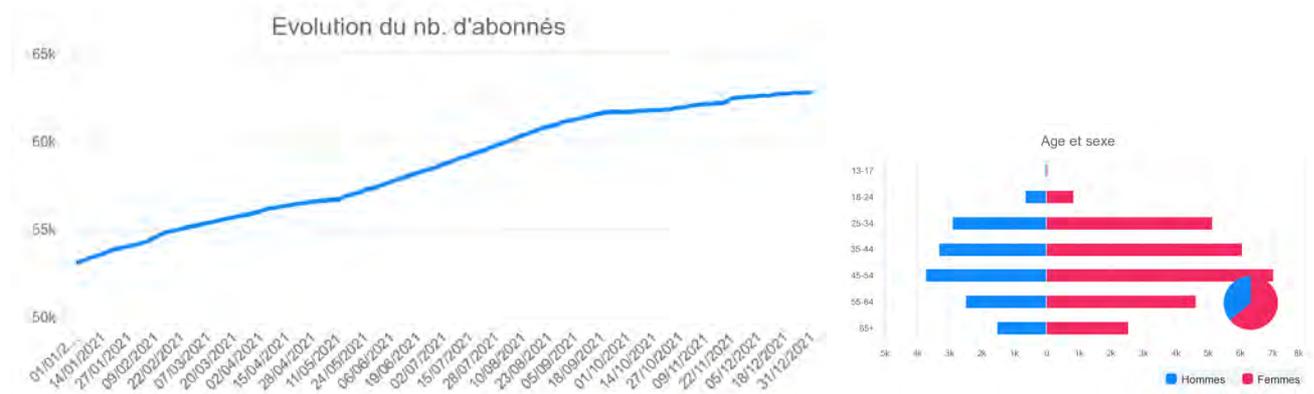
25 K Reactions · 1.1 K commentaires · 4.6 K partages



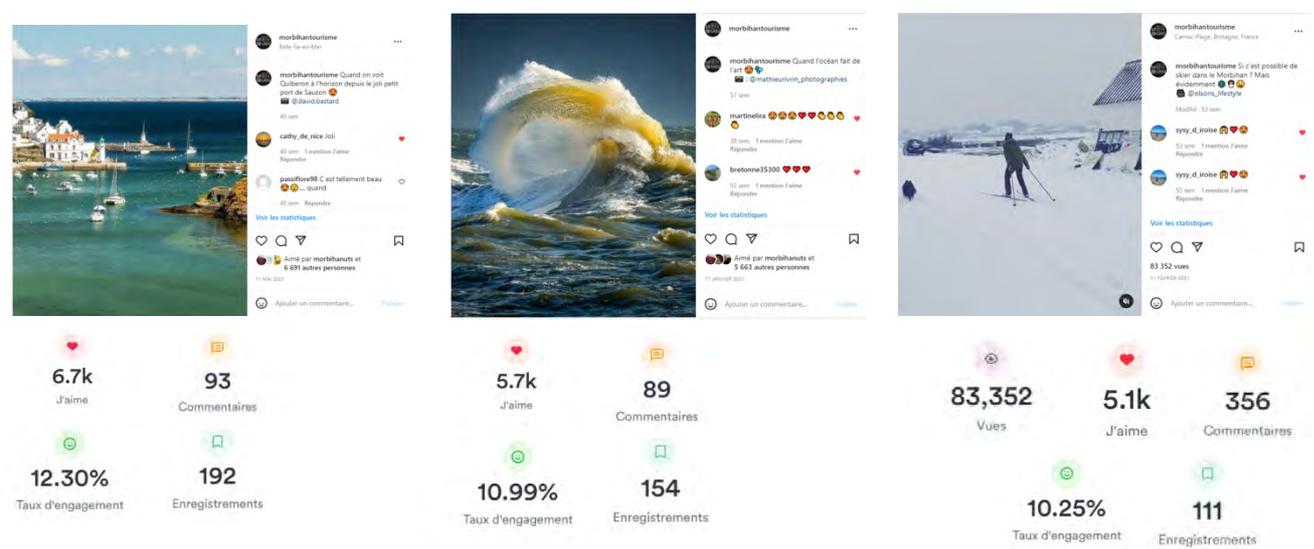
Engagement des publications



INSTAGRAM = 63 802 abonnés

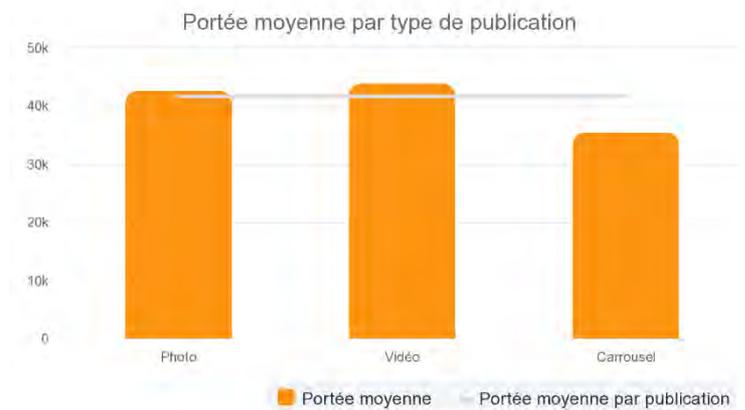


Top 3 des publications Instagram les plus engageantes



Engagement sur l'année 2021 :

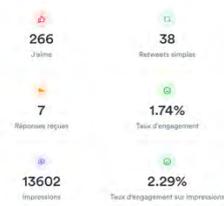
430 400 « J'aime » reçus
 9 200 commentaires
 10 000 enregistrements



TWITTER = 18 018 abonnés



Top 3 des tweets



3 – L'ACCOMPAGNEMENT DES TERRITOIRES

Le conseil et l'accompagnement des territoires

L'ADT accompagne les territoires dans la définition de leur stratégie touristique ou à l'occasion de réflexions sur le positionnement d'un projet, un conseil sur une problématique spécifique, etc.

