

ADT du Morbihan

# Rapport d'activité

— 2024 —

[WWW.MORBIHAN.COM](http://WWW.MORBIHAN.COM)



## Edito

Dans un monde chahuté par les crises, la quête de sens, l'accélération du dérèglement climatique, où la concurrence fait rage (beaucoup l'avait oublié post COVID), il est des terres où ceux qui la cultivent depuis près de 7000 ans gardent le cap malgré les tempêtes et revendiquent leur histoire, ce qui devient une force !

Le Morbihan, « Petite mer et grandes terres », dont les rives sud (déclarées de valeur universelle) puisent leur force dans le granit, vous ouvre ses portes.

Notre Agence a poursuivi sa mission avec énergie et détermination au service des pros et de tous les territoires du Morbihan, et sans exclusive.

Alors en 2024, nous avons continué la mise en désir du Morbihan avec une campagne de communication nationale en TV, et de façon tout aussi puissante en digital et en presse.

Au côté du Département, nous avons lancé de façon opérationnelle l'année 1 du nouveau Schéma de Développement Touristique, sans baisser le régime du côté de la nouvelle mission investisseurs, notamment sur l'Argoat.

Coté pros, un engagement toujours aussi soutenu auprès des Clubs Affaires, Loisirs et Green pour toujours plus d'actions collectives en réseau, synonyme de business

Sur le sujet du recrutement des saisonniers, sujet s'il en est, deux grands RDV à Vannes pour une 2<sup>ème</sup> bourse à l'emploi, pour rapprocher offreurs et demandeurs... dans des solutions concrètes.

Et enfin, comment ne pas s'enthousiasmer par le projet d'inscription des Mégalithes de Carnac et des Rives du Morbihan à l'UNESCO !

Une opportunité unique en matière de valorisation et promotion de notre destination exceptionnelle à l'échelle internationale ... pour lequel nous espérons une fumée blanche en juillet 2025 !

Alors d'ici là, belle saison à toutes et tous !

Patrick LEVY





**01** La communication & le web



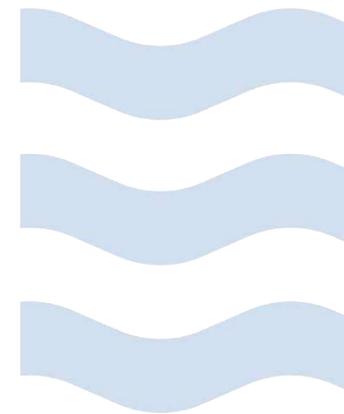
**02** La promotion commerciale



**03** Le développement & marketing



**04** Les clubs



An aerial photograph of a dense forest with a river winding through it. The trees show some autumnal colors. The text is overlaid on the image. There are decorative wavy lines on the left and right sides.

~ **LA COMMUNICATION  
&  
LE WEB**

## Une communication grand public toute l'année

En 2024, comme les années précédentes, l'ADT a communiqué sur la destination Morbihan **tout au long de l'année** à travers les différents supports de communication que sont : la presse, les éditions, le web et les réseaux sociaux.

Au gré des différentes campagnes mises en place, le Morbihan fait parler de lui et dispose ainsi d'une visibilité sur le long terme.

A cela se sont ajoutés **deux temps forts**, au printemps et à la fin de l'été, pour favoriser les réservations estivales, puis la fréquentation en arrière-saison.



Pour mémoire, en 2023 l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan a adopté le nouveau logo du Département, décliné pour le tourisme. Par conséquent, le cahier des normes graphiques a été entièrement réactualisé, ainsi que l'ensemble des supports de communication (brochures, documents, newsletters, PLV, papeterie, etc.).

La réactualisation de la charte graphique et le rhabillage des supports de communication ont été confiés à l'Agence de communication Mon Atelier Coloré, à la suite d'un appel d'offres.



# Les relations presse



En 2024 : l'ADT a poursuivi sa collaboration avec l'agence Article Onze, recrutée dans le cadre d'un appel d'offres réalisé fin 2022



Au cours de l'année, différentes actions ont été menées, et différents outils diffusés.

## COMMUNIQUÉS DE PRESSE

- AVRIL - **De la mer à l'assiette : Découvrir l'ostréiculture en Morbihan** – taux d'ouverture 31,22%
- MAI - **Morbihan au naturel** – taux d'ouverture 30%
- JUIN (flash info) – **Le Morbihan rayonne au palmarès Bretagne de Gault & Millau** – taux d'ouverture 30%
- SEPTEMBRE (flash info) – **Bouge Ta Ferme** – taux d'ouverture 30%
- OCTOBRE – **Le Morbihan, entre légendes et mystères pour les vacances de la Toussaint** – taux d'ouverture 30%
- DECEMBRE - **Magie de Noël en famille : week-end marin au cœur du Morbihan** – taux d'ouverture 29%





Chacun des communiqués apparaît dans la newsletter mensuelle d'Article Onze, envoyée à plus de 500 journalistes et influenceurs.

- Taux d'ouverture moyen : 40%
- Insertion de Morbihan Tourisme dans 6 newsletters

WITH ARTICLE ONZE

## BLUETIFULTRIP

CONSULTEZ LES DOSSIERS DE PRESSE DE NOS CLIENTS TOURISME

### PETIT MATELOT

La Cité des Moussaillons ouvre ses portes au cœur de la Cité de la Voile Éric Tabarly à Lorient

Ce nouvel espace invite les enfants de 2 à 12 ans à la découverte du monde maritime et de la navigation, grâce à de nombreuses aventures ludiques et pédagogiques.

EN SAVOIR PLUS



MARGOT VACHERAND  
06 74 35 51 40  
mvacherand@articleonze.com

WITH ARTICLE ONZE

## BLUETIFULTRIP

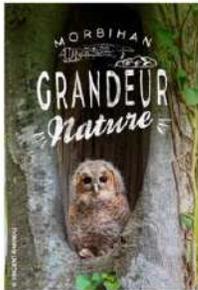
CONSULTEZ LES DOSSIERS DE PRESSE DE NOS CLIENTS TOURISME

### AU NATUREL

Morbihan Grandeur Nature : l'événement propose 150 sorties et animations gratuites

Jusqu'au 1 novembre 2024, Morbihan Grandeur Nature propose plus de 150 rendez-vous gratuits sur une cinquantaine de sites naturels afin de permettre aux Morbihannais de mieux connaître les richesses naturelles et les plus beaux espaces de leur territoire...

EN SAVOIR PLUS



MARGOT VACHERAND  
06 74 35 51 40  
mvacherand@articleonze.com

WITH ARTICLE ONZE

## BLUETIFULTRIP

CONSULTEZ LES DOSSIERS DE PRESSE DE NOS CLIENTS TOURISME

### BELLES TABLES

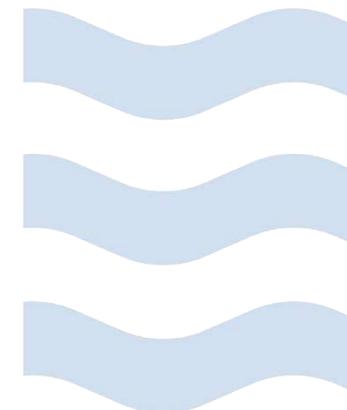
Le Morbihan rayonne au palmarès Bretagne de Gault&Millau

Parmi les douze lauréats du dernier guide Gault&Millau dédiés à la Bretagne, six sont installés dans le Morbihan, terre de traditions et d'innovations gastronomiques.

EN SAVOIR PLUS



MARGOT VACHERAND  
06 74 35 51 40  
mvacherand@articleonze.com



## Des voyages de presse ont aussi été mis en place

- **Le Figaro** – Pierre Morel : sujet dédié à la ville de Lorient. Accueil en février 2024 pour une parution le 15 mars 2024
- **Hôtel & Lodge** – Céline Baussay : invitation à découvrir le Domaine de Locguénolé. Accueil et parution en mars 2024
- **Les pieds dans le plat** – Gilles Pudlowski : accueil en février 2024. Parution le 9 mars sur le Château de Locguénolé et son restaurant.
- **Yonder** – Laurence Ostolza : accueil en juin 2024, au Domaine de Locguénolé. Parution septembre 2024 : Notre itinéraire de 3 jours dans le Morbihan
- **Fairways** – Antoine Lascault : sujet Découverte des golfs en Morbihan. Accueil en aout 2024. Parution 2025
- **Vins & gastronomie** – Marie-José Colombani : accueil en octobre 2024. Parution sur le Domaine de Locguénolé et Rochevilaine.
- **TF1 – Bonjour ! et/ou le JT** : Julien Errard : tournages autonomes sur le chantier de rénovation à ciel ouvert du bateau La Boréale et pendant les vacances de la Toussaint, la Cité des Moussaillons. Diffusion le 20 novembre 2024

## Des interviews radio également

- **RTL** – Arthur Pereira : reportage de trois jours dans le Morbihan et interview de Patrick Levy. Focus sur le camping des Sables Blancs à Plouharnel et Belle-Ile. Diffusion le 22 juillet 2024.
- **France Bleu Armorique** – Evan Adelinet : sujet sur « la table maudite de Samain » dans l'une de ses chroniques, 10 jours avant le lancement des festivités.



