

MORBIHAN TOURISME



RAPPORT D'ACTIVITE 2022



EDITO

Chers élus, chers partenaires, chers collègues,

Dans une période en proie aux doutes, avoir des objectifs clairs et un cap précis sont des atouts majeurs pour conduire des projets stratégiques et opérationnels.

Cela passe nécessairement par quelques conditions sine qua none :

- Une gouvernance qui porte une ambition forte
- Un board uni et déterminé dans la conduite des affaires
- Une équipe compétente, agile et passionnée
- Des actionnaires qui assument la stratégie
- Des clients qui s'engagent dans le choix des actions
- Des partenaires efficaces en phase avec les besoins
- Un management engagé et humain
- Une gestion fine des ressources et moyens
- Une capacité à se questionner, évoluer et s'adapter
- Des résultats mesurables

Morbihan Tourisme c'est tout cela à la fois !

Communication & web, promotion commerciale, développement & marketing : 3 pôles au service des acteurs et du territoire qui portent une seule ambition : *faire du Morbihan la destination touristique d'avenir entre préservation des ressources et développement de l'économie et de l'emploi, au service de la qualité de vie de ses habitants et du bonheur de ses visiteurs.*

Patrick LEVY
Directeur général de l'ADT du Morbihan

RAPPORT D'ACTIVITE 2022

2022 était une année de transition pour l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan. Outre un déménagement physique de l'agence, plusieurs chantiers ont été ouverts, à la fois en matière de stratégie marketing et de communication, mais aussi concernant la refonte de l'écosystème digital morbihan.com et le renforcement des outils au service des professionnels et des clubs.

Ces quelques pages souhaitent illustrer ici le travail réalisé et les projets mis en œuvre tout au long de l'année, par les trois services qui constituent l'ADT. Un chapitre est dédié aux clubs.

LA COMMUNICATION & LE WEB	3
1 - Une communication grand public toute l'année	3
2 - Un temps fort au printemps	9
3 - Une campagne de fin d'année : offrez le Morbihan en cadeau !	10
4 - La communication à destination des partenaires et professionnels	11
 LA PROMOTION COMMERCIALE	 13
1 - Les salons B to C	13
2 - Les salons & actions B to B	13
3 - La digitalisation de l'offre	16
4 - Les Packs Services Morbihan	17
 LE DEVELOPPEMENT & MARKETING	 18
1 - Le conseil et l'accompagnement des territoires	18
2 - L'observation touristique	19
3 - L'accompagnement des professionnels	21
 LES CLUBS	 22



LA COMMUNICATION & LE WEB

1 – Une communication grand public toute l'année

De janvier à décembre, l'ADT assure la promotion de la destination Morbihan via différents supports : presse (diffusion de dossiers et communiqués de presse, accueils de journalistes), réseaux sociaux (animation des communautés, campagnes de sponsoring et de notoriété), web (actualisation des sites internet, actions de référencement naturel et payant), guides et brochures touristiques. Des campagnes annuelles sont ainsi mises en place et génèrent une visibilité continue, pour toutes les destinations morbihannaises, de l'Armor à l'Argoat, et tout au long des quatre saisons.



©Loïc Kersuzan – Simon Bourcier – P. Baissac

Des relations presse

En 2022, l'ADT a poursuivi sa collaboration avec l'agence presse Sylvie Blin pour la réalisation de sa campagne de relations presse. Différentes actions ont été menées, différents outils diffusés.



3 dossiers de presse



Janvier :
« Morbihan,
le bonheur de la simplicité »



Avril :
« Derniers spots à
fleur d'eau en
Morbihan »



Octobre
« Fascinant Morbihan »

5 communiqués de presse



Printemps : « Le portrait dans la peinture en Bretagne » / Expositions au musée du Faouët et « Kerguéhennec, quand l'art épouse la nature ! »

Juin : « Bienvenue sur les Terres de Nataé »

Juillet : « La Bellevue, entre bien-être et bien-vivre... »

Été : « A tester en toute sérénité... » / Domaine des Can'haltes à Gueltas

1 dîner presse à Paris

L'ADT a convié 11 journalistes à un dîner à Paris à l'occasion de l'ultime audition de l'association Paysages de Mégalithes au Ministère de la Culture. En effet, le 18 octobre dernier, Paysages de Mégalithes présentait le plan de gestion en vue d'inscrire au patrimoine mondial de l'Unesco les mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan. Le soir même, Olivier Lepick, maire de Carnac et président de Paysages de Mégalithes, partageait cette expérience autour d'un dîner dédié au patrimoine morbihannais.



©ADT

1 évènement presse à Paris, en partenariat avec le CRT



Le 22 novembre, le restaurant le Mersea à Paris accueillait le CRT Bretagne, les 4 ADT et les Offices de Tourisme pour un brunch à destination de la presse nationale. 78 journalistes étaient conviés, représentant quelques 100 médias.

9 accueils individuels

2022 comptabilise 9 accueils individuels, de mai à novembre.

13,8 millions d'euros de retombées presse

Sur l'année, les retombées presse tous supports confondus s'élèvent à 13,8 millions d'euros de Contre-valeur Publicitaire (CVP), vs 11,7 millions l'année précédente.

- 181 articles dans la presse écrite,
- 20 articles sur le web ou dans les blogs,
- 51 sujets en radio ou TV nationale.



Recrutement d'une agence de relations presse pour 2023

La fin d'année a été marquée par la publication d'un appel d'offres pour le recrutement d'une agence de relations presse. 5 candidatures ont été réceptionnées, 4 agences auditionnées et 1 retenue, il s'agit de l'agence Article Onze.



Des éditions à destination du grand public

Le guide Mes sorties & Loisirs 2022

Avec deux années perturbées pendant lesquelles l'usage des documents imprimés était remis en question, l'ADT avait revu à la baisse les tirages de ses éditions papier. Avec un contexte plus favorable en 2022, le nombre d'exemplaires a été augmenté.