En 2021, le pôle Marketing/Développement est intervenu sur les projets suivants :

- Sites d'exception : accompagnement de la démarche régionale pour :
 - le site mégalithique et la réserve naturelle de Monteneuf,
 - le site de l'île aux Pies,
 - Rochefort en Terre.

- Schéma du tourisme d'Auray Quiberon Terre Atlantique : méthodologie, animations d'ateliers, interviews, rédaction des enjeux et définition des actions à mettre en place pour les années à venir.

- Schéma du tourisme de Lorient Agglomération : démarrage de l'accompagnement pour la définition de la stratégie pour les années à venir.

- Projet d'inscription UNESCO des mégalithes de Carnac et du sud du Morbihan : implication dans le groupe de travail porté par l'association « Paysages de mégalithes » qui doit élaborer le « plan de gestion », troisième et ultime étape de l'inscription à l'UNESCO.

ANIMATION DU GROUPE DE TRAVAIL « TERRITOIRES » DU CLUB INGENIERIE D'ADN TOURISME

ADN Tourisme, la fédération des ADT, CRT et OT de France, a créé un Club Ingénierie pour favoriser les échanges entre acteurs institutionnels du tourisme. Le club a également vocation à créer des outils utiles aux différentes ADT. C'est dans cette optique que le service Développement/Marketing de l'ADT Morbihan anime un groupe d'une dizaine d'ADT pour créer des outils d'aide à l'accompagnement de territoires.

Présentation de cet outil lors des journées nationales Ingénierie Tourisme à Bordeaux en décembre 2021.



L'embellissement – Villes et villages fleuris, label de qualité de vie

Les membres du jury départemental sont demeurés au service des communes via plusieurs visites conseil qui donnent lieu ensuite à un compte rendu de visite agrémenté de préconisations.



En 2021, 15 communes ont ainsi sollicité une visite et ont bénéficié de conseils personnalisés, et 20 ont été visitées lors de la tournée estivale, soit 35 communes accompagnées sur l'année.

Une remise des prix au Conseil départemental le 8 décembre 2021 a permis de récompenser les communes engagées dans l'amélioration de leur environnement et du cadre de vie de leurs habitants.



En 2021, ce sont toujours 97 communes morbihannaises qui sont impliquées dans cette démarche dont 57 ont déjà une fleur ou plus.

L'accompagnement des filières et associations

LE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE RANDONNEES

La randonnée, à pied ou à vélo, est la première activité pratiquée par les vacanciers.



En 2021, l'ADT a maintenu son engagement et ses actions en faveur de la randonnée avec :

- la participation aux instances nationales de décision de La Vélodyssée® pour élaborer et valider le plan d'actions annuel,
- la participation à la dynamique régionale de la filière,
- le déploiement de la qualification des labels Etape Rando Bretagne et Accueil Vélo : on dénombre aujourd'hui 197 établissements morbihannais référencés dont 115 en Etape Rando Bretagne et 82 en Accueil Vélo.

Partenariat dimanche Ouest-France : en lien avec les Offices de tourisme du Morbihan et les EPCI, l'ADT a proposé chaque semaine un article valorisant des balades et lieux patrimoniaux méconnus du Morbihan, pour une parution dans le Dimanche Ouest France. Ce partenariat a pris fin en octobre 2021.

TRANSFORMATION EN ACTE D'ACHAT

UN ACCOMPAGNEMENT ACCRU DES PRIVÉS

Enquêtes & observation

C'est à travers des enquêtes et des chiffres que peut se mesurer l'activité touristique de façon la plus tangible et objective. La récolte et l'analyse de ces chiffres permettent de mieux comprendre les enjeux qui se dessinent dans le Morbihan, par territoire et par secteur d'activités, et ainsi :

- d'évaluer l'évolution de l'offre touristique sur le département, quantitativement et qualitativement,
- d'accompagner les porteurs de projet publics et privés et leur permettre d'étudier la faisabilité et la pertinence de leur projet, et d'évaluer le contexte concurrentiel dans lequel ils se situent,
- de définir les axes marketing stratégiques de l'ADT et des partenaires, en fonction des clientèles visées.

Enquête sur la conjoncture touristique

Le baromètre de la saison est un dispositif de suivi des tendances de la saison touristique. Il repose sur une interrogation mensuelle des professionnels du tourisme morbihannais, d'avril à septembre, et même jusqu'au 25 novembre pour l'année 2021.

Menée conjointement avec le Comité Régional du Tourisme, cette enquête permet également de mesurer le degré de satisfaction des professionnels sur leur activité.

En fin de saison touristique, l'Observatoire publie le « bilan de saison ». Véritable résumé « à chaud » de la saison estivale, il s'appuie sur des données internationales, nationales et départementales pour réaliser un panorama complet de la saison.



Enquête de fréquentation basée sur la méthode des flux

Cette enquête permet, depuis les années 2000, d'évaluer la fréquentation du Morbihan et de pouvoir la comparer avec les autres départements bretons.

Enquête de fréquentation avec la méthodologie « flux orange »

Cette enquête est partagée avec la fédération ADN Tourisme et permet de bénéficier de la technologie de l'entreprise de téléphonie « Orange » pour dénombrer le nombre de personnes présentes sur le territoire, au moment recherché. Cette méthodologie nous a permis en cette année 2021 de suivre la fréquentation touristique du département, avec un écart de seulement 15 jours.