# Un dossier de presse dédié au projet UNESCO

Créé par Article Onze, en collaboration avec Paysages de Mégalithes, les Offices de Tourisme et l'ADT du Morbihan.

DP traduit en anglais et en espagnol.  
Diffusion auprès de **1 000 journalistes**.



# Un voyage influenceur

## Lea Dugand pour @leadugreen, en partenariat avec Roadsurfer

Leadugreen est suivie par une communauté jeune, dont les centres d'activités correspondent aux expériences touristiques que l'on peut vivre dans le Morbihan (activités outdoor, nature, gastronomie...).

Cette influenceuse a une relation authentique avec ses abonnés, au fort taux d'engagement, ce qui rend la collaboration et les messages crédibles et impactants.

Son contenu a permis à son audience de découvrir le Morbihan en images et de manière concrète et pratique pour se projeter dans un voyage.

Les commentaires montrent une communauté curieuse des expériences vécues et proposées par Léa. Les partenaires ont été systématiquement cités, leur générant du trafic.



118K vues,  
1966 j'aime,  
124  
enregistrements,  
121 commentaires



28K vues,  
391 j'aime,  
82 enregistrements,  
28 commentaires



79,2 K vues,  
1468 j'aime,  
66  
commentaires,  
163  
enregistrements



13,1K vues,  
211 j'aime,  
15 commentaires,  
3 enregistrements



21K vues,  
834 j'aime,  
40  
commentaires,  
126  
enregistrements



26,9 K vues,  
1013 j'aime,  
42 commentaires,  
31 enregistrements



28,8 k vues,  
393 j'aime,  
56 commentaires



14,33 K vues,  
443 j'aime,  
27 commentaires



21,34 K vues,  
712 j'aime,  
33 commentaires



Statistiques stories : 3 000 personnes en moyenne



# Des retombées presse

VOLUMES  
D'ARTICLES  
**411**

SOMME  
D'AUDIENCE  
**171Mn**

SOMME  
DE L'EAE\*  
**5,1Mn €**

\*Equivalent Achat d'Espace

## BEST OF RETOMBÉES PRESSE

The image shows two examples of media coverage for Morbihan. On the left is a screenshot of a YONDER article titled "Larguer les amarres : notre itinéraire de 3 jours dans le Morbihan". The article is dated Wednesday, January 9, 2025, and is categorized under "GRAND ANGLE". The text describes a 3-day itinerary in Morbihan, highlighting activities like boating, gastronomy, and visits to Carnac, small villages, and museums. On the right is a screenshot of a TV news segment from "bonjour" (8:38 AM) titled "L'HISTOIRE DU JOUR: Le litting à un vieux gréement". The segment features a map of Morbihan (56) with Vannes highlighted, and a video of a man speaking. The TV screen also shows a "marie claire" logo and a "Presse écrite" box with statistics: Edition: Printemps - été 2024, P: 128,000, Fondeur de média: Médias spécialisés, grand public, Périodicité: Semestrielle, Audience: 29990.

The image shows a postcard titled "Inside la carte postale" featuring a photograph of a small, colorful house on a sandy beach next to the water. The text on the postcard reads: "Si vous ne reconnaissez pas cette petite maison, il vous faut pour sûr lire ce papier sans attention. Maria Dulac embarque vous propose un itinéraire dans le Morbihan - petite mer en breton - pour découvrir la région en famille et repartir conquies, footés et sous le charme de ce pays." Below the text, there is a small logo for "VOLANE BELLE-CRO" and "BENET SUCCESSEUR".

## Un nouvel Appel d'Offres fin 2024

Le cahier des charges a été publié dès le 18 juillet.

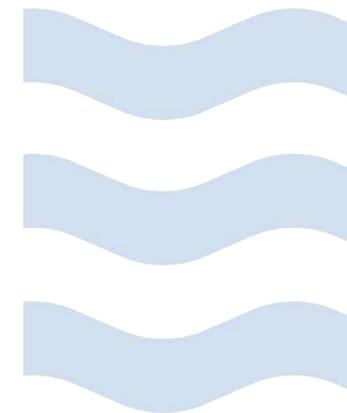
Six agences ont soumis leurs propositions, trois ont été retenues pour les auditions du second tour qui se sont déroulées le 11 octobre, avec un jury composé d'élus, de professionnels du tourisme et des techniciens de l'ADT.

C'est l'agence **Sylvie Blin** qui a obtenu la meilleure note.

Le choix a été validé par le Bureau et Conseil d'Administration de l'ADT réunis le 18 novembre 2024



**SYLVIE BLIN** BUREAU DE PRESSE





# Les éditions grand public



## Guide Mes Sorties & Loisirs en Morbihan

Le guide Mes Sorties et Loisirs en Morbihan, se positionne comme un outil incontournable de communication pour découvrir ce qu'il y a à faire et à voir dans le Morbihan. Structuré en chapitres thématiques, il met en lumière les activités culturelles, sportives et de loisirs, les croisières maritimes et fluviales, les parcs animaliers et botaniques, les espaces bien-être, ainsi que les visites d'entreprises et de dégustations.

Élaboré en étroite collaboration avec nos partenaires touristiques du Morbihan, ce guide offre une visibilité exclusive à ceux ayant souscrit à nos packs services premium ou VIP. Il constitue ainsi un support de communication privilégié pour promouvoir les offres touristiques de la région et renforcer notre partenariat avec les acteurs locaux.

Le guide est une publication annuelle qui paraît en mars, et est destiné au grand public. Avec un tirage de **100 000 exemplaires**, ce guide de 76 pages au format A5 (148 x 210 mm) est réalisé en partenariat avec **103 participants**.

Disponible en français et en anglais, il est diffusé auprès des partenaires morbihannais, des Offices de tourisme et des hébergeurs lors de la bourse d'échange. De plus, il fait l'objet d'au moins deux passages de diffusion auprès des hôtels, campings et villages vacances partenaires de l'ADT, assurant ainsi une large visibilité tout au long de la saison.