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

Fréquence : annuelle – Parution mars 2022

Cible : grand public

Tirage : 80 000 exemplaires

Nombre de pages : 76

Format : A5 (148 x 210 mm)

Nombre de partenaires : 103 participants*

Langue : français et anglais

Diffusion : nos partenaires morbihannais, offices de tourisme, hébergeurs lors de la bourse d'échange



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 & randonnées

Objectif : d'un côté présenter les principaux sites touristiques du Morbihan et les grandes voies d'accès et de l'autre côté les itinéraires de randonnées pédestres, équestres, cyclotourisme et les voies vertes.

Fréquence : bisannuel – Parution en mars

Cible : grand public

Tirage : 200 000 exemplaires

Format : 210 x 270 mm

Langue : français, anglais

Diffusion : à nos partenaires morbihannais, Offices de tourisme, hébergeurs, lors de la bourse d'échange.

Les cartes sont réalisées 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 collecte les éléments de corrections nécessaires à la réalisation de la carte touristique et randonnées et la Société ACTUAL réalise la mise à jour.

Fin 2022, un tirage de 80 000 exemplaires a été effectué afin de compléter la diffusion auprès de nos partenaires touristiques.



Un Système d'Informations Touristiques et des sites web

Du DMS à Tourinsoft

Les sites Internet morbihan.com et morbihan-affaires.com sont alimentés par des flux provenant d'un Système d'Informations Touristiques (SIT) ou base de données. Depuis 2008, c'est le SIT Constellation, nommé DMS, qui était utilisé par l'ADT.

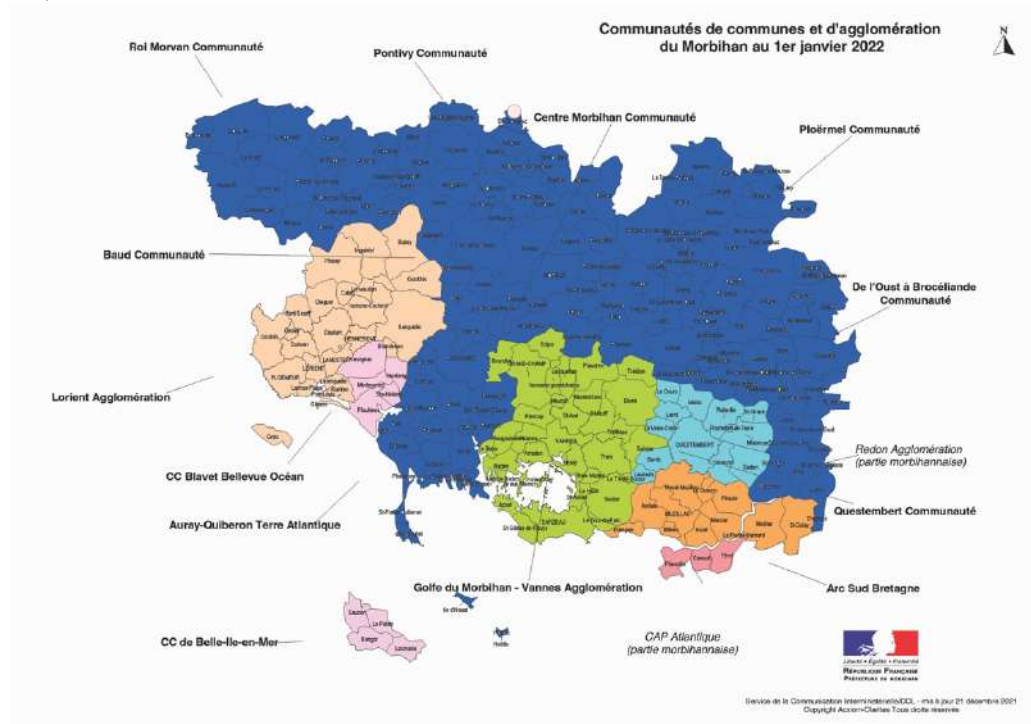
En début d'année, le Conseil d'Administration de l'ADT a pris la décision de migrer sa base de données vers l'outil régional Tourinsoft (Société Faire Savoir), rejoignant ainsi le CRT et les 3 autres départements bretons.



Dans le cadre de leur démarche de mise en réseau et de collaboration, le CRT Bretagne, Côtes d'Armor Destination, Offices de Tourisme 29, l'ADT 35 et l'ADT 56 ont donc signé une convention de partenariat pour administrer une base de données et d'informations touristiques, chacun à l'échelle de son territoire de compétence.

Les Offices de Tourisme morbihannais qui travaillaient déjà avec Tourinsoft et le CRT ont été rapatriés sous la bannière départementale de Tourinsoft. De nouveaux Offices de Tourisme ont décidé de rejoindre le mouvement, pour améliorer la couverture territoriale et bénéficier de l'outil mis à disposition par l'ADT.

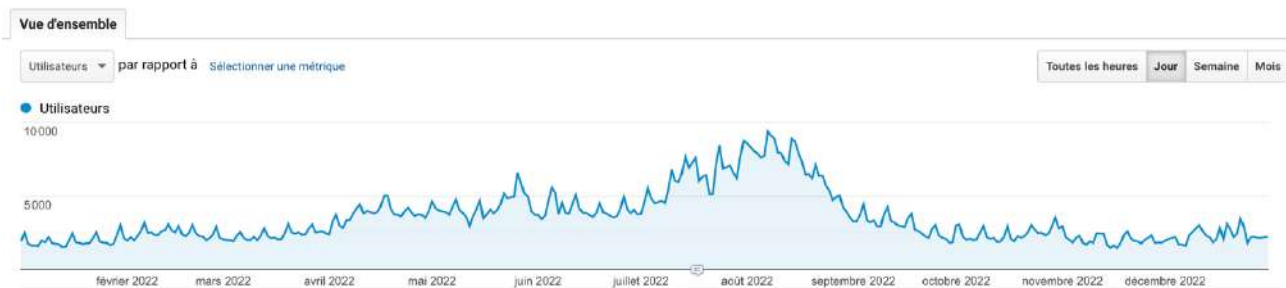
Sont représentés ici en bleu les territoires couverts par le SIT Tourinsoft au 1^{er} mars 2023.