Enquêtes de fréquentation de l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein-air

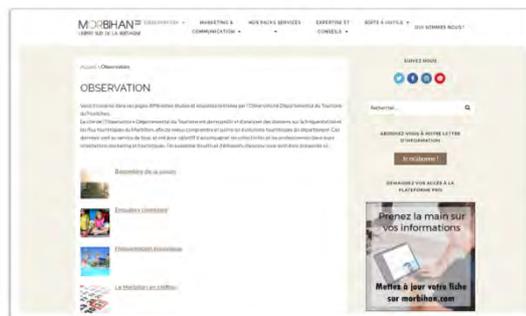
L'INSEE n'a pas été en mesure de fournir les données en 2020 donc pas de publication dédiée. Les données 2021 seront transmises courant 2022.

Enquête Habitants

L'étude « Residents Sentiment Index » vise à mesurer l'acceptation et l'engagement des résidents/habitants à l'égard du tourisme. Cette étude a été spécialement développée pour répondre à la question de la perception du tourisme par les habitants/résidents par l'institut Tci Research, cabinet d'étude spécialisé dans la mesure d'opinion. L'enquête a été menée sur le dernier trimestre 2021. Les résultats seront publiés et diffusés dans le courant de l'année 2022.

Toutes ces enquêtes sont mises à disposition des acteurs du tourisme du Morbihan sur le site morbihan-pro.com, rubrique Observatoire et ont été présentées, à la demande des réseaux, des Offices de Tourisme, des collectivités, ou à l'occasion d'Assemblées générales, de commissions ou autre instance de réflexions et de débats sur le tourisme.

RETROUVER TOUTES NOS PUBLICATIONS SUR :
www.morbihan-pro.com



morbihan.com
[#miamorbihan](https://twitter.com/miamorbihan)



Accompagnement des professionnels & outils d'information

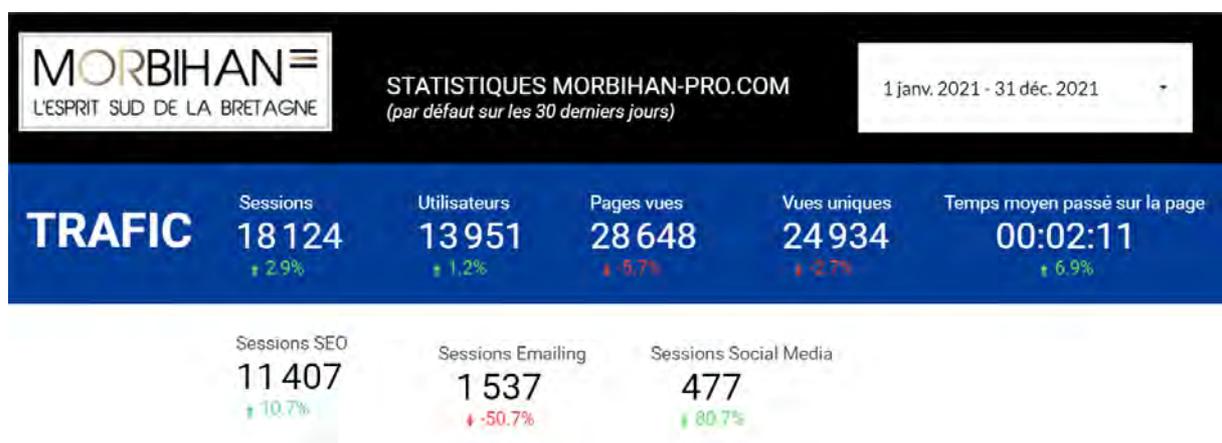
Le Conseil pour les porteurs de projet privés

L'ADT est une porte d'entrée pour les porteurs de projets qui souhaitent développer une activité touristique en Morbihan. Le service Développement/Marketing les conseille dans leur positionnement et leur donne les clefs pour mener à bien leur projet : les contacts, les aides des collectivités, les chiffres à connaître, le fonctionnement du tourisme sur le territoire, les attentes clientèles, la réglementation, etc.

L'information touristique vers les professionnels et les élus du Morbihan

L'ADT partage études et connaissances du tourisme auprès des professionnels afin de les aider à rester « alertes » sur les tendances et enjeux du tourisme, à travers des supports animés et mis à jour régulièrement :

- Le site morbihan-pro.com a connu une fréquentation en légère hausse sur 2021



Contrairement au site Grand Public, le trafic est principalement réalisé sur ordinateur.

- La newsletter professionnelle.



Les newsletters professionnelles traitent principalement de l'actualité du tourisme morbihannais et des actions de promotion et de développement mises en place par l'ADT du Morbihan.

Fréquence : mensuelle

Cible : professionnels et institutionnels du Morbihan

Chiffres 2021 : 23 863 mails, taux d'ouverture 30%, taux de clics 6,5%

- Le magazine professionnel « Décideurs Tourisme » #12 et #13.

Ces magazines, destinés aux professionnels du tourisme, présentent l'actualité du tourisme en Morbihan et mettent l'accent sur une thématique traitée dans le dossier principal qui, pour ces 2 numéros, ont été rédigés par un journaliste spécialisé dans le tourisme : Thierry Beaupère.