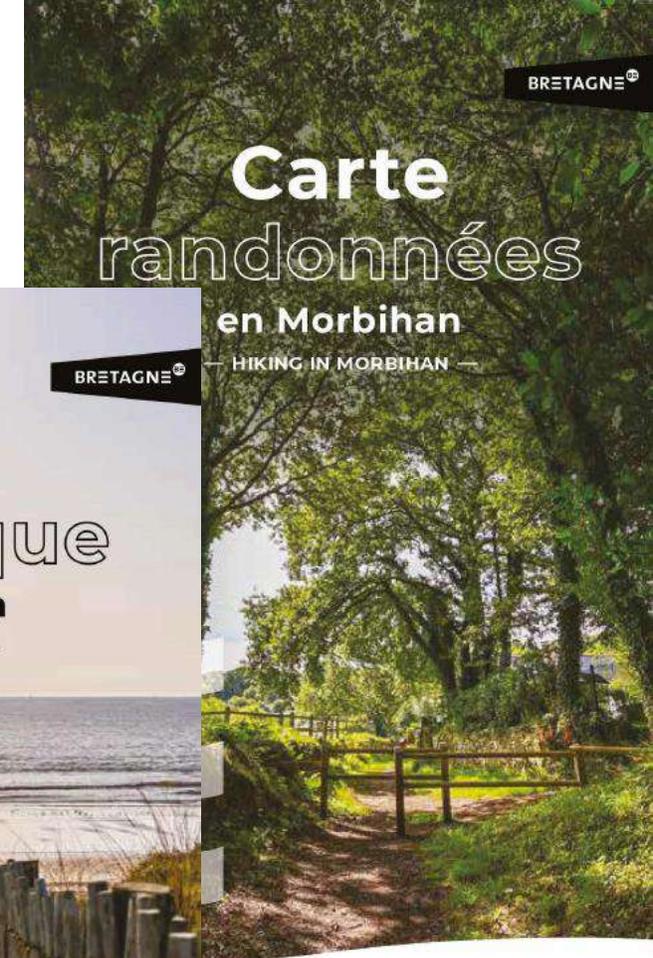
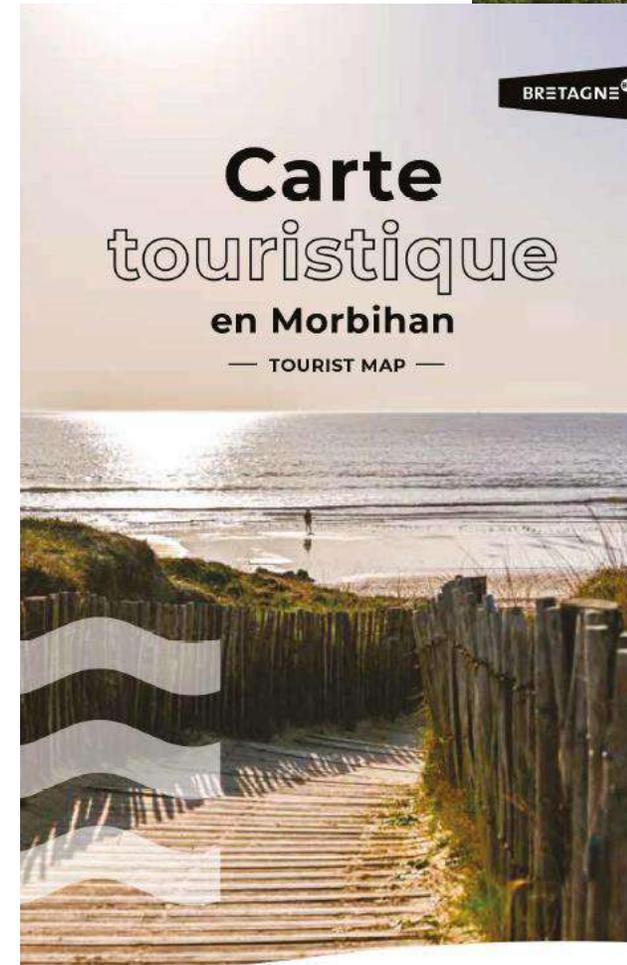


## Carte touristique & randonnée Morbihan

La carte touristique et de randonnées du Morbihan présente ce qu'il y a à voir et à faire dans la région.

Cette publication bisannuelle, parait en mars, et est destinée au grand public. Avec un tirage de **250 000 exemplaires**, cette carte au format 770 x 598 mm est disponible en français et en anglais.

Elle est diffusée auprès des partenaires morbihannais, des Offices de tourisme et des hébergeurs lors de la bourse d'échange. De plus, elle fait l'objet d'au moins deux passages de diffusion auprès des hôtels, campings et villages vacances partenaires de l'ADT, assurant ainsi une large visibilité tout au long de la saison.





# Les supports de communication



## Supports de communication

Les différents supports de communication étant devenus obsolètes, de nouveaux ont été créés avec le nouveau logo.

Parmi ces supports, on retrouve des :

- **oriflammes** : drapeaux publicitaires verticaux avec le nouveau logo, idéaux pour attirer l'attention lors d'événements en extérieur.
- **roll-up** : bannières rétractables, faciles à transporter et à installer, parfaites pour les salons et les expositions. Les deux roll-up réalisés : Morbihan, Côté littoral, et Morbihan, côté Patrimoine.
- **fond de stand** : panneaux de fond pour stands d'exposition, offrant une surface de communication visuelle cohérente et professionnelle.



### La Papeterie

Le renouvellement de la papeterie a été également opéré : cartes de visite, cartes de correspondance, enveloppes, etc. ainsi que le power point.

### La ligne vestimentaire corporate

Dans le cadre de la représentation de l'ADT, l'équipe a été dotée de nouveaux vêtements pour sa garde-robe professionnelle, incluant un pull marin fabriqué par l'entreprise Roc'han Maille à Rohan et une veste confectionnée par Mousqueton à Plescop.





**Le SIT**



## Un Système d'Informations Touristiques collaboratif

Après la migration de la base de données vers le SIT Tourinsoft en 2022 et 2023, l'ADT assure à présent l'animation de la base de données régionale Tourinsoft à l'échelle départementale.

Alimentée en continu par les offices de tourisme et les EPCI, cette base permet de centraliser l'ensemble de l'offre touristique du territoire (hébergements, restaurants, animations, sites de loisirs...).

Dans le cadre de son engagement auprès des acteurs locaux, l'ADT accompagne les territoires dans l'exploitation de ces données afin de développer des supports destinés aux visiteurs et aux habitants, tels que des brochures, sites internet et bornes interactives.

Tourinsoft constitue également un outil stratégique de gestion de la relation client pour les offices de tourisme, en facilitant le traitement des demandes et l'amélioration du service.

Fin 2024, l'office de tourisme de Carnac est arrivé sur Tourinsoft et a rejoint Ploërmel, Oust à Brocéliande, Baie de Quiberon, Centre Morbihan Communauté, Pontivy, Roi Morvan, Redon, Vallée du Blavet. Nous comptons désormais **9 offices de tourisme qui utilisent quotidiennement la base de données régionale.**



## Un réseau animé par l'ADT

Pour garantir un accompagnement efficace, l'ADT mobilise des ressources humaines et peut compter, depuis novembre 2024, sur un renfort dédié avec le **recrutement d'une animatrice Tourinsoft**.

Ce recrutement a permis la mise en place d'une véritable animation de réseau avec la tenue d'une première réunion de lancement à l'automne, puis l'organisation d'**ateliers thématiques** en collaboration avec les offices de tourisme partenaires.

Les sujets sont choisis avec les Offices de Tourisme selon leurs besoins. Les ateliers sont animés ou co-animés avec des référents Tourinsoft aguerris sur les sujets traités. Et les OT participent activement ! A ce jour, 3 ateliers ont été organisés :

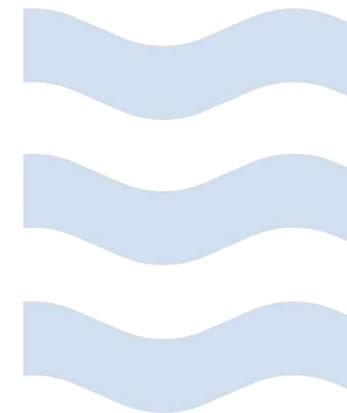
- création de e-brochures, animé par le référent TIS de l'OT de la Baie de Quiberon
- génération de statistiques accueil, animé par l'OT du Pays du Roi Morvan
- envoi de mailings et newsletters, animé par l'ADT

En parallèle, l'ADT est allée à la rencontre des offices de tourisme pour des **rendez-vous individuels personnalisés** afin d'accompagner au mieux les offices dans leur utilisation de l'outil et pour répondre à certaines problématiques.

Enfin, un groupe de travail a été constitué avec les 3 OT volontaires pour préparer **le déploiement de l'extranet professionnel**, appelé VIT, dont le lancement est prévu au printemps 2025.



©M.Cainjo – OTI Baie de Quiberon





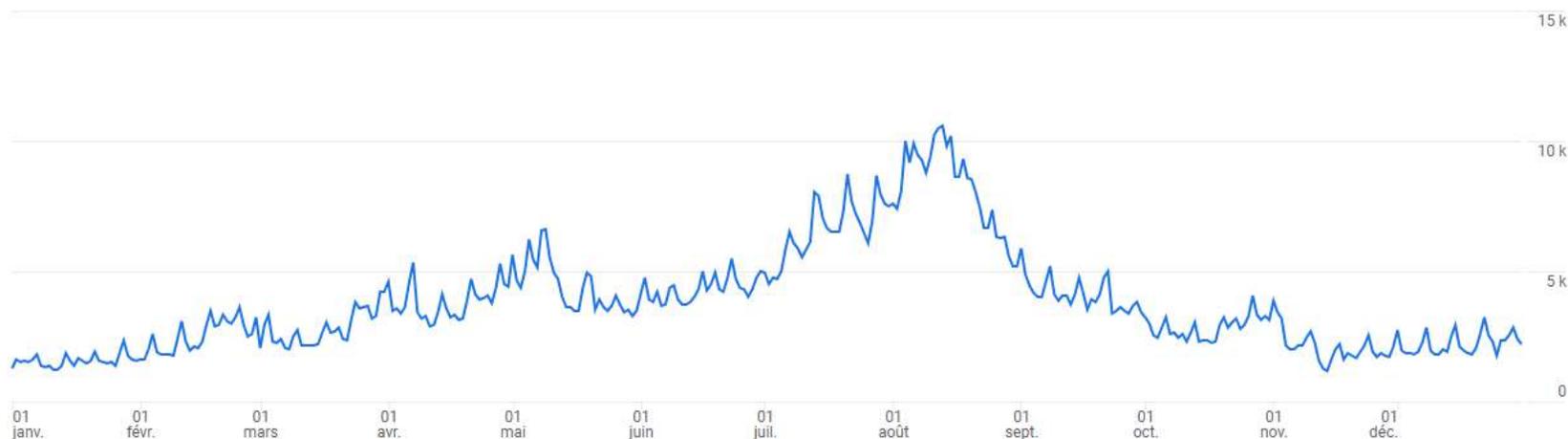
**Le site web [morbihan.com](http://morbihan.com)**



## Le nouveau site morbihan.com a été mis en ligne en décembre 2023

Grâce à la refonte et aux actions portées par les leviers d'acquisition, on note une nette progression du trafic sur le site (+17%) et une hausse du nombre de pages vues par session (+13%). On comptabilise donc **1,4 million de visiteurs** sur morbihan.com en 2024, pour plus de **2,1 millions de sessions**. Le SEA + SEO représentent **97% du trafic total du site**.