Du côté de l'ADT du Morbihan, le transfert des données entre les deux outils a débuté dès le mois de mars et se poursuit encore aujourd'hui. 15 bordereaux ont été migrés, représentant plus de 20 000 objets d'information.

Le site morbihan.com

La fréquentation du site grand public morbihan.com reste stable, avec 2,1 millions de visites en 2022. On constate, comme chaque année, un regain d'activité sur la période estivale.



Le SEO (référencement naturel) représente 78% 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 :

yumens

- 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 parallèle, et toujours avec notre partenaire Yumens, des campagnes d'achats de mots-clés sont mises en place tout au long de l'année, avec des résultats en hausse en 2022.

[Le blog Morbihan Expériences](#)



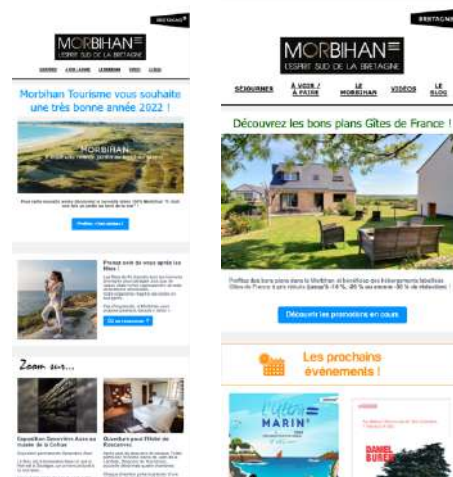
On note une hausse de trafic de 20% sur le blog, avec un total de 179 239 visites en 2022, vs 150 172 en 2021.

De nouveaux articles sont publiés tout au long de l'année, pour enrichir le contenu, optimiser le référencement, et amener du trafic sur le site principal morbihan.com

[Des newsletters grand public](#)

En 2022, 10 newsletters ont été expédiées, chacune contenant 4 à 5 sujets (un article à la une, une destination, une nouveauté, une recette, un évènement, etc.)

Environ 4 000 contacts sont destinataires de cette newsletter chaque mois. Le taux moyen d'ouverture est de 45%.



[Vers un nouvel écosystème digital pour l'ADT](#)

Depuis plusieurs mois, l'ADT du Morbihan réfléchissait à la refonte de son écosystème digital. Le site internet vitrine, morbihan.com, dont la dernière version date de 2014, devient en effet vieillissant, et utilise une technologie aujourd'hui obsolète et contraignante. Mais au-delà de simplement « refaire un site », l'équipe et les élus de l'ADT ont souhaité questionner les réels enjeux

d'un tel exercice, en interrogeant la stratégie digitale et la stratégie de communication globale de l'ADT.

Afin de prendre du recul, d'avoir un regard extérieur sur le sujet et des préconisations cohérentes avec les enjeux et les tendances de consommation, l'ADT s'est entourée à partir du mois de mars de deux agences expertes : Augural Strateo sur le volet « stratégie et marketing » et Décizif sur le volet technique et gestion de projet web.

**AUGURAL
STRATEO**

Décizif
votre tiers de confiance digital

Augural Strateo a d'abord travaillé à un état des lieux de la stratégie de communication actuelle, puis des ateliers thématiques sont venus confronter ce diagnostic au terrain. Des premiers enseignements ont ainsi pu émerger et le constat général est le suivant : la stratégie de communication actuelle de l'ADT est efficace mais mérite quelques optimisations.

Les recommandations de l'agence tiennent en 5 points :

1. Renforcer l'image de marque de la destination
2. Axer davantage la communication sur les courts-séjours (hors saison)
3. Prendre position sur les tendances de consommation touristique
4. Pousser l'offre tourisme d'affaires
5. Prendre la parole sur les sujets de préoccupations des professionnels.

Sur le volet technique, l'accompagnement de Décizif a permis d'aboutir, fin 2022, à la mise en place d'une consultation restreinte pour le recrutement d'une agence web.

Des réseaux sociaux

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 ! 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.



419 500 fans
(+ 27 100)
119 publications
Taux d'engagement
moyen par
publication : 4,35%

Posts les plus engageants



272K 881 3.1K 2736%



20.8K 977 5.4K 23.16%



20K 2K 5.5K 19.83%



21.3K 992 2.3K 15.18%



70 800 abonnés (+ 7 500)
208 publications
Taux d'engagement
moyen par publication :
3,12%
2 000 « J'aime » en
moyenne par post