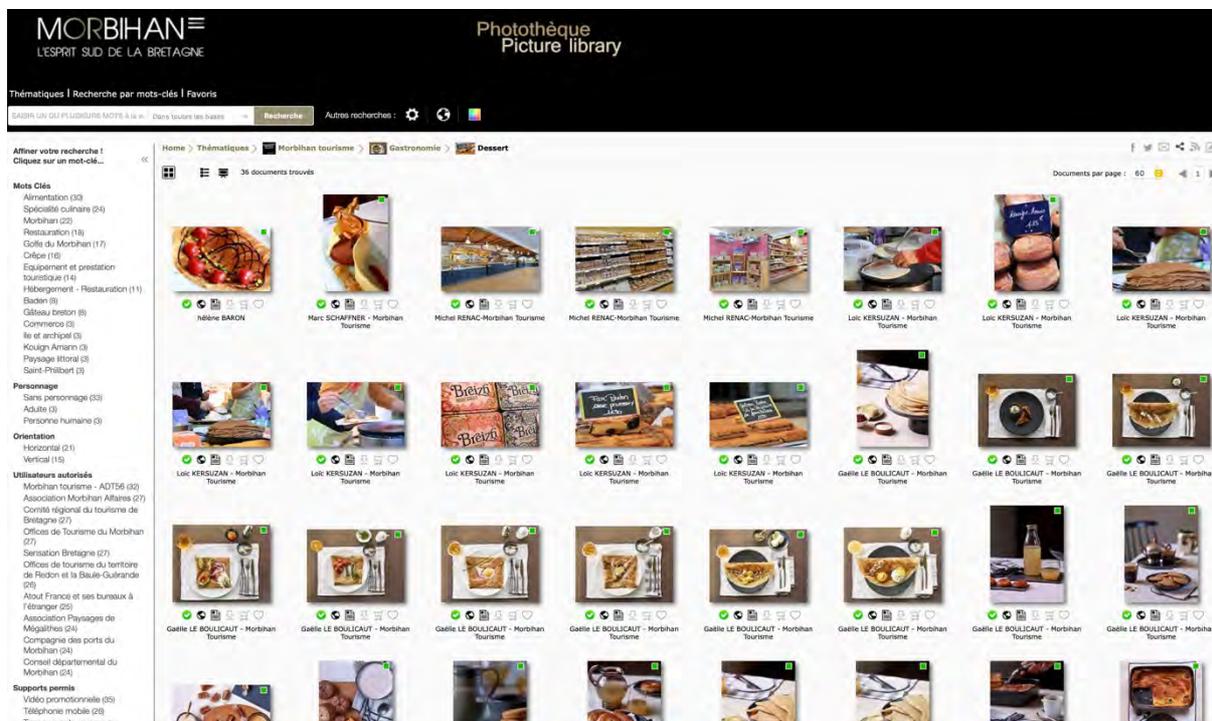


Objectif : présenter les actualités de la profession et traiter d'une thématique spécifique au tourisme, d'inviter des experts, etc.

Fréquence : 1 parution par semestre (mai/juin et novembre/décembre)
 Cible : professionnels du tourisme, élus
 Tirage : 2 000 exemplaires
 Nombre de pages : 24 pages
 Format : 210 x 270 mm
 Langue : Français

Une photothèque à disposition

La photothèque de l'ADT a été mise en ligne en septembre 2019. Elle est accessible à tous à partir de morbihan.com et de l'espace pro morbihan-pro.com, ou directement via l'URL <https://photos.morbihan.com/>. Avec les intégrations (1301 ajouts) et les mises à jour réalisées en 2021, elle compte désormais plus de 10 000 photos classées par thèmes. L'outil AJARIS, partagé avec le CRT Bretagne, permet la recherche, le choix et le téléchargement des photos par thématiques, mots-clés ou via la recherche avancée.



Salons & actions B to B

SALONS CE



Salons professionnels avec comme cible les Comités d'Entreprise. Objectifs : mettre en marché des offres pour des sorties groupes et mettre en place des partenariats pour de la billetterie pour les individuels (sites de loisirs, coffrets cadeaux, thalasso, bien-être, activités sportives,).

A l'instar de l'année 2020, tous les salons du 1er semestre ont été annulés au vu du contexte sanitaire et des jauges et conditions imposées au secteur de l'événementiel.

Les salons du 2ème semestre ont été maintenus :

Salon CE Nantes

Du 23 au 24 septembre 2021

4 partenaires inscrits : Parc de Branféré, Croisières Navix, Cité de la Voile Eric Tabarly, Agence BLB Tourisme.



@ADT 56

Salon CE Rennes

Du 5 au 6 octobre 2021

3 partenaires inscrits : Compagnie Océane, Croisières Navix et Parc de Branféré.

RENCONTRES ANCV

L'ADT, en partenariat avec ses homologues bretons, met en place chaque année des opérations de promotion en collaboration avec l'Association Nationale des Chèques Vacances.



L'ANCV invite tous ses responsables de CE de la région Grand Ouest à un workshop réservé aux prestataires bretons proposant des offres « spéciales CE ». Entre 120 et 150 visiteurs représentant environ 60 à 80 Comités d'Entreprise s'inscrivent régulièrement à cette journée. Après l'annulation de l'édition 2020, le contexte sanitaire a permis de mettre en place une seule opération en 2021 au lieu de 2 les années précédentes.

L'édition 2021 s'est tenue à Saint Malo le 21 Septembre en présence de nombreux professionnels du tourisme bretons et avec un fort taux de participation des comités d'entreprises qui ont répondu présents.

BOURSE D'ÉCHANGE

Chaque année, l'ADT organise une bourse d'échange, journée de diffusion de documentations touristiques pour les professionnels du tourisme du Morbihan. Cette journée, organisée sous forme de salon, associe un espace exposants / visiteurs et un espace d'échanges.

Comme en 2020, le contexte sanitaire nous a obligés à décaler ce RDV en juin au lieu de fin Mars ou début avril les années précédentes.