On constate également une forte accélération de la visibilité du site en première page de Google depuis le dernier trimestre 2024 et une hausse de visibilité sur les contenus, notamment sur les pages Destinations.



Utilisateurs actifs sur morbihan.com en 2024



# Des actions pour une optimisation du site

Toujours accompagnée par l'agence digitale **Yumens**, l'ADT a mis en place plusieurs actions en 2024 :

- amélioration de la base technique
- redirection des dernières fiches produits
- optimisation des balises title
- intégration des recommandations de l'analyse de crawl
- publication de liens dans le cadre de la campagne de netlinking
- mise en place de cocons sémantiques et créations de contenus sur les thèmes du vélo et du patrimoine



**+19 %**  
VS JANVIER  
**top 10**  
soit 21 925 mots clés  
(3 452 gagnés)

**+9%**  
VS JANVIER  
**top 3**  
soit 5 561 mots clés  
(862 gagnés)

Décembre : publication nouveau site  
Avril : intégration analyse de crawl  
Septembre : Lancement netlinking

## Le Morbihan à vélo : 4 pistes cyclables littorales à découvrir

Les **pistes cyclables du Morbihan** vous offrent une multitude de paysages à explorer à vélo, entre océan, villages typiques, patrimoine et sites naturels préservés. Découvrez nos 4 circuits coup de cœur pour pédaler au fil de l'eau et savourer l'air marin : la **Bretagne littorale** vous dévoile toute sa beauté.



### Sommaire

Étel-Quiberon



### Randonnée vélo d'Étel à Quiberon

Si l'itinéraire de 30 kilomètres comprend quelques parties sableuses, il reste accessible pour tous les niveaux. À tous les amoureux de **nature** et de grands espaces, ouvrez vos poumons : vous pénétrez au cœur du Grand Site Dunaire, de ses **paysages préservés**, de sa flore maritime et de sa faune exceptionnelle. Laissez-vous envelopper par ses **25** teurs océaniques : le sable chaud, la mer

## Des newsletters grand public

Cette année, l'habillage graphique de la newsletter grand public a été revu aux couleurs de la nouvelle charte.

Environ **4 314 contacts** sont destinataires de cette newsletter chaque mois.

Le taux moyen d'ouverture est de **50,6%**.

C'est un très bon taux d'ouverture ; néanmoins, on constate une légère baisse de ce taux en juillet/août.

Chaque mois, plusieurs sujets sont mis en avant tels que : une recette, une adresse, un séjour, un événement, une actualité...

[Accueil](#) [Séjourner](#) [Autres](#)

Nos 10 coups de cœur en hiver



Comment ne pas profiter du paysage hivernal qui s'offre à vous ? Couleurs douces, embruns... Qu'il y règne un vent de québécade ou un souffle de tempête, (re)découvrez le Morbihan loin de l'effervescence estivale.

[Souffle d'hiver en Morbihan](#)

C'est de saison : **le mois des amoureux**



Offrez-vous une pause cocooning à deux. Week-end thalasso, dîner romantique ou escapade en ville, le Morbihan vous réserve ses plus beaux trésors à partager avec l'être aimé.

[Week-end détente à deux](#)



Idée séjour : **détox après les fêtes**



## Le nouvel espace affaires sur morbihan.com

Le nouvel espace affaires a été inauguré fin janvier 2024 sous la nouvelle charte graphique du site morbihan.com. Toute l'offre touristique de l'espace affaires est désormais également sur Tourinsoft, soit plus de **250 offres**.

Désormais intégré en sous répertoire de morbihan.com, l'espace affaires jouit de la notoriété de morbihan.com et obtient donc une bonne visibilité soit **+ de 31 000 vues et + de 15 000 sessions**.

On compte également + de 130 contacts sur le formulaire.



Organisez votre  
**projet dans le Morbihan**  
Tourisme d'affaires, séminaires et événements  
d'entreprise en Bretagne



**Contactez-nous, c'est gratuit !**  
Vous souhaitez de l'aide pour organiser votre événement ?

[Réalisez votre projet avec nous](#)

MORBIHAN  
Événements & séminaires



**Organisez votre événement**

- Lieux de réunion et événementiels
- Idées de séminaires
- Les principales destinations
- Pratique
- Morbihan Tourisme

## **Un nouvel Appel d'Offres** fin 2024 : recrutement d'une agence webmarketing

Le cahier des charges a été publié le 20 septembre.

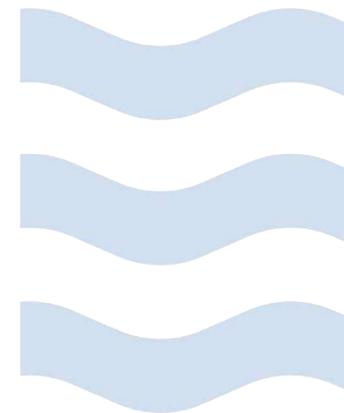
Sept candidats ont soumis leurs propositions, trois ont été retenues pour les auditions du second tour qui se sont déroulées le 7 novembre, avec un jury composé d'élus, de professionnels du tourisme et des techniciens de l'ADT.

C'est l'agence **CyberCité** qui a obtenu la meilleure note.

Le choix a été validé par le Bureau et Conseil d'Administration de l'ADT réunis le 18 novembre 2024



**CyberCité**  
isoskèle 





# Les réseaux sociaux



## 🌊 10 ans déjà !

10 ans déjà que l'ADT s'est positionnée activement sur les réseaux sociaux.

Le social media est aujourd'hui plus que jamais un incontournable dans la stratégie de communication d'une destination et le Morbihan l'a bien compris !

Les réseaux sociaux sont de plus en plus utilisés par les français. Mais la liste est vaste et il est important de savoir où se trouve sa cible pour bien se positionner et mener des campagnes publicitaires ciblées.

Afin d'accroître la notoriété et la visibilité du Morbihan, l'ADT a donc choisi d'être présente sur : **Facebook, Instagram, Pinterest et Youtube.**

En janvier 2025, l'ADT a choisi de quitter la plateforme X et de supprimer son compte.



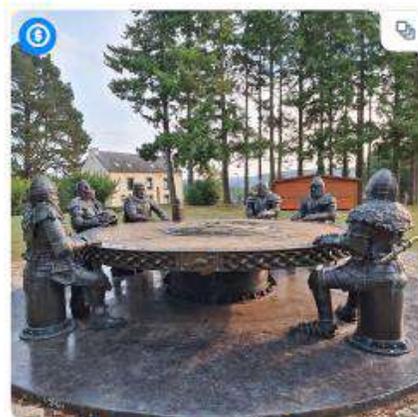
# Facebook

457 200 followers (+ 18 100 vs 2023)