Posts les plus engageants



7.5K 153 12.65%



7.5K 71 12.31%



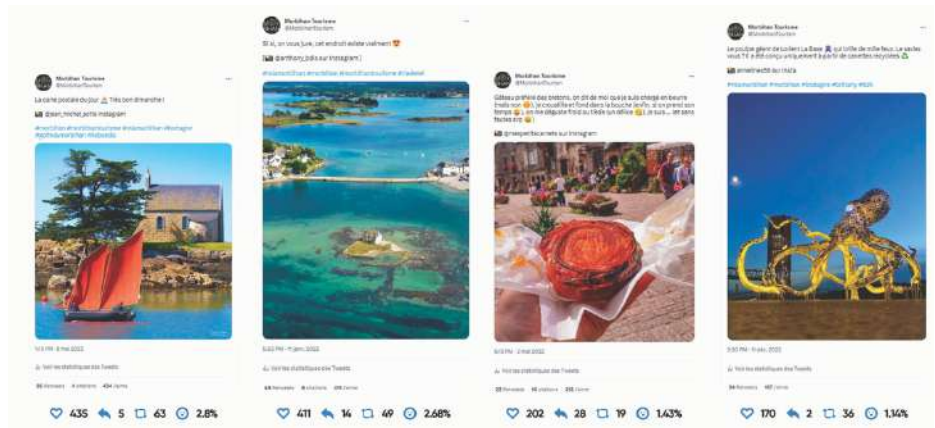
7.7K 49 12.09%



6.2K 42 9.81%



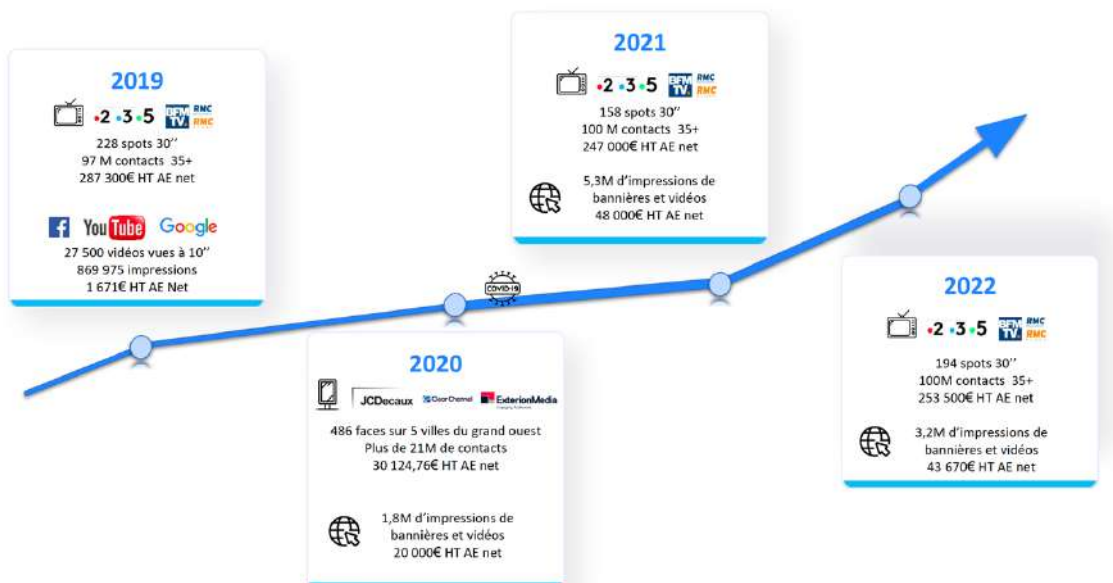
18 300 abonnés (+ 277)



2 – Un temps fort au printemps

Une campagne en TV nationale

Après deux campagnes en TV nationale (2019 et 2021), le Morbihan a renouvelé au printemps 2022 sa présence sur les chaînes de France Télévision et BFM TV, en collaboration avec son agence partenaire Good Buy Media, marquant ainsi le temps fort de la campagne de communication annuelle de l'ADT.



Le spot publicitaire de 30 secondes mis à jour en 2019 a été diffusé, à raison de plus de 125 spots sur France 2, 3 et 5, touchant plus de 78 millions de contacts du 7 au 29 mai ; et du 2 au 20 mai, une quarantaine de spots a pu toucher près de 16 millions de contacts sur BFM. Au final, ce sont donc bien quatre semaines de diffusion sur ce média de masse qui allie puissance et visibilité, pour un total de près de 100 millions de contacts



Une amplification digitale en deux temps

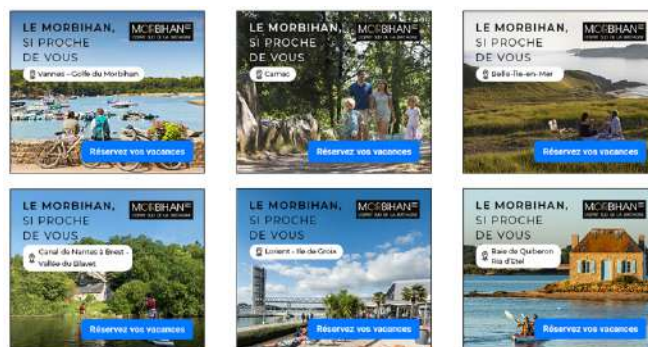
Pour booster la notoriété et l'image du Morbihan, un dispositif digital est venu renforcer le média TV :

- D'abord avec des formats Replay, sur les replays des chaînes TV nationales TF1, France TV et M6. Le spot publicitaire de 30 secondes a été diffusé de début mai à mi-juillet et a généré 377 776 impressions, 4 113 clics vers morbihan.com
- Le format 6Break a également été reconduit, avec cet écran de pause créé sur-mesure et qui peut générer un trafic pertinent sur morbihan.com. Accompagné des habillages de sites, les deux formats « premium » ont généré 374 190 impressions et 35 251 clics vers morbihan.com.
- Sur cette même période, de début mai à mi-juillet, une campagne sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram a engendré 1,6 million d'impressions, pour 454 526 personnes uniques touchées



Deux autres leviers digitaux, les bannières web et des campagnes YouTube ont eux été diffusés sur deux périodes distinctes, de début mai à la mi-juillet, et de la fin août à la fin septembre :

- Les bannières web ont généré 2,1 millions d'impressions au cumulé, et 2 305 clics vers morbihan.com
- Les campagnes YouTube ont permis la diffusion du spot publicitaire de 30 secondes et de quatre vidéos thématiques de 15 secondes. Résultats : 275 401 vues à 100%



3 - Une campagne de fin d'année : offrez le Morbihan en cadeau !

Du 15 novembre au 24 décembre 2022, l'ADT a renouvelé une campagne « cartes cadeaux », l'idée cadeau facile et pratique pour le grand public.

Le principe : valoriser les professionnels partenaires de l'ADT qui proposent sur leur site Internet des cartes ou chèques cadeaux. Près de 70 offres ont été recensées et organisées en 4 catégories, toutes valorisées sur morbihan.com et via des campagnes spécifiques : les activités sportives, les balades découverte, les séjours (hébergements inclus) et les hébergements insolites.