Malgré une date tardive, un grand nombre de professionnels étaient au RDV et heureux de pouvoir se retrouver et échanger, dans le strict respect des règles sanitaires en vigueur bien entendu.

L'édition au Parc Chorus en 2020 nous avait permis de constater que ce type de structure était mieux adaptée à l'événement.

Les échanges de documentations parfois volumineuses et nombreuses sont facilités avec une surface d'exposition plus importante mais aussi un parking conséquent.



©ADT 56

C'est donc tout naturellement que nous avons opté pour le parc expo de Lanester pour cette édition 2021 qui a eu lieu le 10 Juin.

Les objectifs de cette rencontre professionnelle, destinée aux Offices de Tourisme, hébergeurs, sites de Loisirs et prestataires d'activités, sont :

- de disposer et d'échanger la documentation des principaux sites de visites avant la saison,
- d'accompagner les prestataires dans leur métier d'accueil et d'information,
- de connaître l'offre touristique et les nouveautés sur le territoire du Morbihan,
- de favoriser les échanges entre les professionnels, les Offices de tourisme et les équipes de l'ADT.

Une occasion unique de découvrir toute l'offre morbihannaise en un même lieu : croisières dans le Golfe du Morbihan, îles du large, parcs animaliers, musées, châteaux, activités ludiques, etc...

Près de 80 professionnels et Offices de tourisme étaient présents ainsi qu'une centaine d'hébergeurs.

Digitalisation de l'offre

Parce que la digitalisation de l'offre est au cœur de la stratégie Marketing 2019-2021, l'ADT a souhaité renforcer sa présence auprès des professionnels sur ce volet.

ELLOHA, OUTIL DE VENTE EN LIGNE

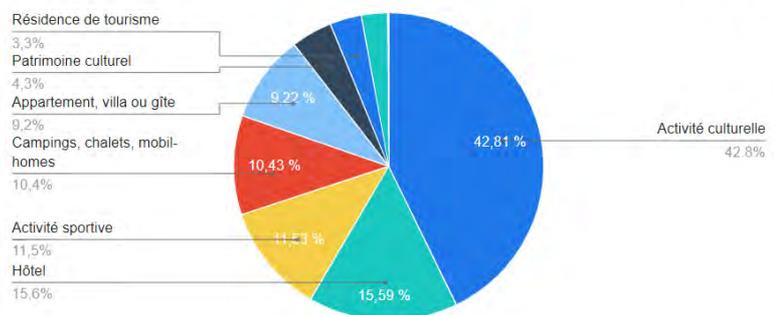


Avec son partenaire Elloha, l'ADT met à disposition des professionnels un outil de réservation en ligne.

Volume de vente Elloha sur morbihan.com

En 2021 il y a eu 911 réservations pour un CA de **151 717 €**, soit une hausse de 60 000 € par rapport à 2020.

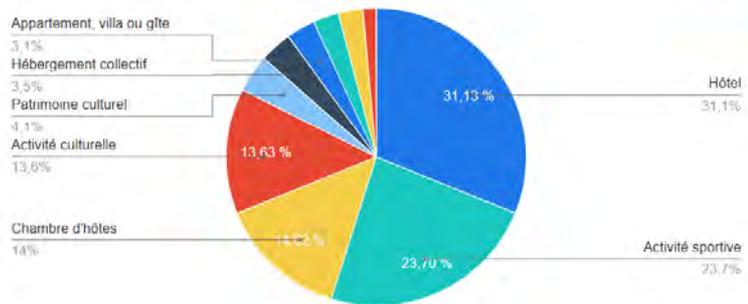
VENTES PAR CATÉGORIES



Volume de vente Elloha en euros sur l'ensemble du Morbihan

En 2021 il y a eu 18 003 réservations pour un CA de **3 433 963 €** sur tout le réseau « Morbihan », soit une augmentation du CA de plus d'1 million d'euros par rapport à 2020.

VENTES PAR CATÉGORIES



Packs Services Morbihan

Créés en 2015, les Packs Services Morbihan ont évolué jusqu'à aujourd'hui pour proposer une palette plus large de services. Ils ont pour objectifs d'améliorer la visibilité, la compétitivité et le niveau de prestation des professionnels.

Un document unique pour les hébergements et les loisirs en 2021

DÉVELOPPEZ VOS VENTES EN LIGNE
Tarif mensuel HT Hébergé à nos paramètres, sans engagement de durée
DISTRIBUEZ-VOUS SUR LES PLUS GRANDS LEADERS DIGITAUX !
Hébergements : Booking, Expedia, TripAdvisor, Airbnb, HomeAway, Facebook, Trivago
Activités & Loisirs : TripAdvisor
39€ 22€
CRÉEZ VOTRE SITE INTERNET EN 10 MN, SANS LA MOINDRE EXPERTISE TECHNIQUE !
Votre site compatible sur tablette et mobile, multilingue avec la réservation en ligne intégrée
49€ 30€

GAGNEZ EN VISIBILITÉ SUR MORBIHAN.COM
2,9 millions de visites en 2019 (+ 22 %)

ET PROFITEZ DE NOMBREUX SERVICES
Audit web / Vos tableaux de bord / Outil synthèse des avis clients / Note globale / 16 / @tripadvisor / Booking.com / Reportage photo / vidéo / visite virtuelle pour votre structure / Formations référencement / réseaux sociaux

BÉNÉFICIEZ DE NOS SUPPORTS DE COMMUNICATION
Kit ambassadeur nos supports à disposition / Insertion dans le guide «Mes sorties & loisirs» 2021 12x D00 ext.