126 publications

Taux d'engagement moyen par publication : **2,24%**

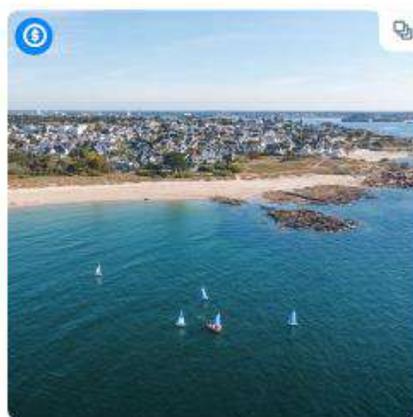
## Posts les plus engageants



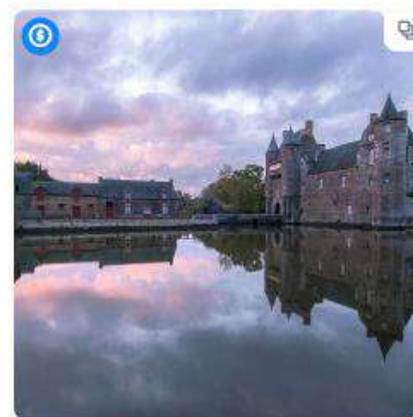
10K 1.2K 4.8K  
34.81%



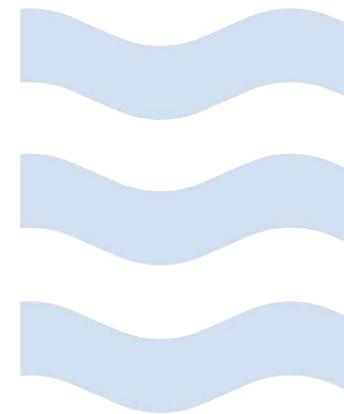
10K 1.4K 2.8K  
23.28%



10K 595 1.8K 9.51%



10K 411 1.2K 9.41%



# Instagram

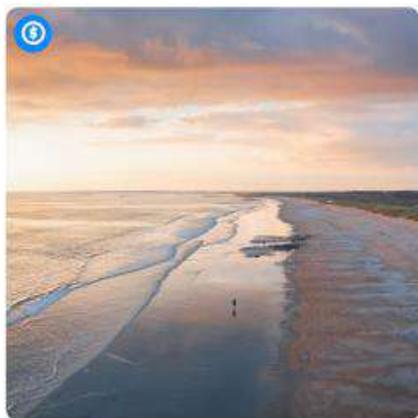
77 800 abonnés (+ 3 300 vs 2023)

209 publications

Taux d'engagement moyen par publication : **1,64%**

1 200 « J'aime » en moyenne par publication

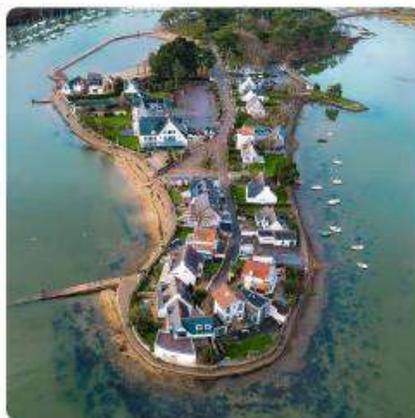
## Posts les plus engageants



4.4K 31 6.05%



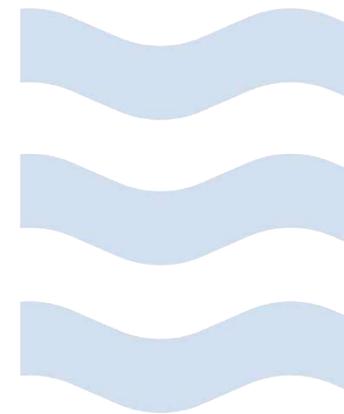
4.4K 46 5.85%



3.6K 37 5.35%



3.8K 31 5.14%





**18 192 abonnés** (- 508 vs 2023)

239 tweets

Nbre moyen d'engagement par impressions par tweet : **2,1%**

*L'ADT a rejoint Twitter en octobre 2009 et a décidé de quitter la plateforme X et donc de supprimer son compte en janvier 2025*

### Posts les plus engageants

**Morbihan Tourisme** @MorbihanTourism · 19 janv. 2024

Situé sur la presqu'île de Rhuys, dans un cadre naturel exceptionnel, le majestueux Domaine de Suscinio attire plus de 185 000 visiteurs par an. Et on comprend pourquoi, tant il fait rêver 🍷

anthony\_bolis sur Instagram

#sarzesu #miamorbihan #morbihan #bretagne #patrimoine



0 1 69 293 6 k

**Morbihan Tourisme** @MorbihanTourism · 22 févr. 2024

La presqu'île de #Cormeau et son charme fou 🍷 Pour une marche ou un footing au bord de l'eau, pour boire un verre entre amis ou tout simplement s'asseoir et admirer ce merveilleux paysage 🍷

@alexandre.lm sur Instagram

#morbihantourisme #miamorbihan #bretagne #vannes



0 7 82 209 4 k

**Morbihan Tourisme** @MorbihanTourism · 15 déc. 2024

C'est l'un de nos endroits préférés ! Un véritable petit coin de paradis, un lieu unique, aussi familial que dépayssant. Quand on vient à Saint-Cado pour la première fois on se promet d'y revenir 🍷

@wazou.75 sur Insta

#morbihan #morbihantourisme #miamorbihan #bretagne



0 3 48 247 3 k

**Morbihan Tourisme** @MorbihanTourism · 6 juil. 2024

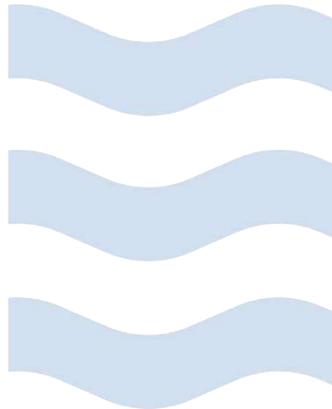
Alors, juste au cas où vous vous poseriez la question : oui, cet endroit existe vraiment ! Et oui, c'est bien dans le Morbihan 🍷

@thibaultportel

#morbihan #morbihantourisme #miamorbihan #bretagne #paradis #weekend #vacances #été #riadete! #monétédanslemorbihan



0 8 40 162 6 k



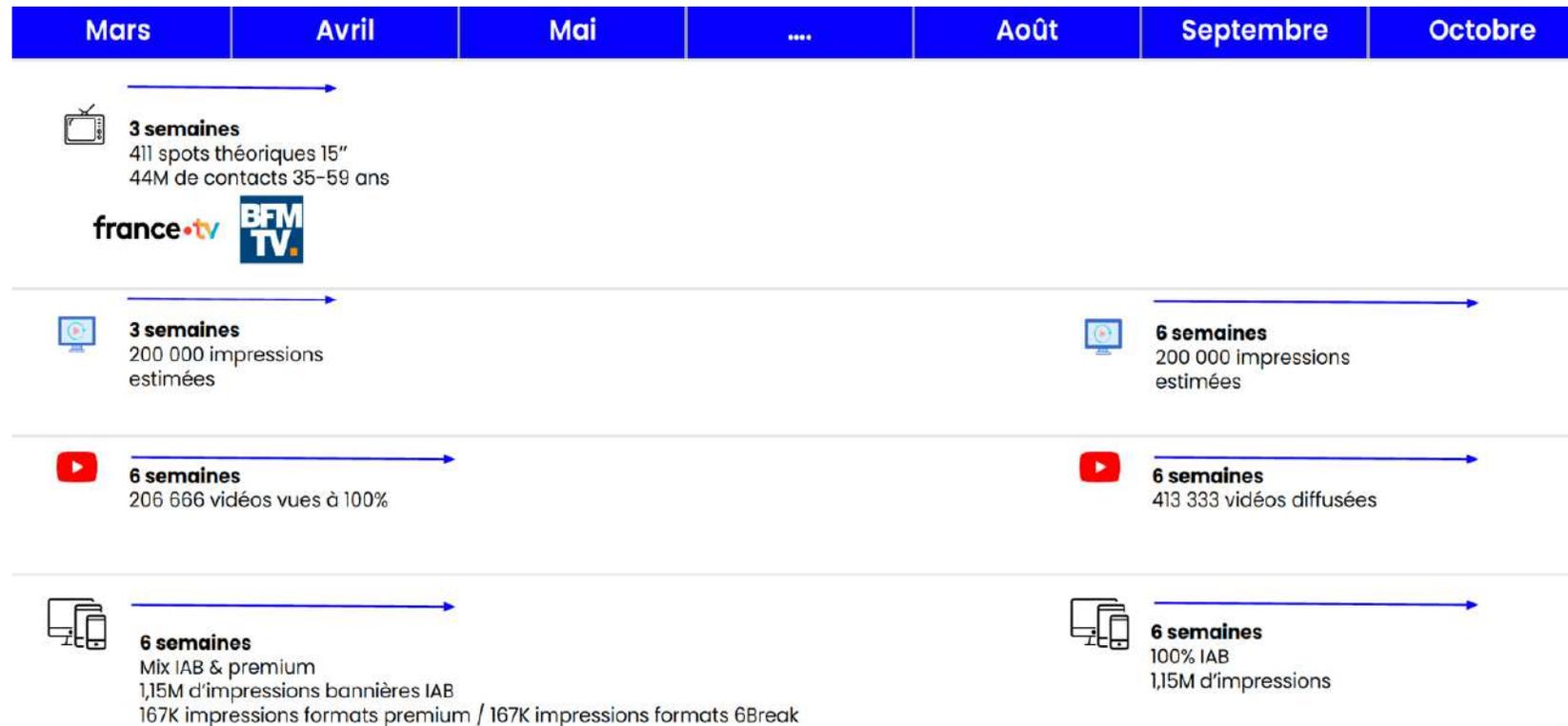


# **Campagne de com 2 temps forts**



## Deux temps forts : avant et après la saison estivale

Accompagnée de l'agence Good Buy Media, l'ADT a scindé les temps forts de l'année 2024 en deux vagues : en **mars-avril** pour favoriser les réservations du printemps et de l'été, en **septembre-octobre** pour tenter d'allonger la saison touristique et poursuivre le soutien aux professionnels.