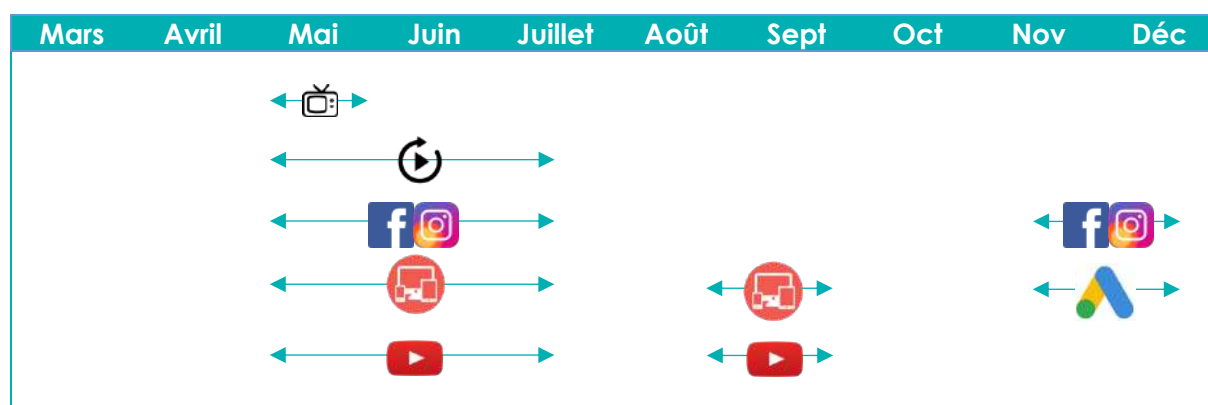
Une campagne sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram a été déployée : 1,2 million d'impressions, 418 375 personnes uniques touchées et 16 180 clics sur les offres.



Une campagne Display a également été mise en place : + de 5,5 millions d'impressions, et 29 000 clics vers morbihan.com



En parallèle d'une communication fil rouge tout au long de l'année, le temps fort du printemps avec la campagne TV nationale a généré un effet rebond avec des amplifications digitales (web et réseaux sociaux) marquées sur l'arrière-saison et la fin d'année

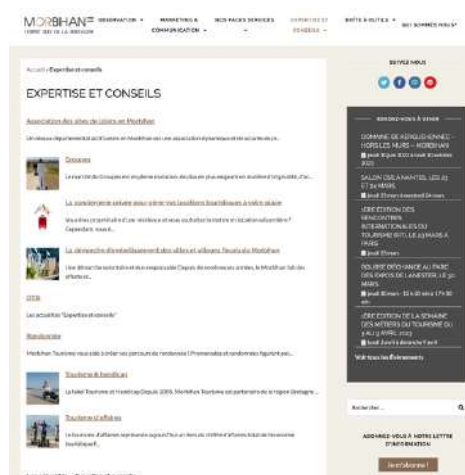


4 - La communication à destination des partenaires et professionnels

Le site morbihan-pro.com

La fréquentation du site pro est en hausse de 25% par rapport à 2021, avec 22 323 sessions enregistrées en 2022

Contrairement au site Grand Public, le trafic est principalement réalisé sur ordinateur, à hauteur de 60%.



[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, environ 4 800 contacts

Taux d'ouverture moyen : 37%



Le magazine professionnel « Décideurs Tourisme » #14 et #15.



Ces magazines, destinés aux professionnels du tourisme, présentent l'actualité du tourisme en Morbihan et mettent l'accent sur une thématique traitée et rédigée 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

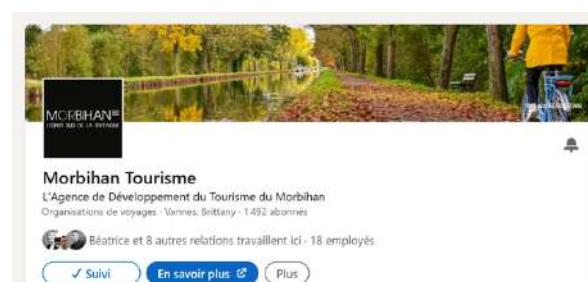
Format : 210 x 270 mm

Langue : Français

Une page LinkedIn

Au début de l'année 2022, l'ADT du Morbihan a ouvert sa page sur LinkedIn pour présenter ses actions, actualités, annonces, ... les publications sont faites de façon régulière.

La page compte environ 1 538 abonnés qui continue d'augmenter.



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/>. Près de 10 800 photos sont actuellement à disposition. 2022 a été aussi l'occasion d'effectuer du tri dans les images proposées et de proposer des mises à jour.

Des reportages photos

Pour ses besoins en contenus photos, l'ADT a missionné un collaborateur pour réaliser des prises de vue, à la fois sur la destination, mais aussi dans le cadre des Packs Services. Près de 500 photos ont ainsi été validées en 2022, et intégrées à la photothèque.



©Loïc Kersuzan



LA PROMOTION COMMERCIALE

1 - Les salons B to C

Les salons Grand Public ont été un vecteur de communication important dans les années passées mais les nouveaux modes de recherche des clientèles : internet, réseaux sociaux nous ont amené à faire des arbitrages et un virage avait été pris depuis 3 ans pour ne plus faire que les salons nationaux sur nos bassins de clientèle : Paris, Lyon et Lille.

Néanmoins, l'ADT continuera, pour les années futures, à 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.

2 - Les salons & actions B to B

Les salons CSE



Salons professionnels avec comme cible les Comités d'Entreprise. Morbihan Tourisme contacte les organisateurs et négocie des tarifs pour organiser un espace commun.

Objectif : proposer un espace bien identifié « Morbihan » et permettre avec un stand clé en main à nos partenaires de 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,).



©ADT

Salon CE Nantes

Mars 2022

5 partenaires inscrits : Parc de Branféré, Croisières Navix, Compagnie Océane, Kingoland et Lorient Bretagne Sud Tourisme.