RETROUVEZ LES DÉTAILS DES SERVICES ET INSCRIVEZ-VOUS SUR WWW.MORBIHAN-PRO.COM
PROMOTION COMMERCIALE // 02 97 42 61 60 // promotion-commerciale@morbihan.com

PACKS SERVICES MORBIHAN 2021
Offres pour les professionnels hébergements & loisirs
Profitez de nos services et boostez votre visibilité !
MORBIHAN L'ESPRIT SUD DE LA BRITAIGNE www.morbihan-pro.com

Avec le Covid 19, la filière touristique a connu une crise sans précédent. Le Président du Conseil Départemental du Morbihan, a donc décidé de solliciter l'ADT pour que soient mises en œuvre plusieurs initiatives permettant de marquer envers les professionnels du tourisme un soutien très concret.

Une de ces initiatives a été d'octroyer la gratuité des packs services 2021 à tous les partenaires 2020.

Ce sont donc environ 400 professionnels du tourisme qui ont pu bénéficier de cette offre exceptionnelle et activer les nombreux services qui étaient présents dans les packs 2021 :

- Reportage photo (32 reportages internalisés à l'ADT en 2021)
- Audit Web
- Agrégateur d'avis
- Formation sur les réseaux sociaux et le Web avec notre partenaire la CCI
- ...

Partenariat avec les Gîtes de France en Morbihan

La centrale des Gîtes de France en Morbihan et l'ADT entretiennent un partenariat étroit depuis plusieurs années.

Ce qui permet d'afficher sur le site officiel de la destination www.morbihan.com, la totalité des gîtes et chambres gérés par la centrale (plus de 1000 offres) via une passerelle opérationnelle pour la réservation en ligne entre Eloha et ITEA.



Animation des filières

ASSOCIATION DES SITES DE LOISIRS EN MORBIHAN



Un réseau départemental actif

Loisirs en Morbihan est une association dynamique et structurée de professionnels qui œuvrent ensemble pour le développement touristique et économique de leur structure et du territoire.

Le réseau se fédère et met en place parallèlement des actions autour de la communication-promotion : mise en œuvre de différentes actions visant à promouvoir les établissements et à accroître la fréquentation.

Accompagnement du réseau par l'ADT

Dans le cadre de sa politique de développement touristique du territoire, le Conseil départemental a souhaité accompagner les filières et les réseaux, et plus particulièrement celles et ceux qui par leurs efforts et leurs différentes actions contribuent à améliorer la qualité de l'accueil du public et des équipements touristiques du département.

L'ADT a donc été missionnée pour accompagner et animer le réseau des établissements de loisirs. Une convention a été signée en 2006 et précise les modalités de cet accompagnement. Un animateur est mis à disposition du réseau pour une partie de son temps.

En 2021, l'association comptait 46 membres actifs.

Bilan des actions menées en 2021

Journée des Loisirs



Prévue initialement le 11 Avril 2021, la Journée des Loisirs a dû être décalée au 6 juin.

L'objectif de cette journée est de lancer la saison touristique à l'occasion de la réouverture de nombreux sites, mais surtout de parler aux habitants afin qu'ils consomment et prescrivent les activités de loisirs de proximité.

Pour l'édition 2021, une offre exceptionnelle a été proposée par les 25 sites participants du Morbihan : une entrée offerte pour une entrée achetée.

Cette édition a connu un succès grâce notamment à une météo clémente mais aussi avec la levée des contraintes sanitaires.

Opération « Entrez, c'est ouvert ! »



Livret de coupons de réductions édité à 85 000 exemplaires.

Plus de 150 000€ de retombées dans les 42 sites participants en 2021, quasiment équivalentes à 2020.

Le Guide Mes Sorties et Loisirs en Morbihan a été diffusé à 60 000 exemplaires avec des livrets de coupons de réduction insérés dans le guide.

30 000 exemplaires du livret ont été diffusés en partenariat avec la Fédération des Boulangeries du Morbihan, les galeries commerciales de Carrefour, Leclerc Vannes, hyper U Saint-Avé ainsi qu'à 20 000 foyers morbihannais début septembre et auprès des adhérents participants.

Digitalisation de l'offre : 27 participants (+25%)

« Entrez c'est ouvert ! », version digitalisée :

Dans le cadre de son opération « Entrez, c'est ouvert ! » et pour la seconde année, l'association a proposé de bénéficier d'avantages et de réductions allant jusqu'à – 50 % via un code promotionnel « LM2021 ». Cette opération était bien entendu réservée aux sites proposant de la réservation en ligne sur leur site internet.

Présence sur morbihan.com :

Une page dédiée à l'opération a été créée sur morbihan.com.

Les internautes saisissent directement le code promotionnel sur le système de réservation en ligne des sites participants et la réduction proposée par chaque site est immédiatement déduite.

Affiche pour les hôteliers

Envoi d'un e mailing à tous les hôtels et campings partenaires de l'ADT début juillet avec un QRCode pour accéder aux offres sur morbihan.com. Résultats et retours très faibles.

Campagne Facebook :

Les sites touristiques participants à cette opération digitale ont également bénéficié d'une valorisation sur Facebook via un accompagnement de l'ADT sur une campagne avant, pendant et après la saison estivale générant plus de 3 millions d'impressions et 181 000 clics vers les sites participants.

Groupe FaceBook

Lancé le 16 mars 2021, le groupe Facebook est un levier supplémentaire pour parler de l'actualité des sites membres du réseau Loisirs en Morbihan et pour augmenter leurs taux de visites/ventes. Fin 2021, le groupe comptait plus de 3000 abonnés.