## Avant la saison : une campagne en TV nationale ...

Pour la cinquième année, le Morbihan a renouvelé sa présence en TV nationale, avec les deux spots remaniés en 2023.

Résultats : du **18 mars au 7 avril 2024**, **616 spots** ont été diffusés (vs les 411 prévus) sur les chaînes France 2, 3 et 5, ainsi que sur BFM TV.

Le delta est dû au travail d'optimisation de l'agence et aux écrans gracieusement offerts par France 3 régions, pour des diffusions après 20h sur toutes les régions de France pendant 3 semaines.

Si les 409 spots diffusés en 2023 avaient permis d'atteindre 141 millions de contacts sur la cible 35 ans et plus, **la campagne TV 2024 comptabilise 162 millions de contacts** sur cette même cible (et 44 millions de contacts publicitaires sur la cible 35-59 ans, pour 13 millions de personnes uniques).



616 spots 15''  
162 M contacts 35+  
253 000€ HT AE net

### France TV

Cible 35-59 ans (cible prioritaire d'achat)

**526 spots** au global dont 202 spots (gracieux) sur France 3 Régions

Près de **10M** de personnes touchées par la campagne, en moyenne 3,4 fois soit près de **35M** de contacts publicitaires

### BFM TV

Cible 35-59 ans (cible prioritaire d'achat)

**90 spots** au global

Près de **3M** de personnes touchées par la campagne, en moyenne 3 fois soit près de **9M** de contacts publicitaires

## ... et un renfort digital

Comme chaque année, un dispositif digital est venu renforcer le média TV.

4 leviers ont été activés sur cette première vague :

- le **replay**, pendant 3 semaines, du 18 mars au 7 avril : **202 000 diffusions des spots** de 15 secondes et 548 clics sur morbihan.com
- une campagne **YouTube** avec la diffusion des deux spots TV pendant 6 semaines, du 18 mars au 28 avril : **222 000 vidéos vues à 100%**
- des **bannières IAB et habillages de site**, pendant 6 semaines également : **1,6 million d'impressions** et 32 596 clics vers morbihan.com
- une campagne sur **Facebook et Instagram** 2,1 millions d'impressions, **872 671 vues à 100%**, 1 966 clics vers morbihan.com (+ de 561 000 personnes touchées)

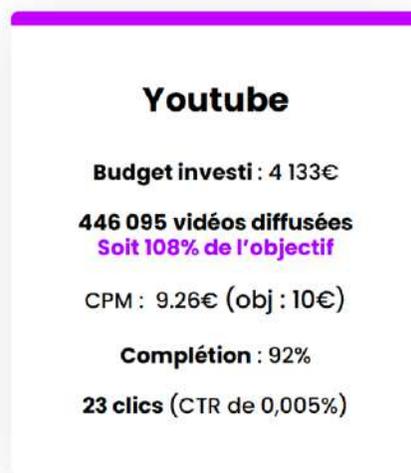
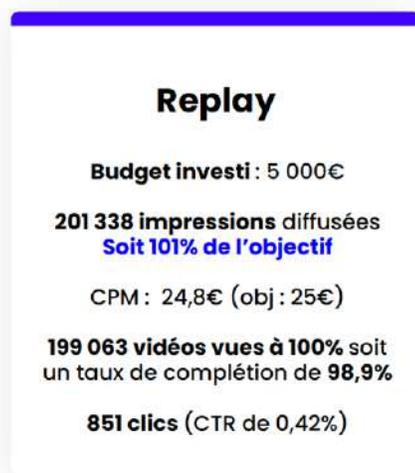
*Statistiquement, on observe sur la période une augmentation significative du trafic vers le site Internet morbihan.com, avec +34% vs N-1.*



## Après la saison : une campagne 100% digitale

Pour la campagne 100% digitale d'arrière-saison, ces **4 mêmes leviers** ont de nouveau été activés, avec une particularité sur le Replay puisque la diffusion a été capitalisée sur une seule régie (TF1+) et un seul programme (Koh-Lanta : le divertissement le plus consommé en replay, toutes chaînes confondues) afin de capter une cible familiale plus large.

**Plus de 622K personnes touchées par la campagne,  
en moyenne 2,8 fois**



La campagne sur **Facebook** et **Instagram** a, quant à elle, permis de toucher une audience de plus de **230 000 personnes** (985 195 impressions / 537 621 vues à 100%)



**Une campagne de fin  
d'année**



## 🌊 En novembre et décembre : offrez le Morbihan en cadeau !

Depuis 2021, une campagne « carte cadeaux » est mise en place chaque fin d'année pour conforter la présence à l'esprit et soutenir les professionnels du tourisme morbihannais également en hors-saison. Il s'agit de valoriser les professionnels qui proposent aux internautes l'achat de cartes ou chèques cadeau : une bonne idée pour les fêtes et un peu de trésorerie pour les pros !

Cette initiative a été valorisée du **19 novembre au 24 décembre 2024** via différents supports :

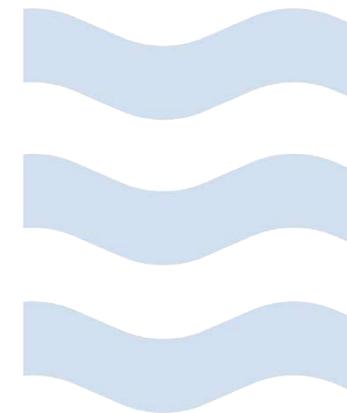
- La **newsletter grand public** : **+ de 4 000 destinataires**, 43% d'ouverture
- Le **header** de morbihan.com
- Les réseaux sociaux **Facebook et Instagram** : **692 681 impressions**, 191 683 personnes touchées
- Une campagne **Display** via le réseau Google : **1,8 million d'impressions**, 30 335 clics vers morbihan.com



## Un nouvel Appel d'Offres fin 2024

Pour la stratégie média, deux agences ont postulé suite à la publication du cahier des charges le 10 septembre.

Elles ont pu toutes les deux présenter leurs propositions à l'oral, et c'est l'agence **Good Buy Media** qui s'est vu confier par les membres du jury, du bureau et du CA le déploiement des actions médias 2025.





**La communication à destination des partenaires et des professionnels**



# Le nouveau site morbihan-pro.com

L'année 2024 a été consacrée au travail de **refonte du site morbihan-pro.com**, l'ancienne version étant quelque peu délaissée jusqu'à la mise en ligne de la nouvelle version au mois de décembre 2024 : nouvelle arborescence, nouveaux contenus.

## Ancienne version

The screenshot shows the old website interface. At the top, there is a navigation menu with items: MORBIHAN OBSERVATION, MARKETING & COMMUNICATION, NOS PACKS SERVICES, EXPERTISE ET CONSEILS, BOÎTE À OUTILS, and DES SOMMES NOUVELLES. Below the menu is a large banner image of a group of people in a field with the text "Espace professionnel du Morbihan". Underneath the banner is a news article snippet titled "Retour sur une journée d'étude inspirante pour nos communes Morbihannaises élues...". Below the banner is a section titled "Les actualités" with three columns of news items, including "APPEL D'OFFRES" and "RENDREZ-VOUS À VENIR".