Salon CE Rennes

Avril 2022

9 partenaires inscrits : Compagnie Océane, Croisières Navix, Parc de Branféré, Terres de Nataé, Izenah Croisières, Lorient Bretagne Sud Tourisme, Sofitel Quiberon, Kingoland et BLB Tourisme.

Salon CSE Brest :

Mai 2022

5 partenaires inscrits : Parc de Branféré, Sellor, Terres de Nataé, Izenah Croisières, Lorient Bretagne Sud Tourisme.

Salon CE Nantes

Septembre 2022

3 partenaires inscrits : Parc de Branféré, Croisières Navix et Lorient Bretagne Sud Tourisme.

Salon CE Rennes

Octobre 2022

5 partenaires inscrits : Compagnie Océane, Croisières Navix, Parc de Branféré, Lorient Bretagne Sud Tourisme et Sellor

Les rencontres ANCV (cible CSE)

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 CSE 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.

La 12^{ème} édition s'est tenue à Saint Nazaire le mardi 10 mai 2022 en présence de nombreux professionnels du tourisme breton.

La matinée était réservée au Workshop qui s'est déroulé dans l'alvéole 12 de la base des sous-marins de St Nazaire et l'après-midi à des visites d'Escale Atlantic, le sous-marin Espadon et des visites guidées des chantiers de l'atlantique.



La bourse d'échange

Parc Chorus à Vannes, le Jeudi 31 Mars 2022

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.

Depuis 2020, le nombre d'exposants dépasse la centaine et nous avons pris la décision de la réaliser sur les parcs exposition de Vannes et Lanester en les alternant une année sur l'autre.

Les échanges des documentations, parfois volumineuses et nombreuses, sont facilités par une surface d'exposition importante mais également par un parking conséquent.

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...

Une newsletter ainsi que plusieurs e-mailing sont envoyés à l'ensemble des hébergeurs morbihannais afin qu'ils puissent venir faire le plein de documentation pour leurs clients mais aussi mettre en place des partenariats avec les sites de loisirs présents.

Un partenariat étroit avec les Gîtes de France en Morbihan nous permet également d'en faire le relais auprès des propriétaires de gîtes.

Plus de 150 hébergeurs du département avaient fait le déplacement (principalement des meublés et quelques campings et hôtels).



3 - La 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

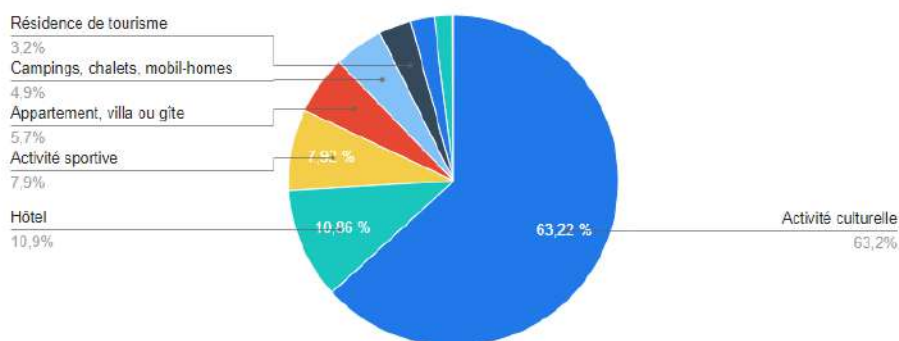


Avec son partenaire Elloha, l'ADT met à disposition des professionnels un outil de réservation en ligne.

Volume de vente Elloha sur morbihan.com

En 2022, il y a eu 783 réservations pour un CA de 93 415 €, soit une baisse de 58 302 € par rapport à 2021 due principalement à la suppression du moteur de recherche sur la page d'accueil de morbihan.com afin de ne pas induire en erreur les internautes car les offres n'étaient pas exhaustives.

VENTES PAR CATÉGORIES

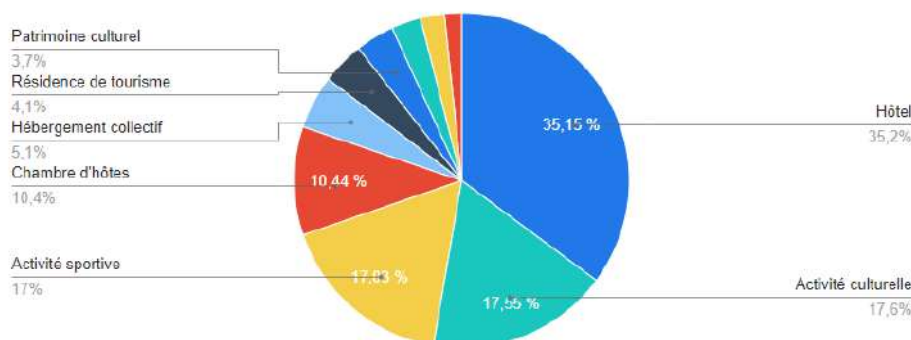


Volume Elloha en euros sur l'ensemble du Morbihan

de vente

En 2022, il y a eu 20239 réservations pour un CA de 4 346 315 € sur tout le réseau « Morbihan ». Soit une hausse de 912 352 € qui montre que les professionnels développent de plus en plus les outils de réservations dans leur stratégie commerciale validant ainsi le positionnement de l'ADT.

VENTES PAR CATÉGORIES



4 – Les 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.

En 2022, l'ADT du Morbihan a décidé de maintenir les tarifs de ses packs services au même niveau. Ces derniers n'ont pas augmenté depuis leur création.

Les professionnels ont pu souscrire à l'un des 3 packs proposés : Partenaires à 135 €, Premium à 600 € et au VIP à 1000 €.

De nombreux services sont proposés dans le cadre de ces packs :

- Reportage photo,
- Audit Web
- Agrégateur d'avis
- Formation sur les réseaux sociaux et le Web avec notre partenaire la CCI

En 2022, nous avons également complété ces services par la réalisation de prises de vues par drone et par 3 webinaires réalisés en partenariat avec les ateliers numériques Google à Rennes et en interne.