MORBIHAN AFFAIRES®

Depuis l'automne 2014, les professionnels du tourisme d'affaires du Sud de la Bretagne se sont réunis pour créer Morbihan Affaires®. Le club comptait 65 membres au 31/12/2021. Il est accompagné par l'ADT et poursuit différents objectifs :



- positionner la destination Morbihan sur le marché du tourisme d'affaires, principalement en France et en Europe,
- promouvoir la filière tourisme d'affaires auprès de l'ensemble des prescripteurs que sont les décideurs économiques,
- participer à l'amélioration qualitative et générale de l'offre de l'ensemble de la filière,
- contribuer à la promotion et au développement de la filière en créant l'interface et les meilleures conditions de la mise en marché de la filière tourisme d'affaires en Morbihan, au bénéfice des professionnels du tourisme d'affaires (bureaux des congrès, lieux d'accueil et de réception, hébergeurs, agences réceptives, ...),
- faciliter, développer l'information, les échanges et la synergie entre les professionnels de la filière et les différentes clientèles

Les actions et orientations sont définies lors des commissions de travail du club en fin d'année.

Un plan d'actions a donc été mis en place lors d'une commission de travail fin 2020. Toutes les actions prévues n'ont pu être honorées du fait de la situation sanitaire.

Morbihan-affaires.com

Pour promouvoir et animer le club, Morbihan Affaires® utilise notamment le site portail morbihan-affaires.com, site tourné vers les décideurs. Des campagnes de référencement naturel et payant sont mises en place chaque année.

Quelques chiffres :

La crise sanitaire a eu un impact non négligeable sur le trafic du site en 2020 et début 2021, cependant on observe un regain d'intérêt pour les séminaires et le tourisme d'affaires de manière générale, avec une belle hausse en juin et septembre.



Retrouvez également les actualités et infos de Morbihan Affaires® sur [sa chaîne YouTube](#) et [sa page LinkedIn](#)

Opérations de promotion ciblées, sous la marque Morbihan Affaires® :

Les salons et Afterworks :

Soirée afterwork organisée par Tendance Nomad le 21 septembre à Paris :

Rencontres précédées d'atelier. Peu de contacts concrets réalisés lors de cette soirée avec une sur-représentation d'agences plutôt spécialisées sur l'étranger mais qui venaient prendre du contact afin de réorienter leur clientèle vers la France.



© Pascal Muradian

Les Afterworks Assistantes Plus :



©ADT 56

La cible sont les assistantes de direction qui sont incontournables dans les projets d'événements professionnels.

Nantes le 12 octobre : Morbihan Affaires® était accompagné de quelques membres: Parc de Branféré, La Cité de la Voile Eric Tabarly, l'Office de Tourisme Vannes Golfe du Morbihan, le Palais des arts et des Congrès de Vannes, le groupe Escal Océania et le Castel Clara à Belle-île en mer.

Malheureusement la fréquentation de la soirée ne fut pas à la hauteur, sûrement dû au contexte sanitaire et à une rentrée assez chargée pour les assistantes de direction.

Salon Heavent – Séminaire expo : à Paris du 23 au 25 novembre 2021. Ce salon dédié aux séminaires d'entreprise a réuni 8 partenaires, inscrits pour représenter leur structure et le réseau Morbihan Affaires®.

Opérations Locales :

Au vu du contexte, Morbihan Affaires® a pu réaliser des formations en visio, un éductour pour les membres, 1 soirée au 2ème semestre et participer à plusieurs RDV réseaux :

- FORMATION : Webinaire campagnes Social ads le mardi 1er juin et Atelier sur les nouvelles tendances de séminaires et les techniques commerciales le jeudi 17 juin.
- Régate à bord des voiliers « Team winds » le 24 juin sous format Eductour (sécurité effectuée par Nautic Sport) suivi d'un Apéritif dinatoire sur le Port de La Trinité sur Mer au ZING café. Plus de 24 membres étaient présents à l'éductour et une trentaine le soir.
- Soirée Fédéréseaux Pontivy le 23 septembre 2021 au Palais des Congrès.
- Soirée des Réseaux Vannes le 27 septembre au Palais des Arts et des Congrès.
- Sortie en mer organisée par Ouest France lors du SPI OF le vendredi 8 octobre 2021. Il s'agissait d'un « Tour ou croisière Affaires » à bord d'un bateau affrété pour l'occasion, au plus près des régates.
- Le 4 novembre : Soirée en partenariat avec le Palais des arts et des congrès à l'occasion de leur 50 ans. Soirée afterwork avec conférence sur le thème de l'intelligence émotionnelle avec Sydney Gavignet navigateur et Coach (partenaire de la Sellor). Plus de 100 personnes présentes (60 % d'invités et 40 % de membres).
- Soirée Connect'in Lorient le 16 novembre au Palais des Congrès.



©team Winds

GREEN MORBIHAN®

Green Morbihan® est une association de professionnels du tourisme morbihannais qui souhaitent valoriser leur engagement pour un tourisme durable en mettant en place des actions collectives.



L'association a accueilli 2 nouveaux membres en 2021, le camping de Kergo et le festival La P'Art Belle, et compte désormais 22 membres.