## Nouvelle version

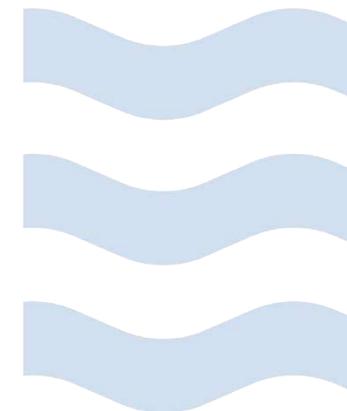
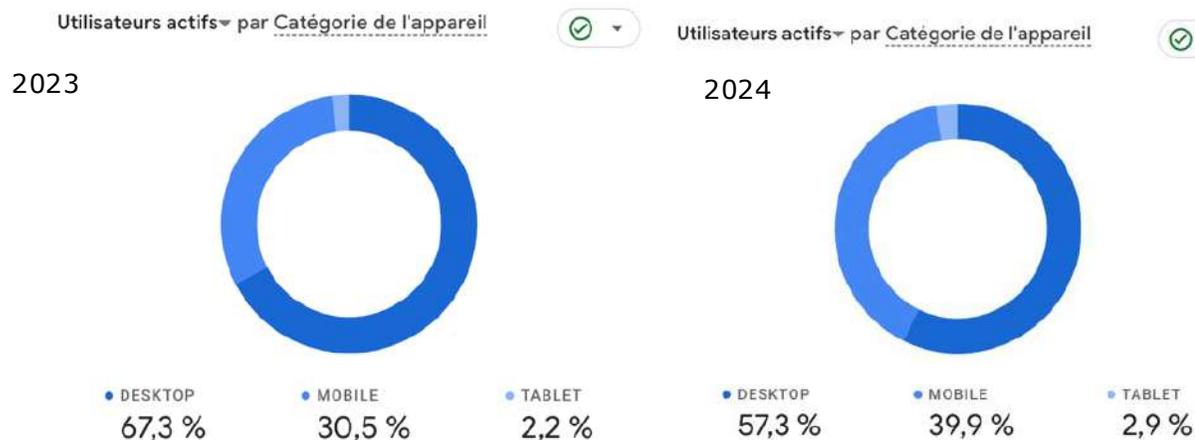
The screenshot shows the new website interface. At the top, there is a navigation menu with items: MORBIHAN OBSERVATION, MORBIHAN MARKETING & COMMUNICATION, MORBIHAN NOS PACKS SERVICES, MORBIHAN EXPERTISE ET CONSEILS, MORBIHAN BOÎTE À OUTILS, and MORBIHAN DES SOMMES NOUVELLES. Below the menu is a large banner image of a group of people in a meeting with the text "Vous êtes un professionnel ? Le Morbihan vous accompagne". Below the banner is a section titled "Actualités à la une" with a grid of six news items, including "Plan d'action Morbihan Affaires 1er semestre 2025", "Journée des Lézards 2025", "28ème Forum de l'Emploi Touristique en Morbihan", "Bourse d'échange des sites de loisirs", "UrbanVitalité : un service public pour accompagner les collectivités dans la réhabilitation de leurs friches", and "Label Clief Verte en Morbihan : 10 nouveaux établissements distingués en 2025".

## morbihan-pro.com : quelques chiffres

Quelques chiffres du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2024

- 18 594 utilisateurs
- 22 539 sessions (en baisse de 25% vs 2023)

Avec un usage encore majoritairement sur Desktop, même si nous pouvons constater une évolution de l'usage mobile.



## La newsletter pro

La Newsletter-pro offre chaque mois un panorama de l'actualité touristique du Morbihan, mettant en lumière les initiatives de promotion et de développement mises en œuvre par l'ADT ou ses partenaires. Destinée en priorité aux professionnels du tourisme et aux élus morbihannais, cette newsletter joue un rôle essentiel dans la diffusion des informations touristiques.

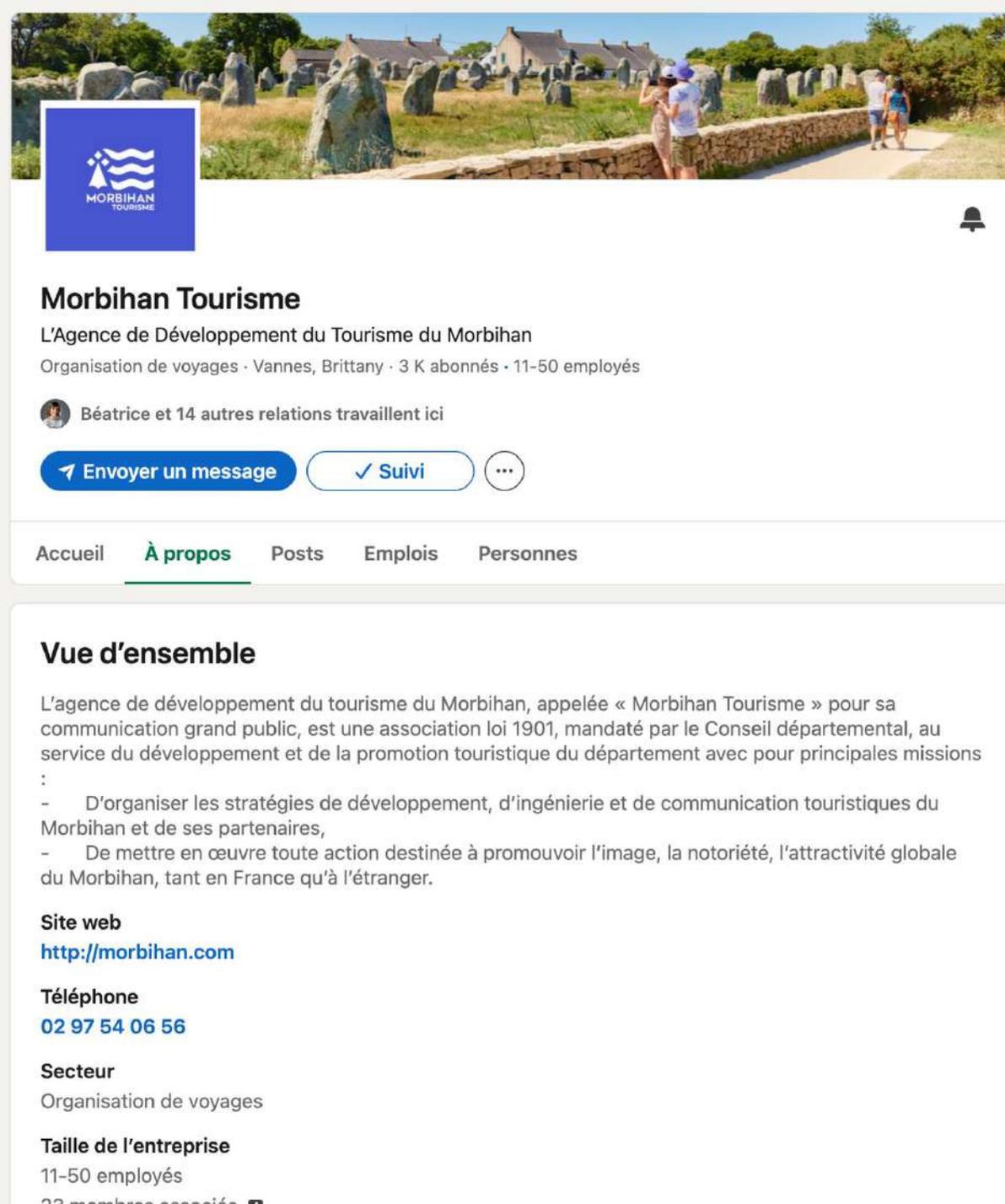
En 2024, **12 newsletters** ont été expédiées, chacune contenant plus de 5 sujets (nouvelles générales, actu presse et digital, études touristiques, événements pros...). Environ **4 500 contacts** sont destinataires de cette newsletter chaque mois. Le taux moyen d'ouverture est de **46,8%**, taux en hausse comparé à 2023.



## Le compte LinkedIn

La page LinkedIn de « Morbihan Tourisme » présente ses actions, actualités, annonces,... les publications sont faites de façon régulière.

La page compte actuellement environ **2 710 abonnés** et son nombre continue de croître.



**Morbihan Tourisme**  
L'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan  
Organisation de voyages · Vannes, Brittany · 3 K abonnés · 11-50 employés

Béatrice et 14 autres relations travaillent ici

Envoyer un message Suivi

Accueil **À propos** Posts Emplois Personnes

### Vue d'ensemble

L'agence de développement du tourisme du Morbihan, appelée « Morbihan Tourisme » pour sa communication grand public, est une association loi 1901, mandaté par le Conseil départemental, au service du développement et de la promotion touristique du département avec pour principales missions :

- D'organiser les stratégies de développement, d'ingénierie et de communication touristiques du Morbihan et de ses partenaires,
- De mettre en œuvre toute action destinée à promouvoir l'image, la notoriété, l'attractivité globale du Morbihan, tant en France qu'à l'étranger.