Partenariat avec les Gîtes de France en Morbihan

L'ADT du Morbihan entretient un partenariat étroit avec les Gîtes de France en Morbihan depuis plusieurs années. La totalité des gîtes et chambres d'hôtes gérés par la centrale est affichée sur le site officiel de la destination www.morbihan.com (plus de 1000 offres) via une passerelle opérationnelle pour la réservation en ligne entre Elloha et ITEA.



LE DEVELOPPEMENT & MARKETING

1 - 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 2022, le pôle Marketing/Développement est intervenu sur les projets suivants :

- Schéma du tourisme de Golfe du Morbihan Vannes Agglomération : cadrage méthodologique, diagnostic, interviews, rédaction des enjeux
- Schéma du tourisme de Lorient Agglomération : cadrage méthodologique, diagnostic, interviews, rédaction des enjeux. Animation d'ateliers, rédaction d'un plan d'actions pluriannuel
- 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.
- Sites d'exception : accompagnement de la démarche régionale pour :
 - le site mégalithique et la réserve naturelle de Monteneuf,
 - l'île d'Hoëdic



©Lezbroz



©Simon Bourcier

Participation au groupe de travail « territoires » du club Ingénierie 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 participe à un groupe d'une dizaine d'ADT pour créer des outils d'aide à l'accompagnement de territoires.



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

Les membres du jury départemental sont au service des communes par le biais de visites conseils qui donnent lieu à un compte rendu de visite et à des préconisations.

En 2022, ce sont 25 communes qui ont été accompagnées : 5 communes ont sollicité une visite et ont pu bénéficier de conseils personnalisés, et 20 communes ont été visitées lors de la tournée estivale.

La remise des prix, qui a eu lieu au Conseil départemental le 14 décembre 2022, a permis de récompenser les communes engagées dans l'amélioration de leur environnement et du cadre de vie de leurs habitants.

En 2022, ce sont 113 communes morbihannaises qui sont impliquées dans cette démarche dont 61 ont déjà une fleur ou plus.



L'accompagnement des filières et associations

Le développement de la filière randonnées

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

En 2022, 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 192 établissements morbihannais référencés dont 107 en Etape Rando Bretagne et 85 en Accueil Vélo.



2 – L'observation touristique

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 2022.

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

Le bilan de la fréquentation de l'hôtellerie de plein-air permet de disposer de grands indicateurs de fréquentation des campings morbihannais, tandis que l'enquête sur l'hôtellerie propose des chiffres de fréquentation des hôtels morbihannais. Reposant sur des données issues d'enquêtes menées par l'INSEE, ses rapports visent à suivre et mieux connaître la fréquentation des établissements morbihannais.



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. Les résultats de cette enquête ont été publiés en début d'année 2022 et ont été présentés par l'équipe de l'ADT chez les partenaires territoriaux.



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.

3 – L'accompagnement des professionnels

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. En 2022, ce sont environ 40 porteurs de projet qui ont sollicité le service.

LES CLUBS



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 ainsi qu'une enveloppe de 20 000 € pour soutenir la filière.

En 2022, l'association comptait 55 membres actifs.

Bilan des actions menées en 2022

- Journée des Loisirs : Dimanche 10 avril 2022

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 2022, une offre exceptionnelle a été proposée par les 3 sites participants du Morbihan (25 sites en 2021) : une entrée offerte la deuxième à 50 %.



Plusieurs actions de promotion ont été mises en place pour valoriser cette journée :

- Publicité payante sur Facebook,
- Affiches dans le TER Bretagne,
- E-mailing auprès des hébergeurs et offices de tourisme morbihannais.

- Opération « Entrez, c'est ouvert ! »



Livret de coupons de réductions édité à 120 000 exemplaires. Plus de 180 000€ de retombées dans les 48 sites participants en 2022, quasiment équivalentes aux années précédentes.

Le Guide Mes Sorties et Loisirs en Morbihan a été diffusé à 80 000 exemplaires avec des livrets de coupons de réduction insérés dans le guide.

40 000 exemplaires du livret ont été diffusés dans les commerces de proximité au printemps et en septembre.

Digitalisation de l'offre : 27 participants

« 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 « LM2022 ». Cette opération était bien entendu réservée aux sites proposant de la réservation en ligne sur leur site internet. Les retours en termes de résultats sont bien inférieurs à ceux des coupons mais sont un complément et une démarche qui doit perdurer.

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.

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.

- Brochure spéciale Seniors

Sélection de sites touristiques qui ont accepté d'octroyer une tarification spéciale dans le cadre des sorties à destination des résidents des Ehpad et maisons de retraite du Morbihan et des communes limitrophes.

- Envoi d'un mailing papier et suivi d'un e-mailing fin août 2022

- 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 2022, le groupe comptait plus de 7000 abonnés contre 3000 en 2021.

- Des loisirs toute l'année

Une nouvelle page a été créée sur morbihan.com pour recenser les sites de loisirs ouverts en basse saison (mise à jour régulièrement en fonction des dates d'ouverture/fermeture communiquées)

- Liens réguliers avec les contenus publiés sur le groupe Facebook
- Une campagne sur Facebook a eu lieu du 7 octobre au 7 novembre 2022 pour mettre en avant les sites de loisirs ouverts aux vacances de la Toussaint



- Agenda des loisirs



Créé fin 2021 sur morbihan.com :

- Objectif : relayer les événements, expositions, ateliers, animations organisées par les membres sur le site de morbihan.com
- Liens réguliers avec les contenus publiés sur le groupe Facebook
- Un formulaire dédié à remplir par les membres pour annoncer leurs événements

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 66 membres au 31/12/2022. Il est présidé par Cédric Guillotin, directeur de Lorient Bretagne Sud Expo Congrès.