En 2021, l'association, animée par l'ADT a mis en place les actions suivantes :

- la finalisation des panneaux narratifs permettant de valoriser chaque membre Green à travers le démarrage d'un « story telling » de chaque établissement,
- le tournage d'un film promotionnel pour chacun des nouveaux membres,
- la finalisation de la démarche de « Nudge Marketing » qui a donné lieu à la création de 6 supports différents qui seront apposés dans les établissements membres afin d'amener les visiteurs à adopter un comportement « green » : attention à la ressource en eau, à l'électricité, aux déplacements doux, etc.,
- un audit des réseaux sociaux de chaque membre Green Morbihan®, avec des préconisations adaptées à chaque cas pour améliorer sa visibilité et l'interaction sur ces réseaux,
- la continuité du partenariat avec la démarche Eco'do portée par la CCI,
- la création d'une commission Commercialisation qui a pour but de retravailler en 2022 sur les produits Green et les canaux de distribution,
- la création d'un guide des plateformes de commercialisation des prestataires touristiques engagés dans le développement durable : ce guide permet à chaque membre d'avoir une information complète sur ces plateformes, les engagements qu'elles demandent, leurs performances, etc., afin de s'y engager, ou non.



L'association Green Morbihan® a également pu être valorisée à travers différentes interventions :

- Tebesud : interview/présentation de Green Morbihan® dans l'émission « L'instant Vert » le 3 juin 2021
- Ideal connaissance (réseau des acteurs de la sphère publique) – Intervention en duo, ADT et Claude Le Gloanic (Camping la Fontaine du Hallate) pour présenter Green Morbihan® sous l'angle : partenariat Public-Privé pour valoriser le tourisme durable
- Intervention auprès des porteurs de projet au Certificat de Spécialisation (CS) du Tourisme Vert, Le Gros Chêne à Pontivy.

La démarche Green Morbihan® s'est de nouveau vue récompensée lors des Trophées de la Communication® 2021, avec un 3^{ème} Prix dans la catégorie « Meilleure action de communication responsable » pour la collection de films promotionnels réalisée par Storygraaf.



RETROUVEZ L'ACTUALITÉ TOURISTIQUE DU MORBIHAN SUR MORBIHAN-PRO.COM

AGENDA DES RENDEZ-VOUS

STRATEGIE MARKETING

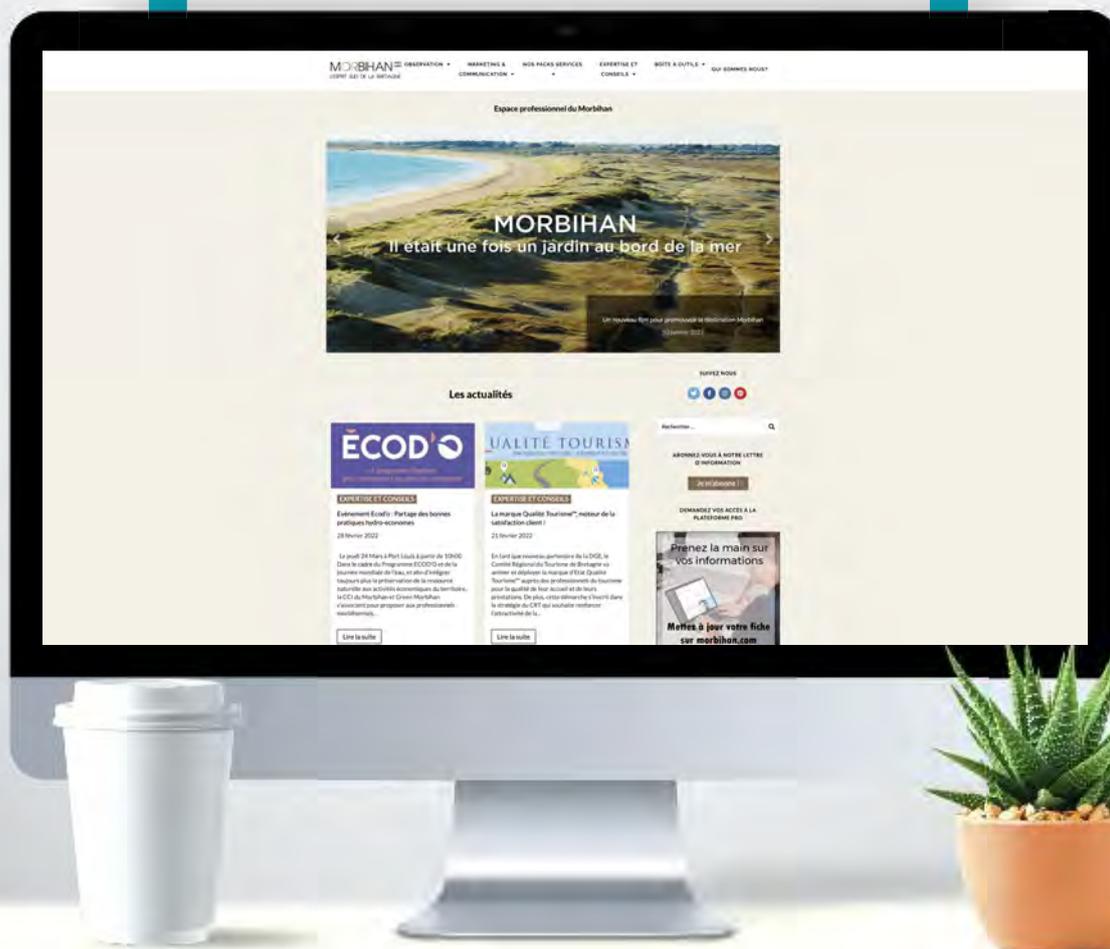
PLAN ANNUEL D'ACTIONS

MAGAZINE DECIDEURS
TOURISME

PACKS SERVICES

CHIFFRES DU TOURISME

RESEAUX « MORBIHAN
AFFAIRES », « GREEN
MORBIHAN » ET « LOISIRS
EN MORBIHAN »



ET ABONNEZ-VOUS À LA **NEWSLETTER PRO**

MORBIHAN CONNECTE