A l'instar des clubs loisirs et Green, Morbihan Affaires® bénéficie du soutien financier de l'ADT56 à hauteur de 20 000 € ainsi qu'humain avec la mise à disposition de personnel pour l'accompagner sur les objectifs suivants :

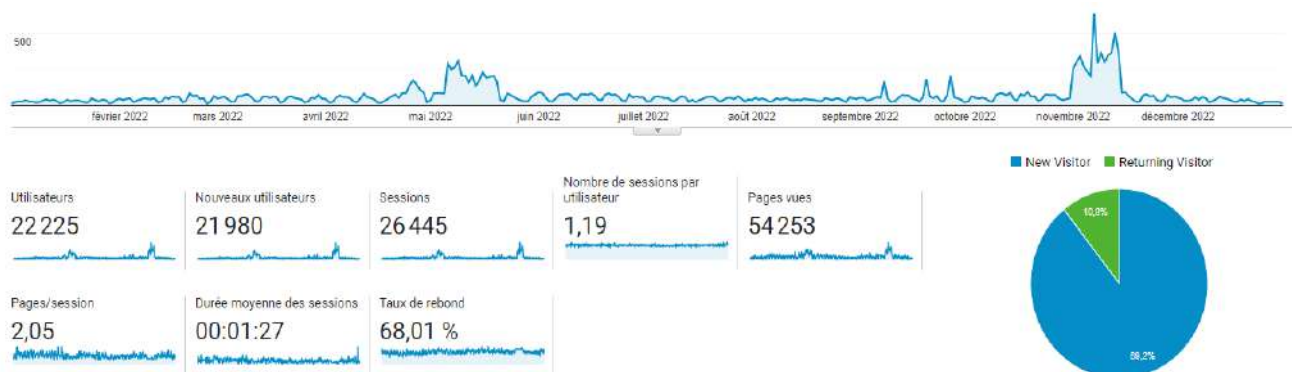
- Positionner la destination Morbihan sur le marché du tourisme d'affaires, principalement en France et en Europe,
- Promouvoir la filière tourisme d'affaires auprès de l'ensemble des prescripteurs que sont les décideurs économiques,
- Participer à l'amélioration qualitative et générale de l'offre de 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.

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 : + 23 % de fréquentation



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® :

- Meet Pro Bretagne à La Gacilly

Relance des Meet Pro Bretagne après 4 ans d'absence en collaboration avec les clubs affaires bretons (sauf les côtes d'Armor)

Pour rappel, la dernière édition avait eu lieu en 2018 à Quimper à l'occasion des Victoires de la Bretagne organisées par le Télégramme.

Cette édition s'est déroulée de 8h30 à 14h00 sous forme d'un Workshop. S'en est suivi un speed-meeting entre clubs de 14 h 30 à 17 h.



- So Événement à Nantes



1^{er} événement organisé sur le Grand Ouest par le groupe Meet and com. Présence de Morbihan Affaires et de 6 membres pour représenter l'offre MICE du Morbihan.

- Soirées Morbihan Affaires



©ADT



©ADT

2 Soirées afterwork ont été réalisées en 2022. Chez Harley Davidson à Vannes en mai réunissant 104 personnes et en octobre au Haras National d'Hennebont (127 personnes).

Objectifs de ces soirées : découvrir un nouveau lieu ou un adhérent, réunir les membres afin de créer des synergies et partenariats, inviter des entreprises qui cherchent à organiser des événements ou à intégrer le réseau.

- Soirée inter clubs : Loisirs, Affaires et Green

Le 23 Juin Morbihan Affaires, Loisirs en Morbihan et Green Morbihan® étaient présents chez DIHAN écolodge à Ploemel

Plus de 50 membres des 3 réseaux étaient présents pour une soirée sur le thème de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises)

Les 3 présidents, Erwan Thomas (Loisirs en Morbihan), Cédric Guillotin (Morbihan Affaires®) et Frédéric Jayot (Green Morbihan®) ont pu, le temps d'un discours remercier les participants et lancer la saison touristique.



©ADT

- Petits-déjeuners affaires

4 petits déjeuners ont été programmés au printemps et à l'automne :

- 26 avril : Thalazur Carnac
11 structures présentes
- 17 mai : Hôtel Mercure de Vannes
12 structures présentes
- 8 novembre : Rives du Ter Larmor-Plage
11 structures présentes
- 6 décembre : BLB tourisme
19 structures présentes



©ADT

Format : de 7h30 à 9h. Objectif : se présenter et mettre en place des partenariats entre membre.

- Séminaire Expo à Paris du 15 au 17 Novembre

Salon dédié aux séminaires d'entreprise a réuni 10 partenaires, inscrits pour représenter leur structure et le réseau Morbihan Affaires®.



©ADT

- Soirées des réseaux

Participation de Morbihan Affaires aux soirées des réseaux morbihannais :

- Soirée Fédéréseaux Pontivy le 7 juillet au Palais des Congrès.
- Soirée des Réseaux Vannes le 19 septembre au Palais des Arts et des Congrès.
- Soirée Connect'in Lorient le 15 novembre au Palais des Congrès.

Communication :

- 2 campagnes Web sur BFM TV/BFM BUSINESS
- Partenariat RCV saison 2022 (Janvier à juin)
- Partenariat CEP Lorient saison 2022/2023
- Campagne linkedin avec les visuels mégalithes
- Candidature Marque Bretagne
- Vidéos réseaux sociaux pour les membres



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 compte 21 membres.

Les actions 2022

En 2022, 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 continuité du partenariat avec la démarche Eco'do portée par la CCI,
- La diffusion du film promotionnel Green Morbihan® à travers une campagne sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram (près de 100 000 personnes touchées).



- La création de séjours Green Morbihan qui relient les adhérents de manière attractive.



L'association Green Morbihan® a également pu être valorisée à travers différentes interventions, notamment la participation au Congrès National des « Stations vertes » qui a eu lieu du 13 au 14 octobre 2022 à Plescop.