**Site web**  
<http://morbihan.com>

**Téléphone**  
**02 97 54 06 56**

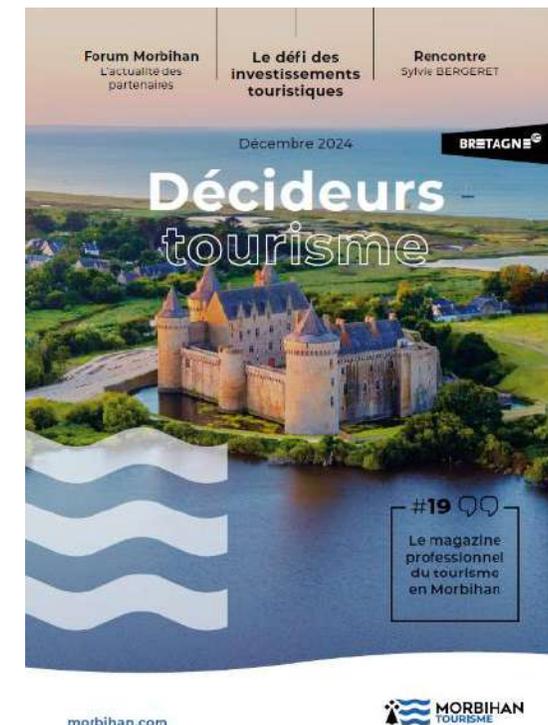
**Secteur**  
Organisation de voyages

**Taille de l'entreprise**  
11-50 employés  
23 membres associés

## Les Magazines Décideurs Tourisme

Ces magazines sont spécifiquement conçus pour les professionnels du tourisme et les élus du Morbihan, offrant une vue d'ensemble sur les derniers développements et tendances dans le secteur touristique. Ils mettent en lumière une thématique spécifique à travers un dossier principal, rédigé par Thierry Beaupère, un journaliste expérimenté et spécialisé dans le domaine du tourisme. Ces magazines sont une source d'informations pour se tenir au courant des dernières tendances.

Le magazine semestriel paraît en **mai/juin** et **novembre/décembre**, il s'adresse aux professionnels du tourisme et aux élus. Avec un tirage de **2 000 exemplaires**, ce magazine de 24 pages au format 210 x 297 mm offre une lecture enrichissante et informative.



## Une photothèque à disposition

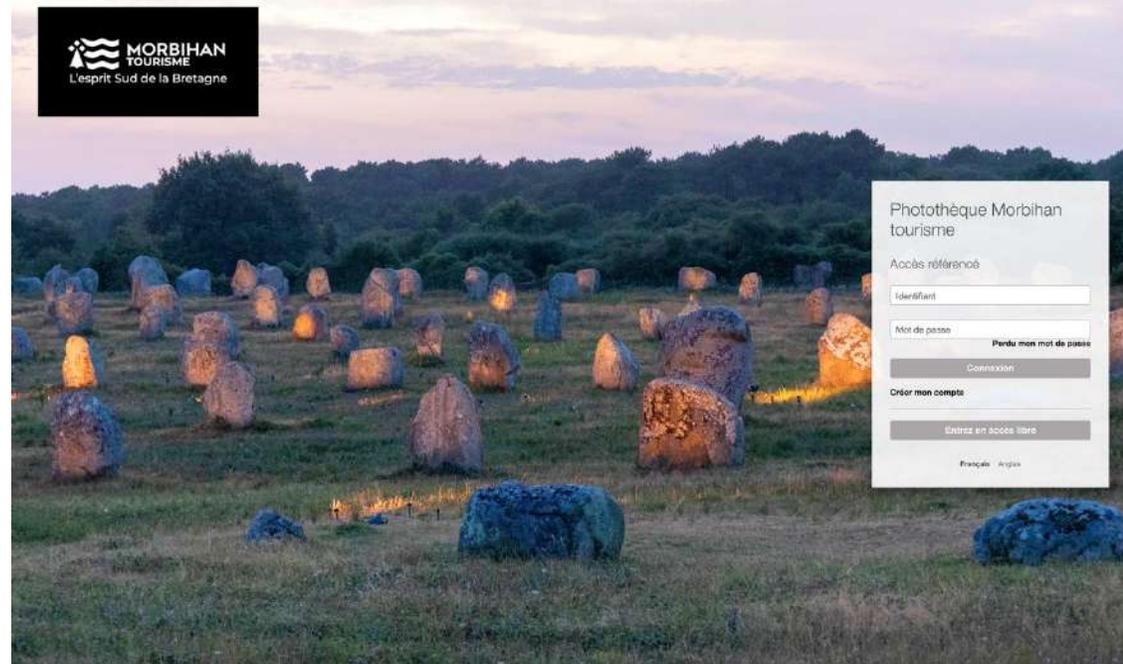
La photothèque en ligne de l'ADT est accessible à partir de morbihan.com et de l'espace pro, ou directement : [photos.morbihan.com](https://photos.morbihan.com).

Elle propose fin 2024 un peu plus **de 8 300 photos**.

Pour mémoire, le logiciel utilisé jusqu'à présent est « AJARIS » développé par le Sté ORKIS, logiciel partagé avec le CRT Bretagne et de nombreux OT de la région. 2024 a été une année particulière pour la photothèque compte-tenu de l'annonce du CRT de suspendre la solution Ajaris au printemps 2025.

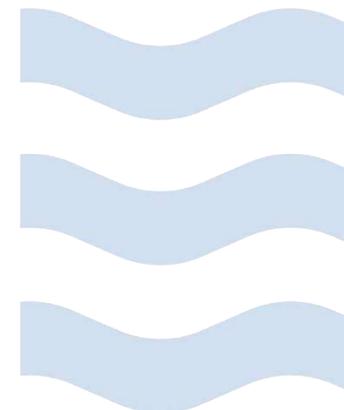
Chaque partenaire étudie donc de nouvelles solutions et, pour l'ADT, l'incertitude liée à la nécessité d'un nouvel outil a mis un coup de frein au travail d'indexation et de tenue de la photothèque en ligne. Les actions 2024 ont donc été centrées sur le tri des visuels, les demandes internes ou externes de sélections de photos, et une veille sur les outils existants afin de se projeter sur 2025.

L'outil permet la recherche, le choix et le téléchargement de photos à partir de thématiques, mots-clés, recherche avancée (support autorisé, photographe, commune...)



### Des reportages photos

Pour ses besoins en contenus photos, l'ADT a missionné un collaborateur afin de réaliser des prises de vue sur la destination (**+ de 500 photos en 2024**), mais aussi dans le cadre des Packs Services : **30 reportages** ont ainsi été réalisés dans l'année.





~

# LA PROMOTION COMMERCIALE

~



# **Les salons & actions B to B**



## Les salons CSE (Comité Social et Economique)

Événements B2B ciblant les Comités d'Entreprise, l'ADT du Morbihan prend l'initiative de contacter les organisateurs pour obtenir des conditions tarifaires avantageuses en vue de créer un espace partagé.

**Objectifs** : proposer un espace bien identifié « Morbihan » avec un stand clé en main et permettre 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).

### Salon CSE Lanester

Mars 2024

Pas d'espace Morbihan mais un tarif négocié pour les partenaires. Plus d'une quinzaine de sites présents ainsi qu'une banque pour l'ADT du Morbihan pour présenter la brochure groupes de Loisirs en Morbihan ainsi que des idées de sorties plus actives.

### Salon CSE Brest

Mars 2024

4 partenaires inscrits : Lorient Bretagne Sud Tourisme, Les Terres de Nataé, Compagnie Navix et Compagnie Océane.



## Les salons CSE

### Salon CSE Nantes

Mars 2024

4 partenaires inscrits : Parc de Branféré, Compagnie Navix, Kingoland et Terres de Nataé.

### Salon Eluceo au Roazon Park à Rennes

Avril 2024

8 partenaires inscrits : BLB Tourisme, Compagnie Océane, Kingoland, Lorient Sud Bretagne Tourisme, Compagnie Navix, Parc de Branféré, Sellor et les Terres de Nataé



### Salon CSE Nantes

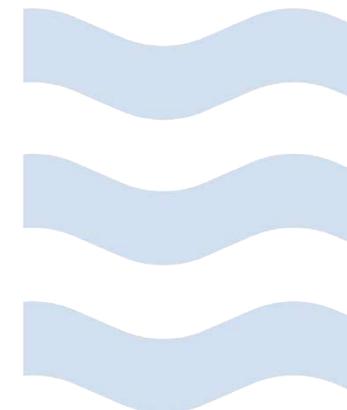
Septembre 2024

6 partenaires inscrits : Golfe du Morbihan Vannes Tourisme, Parc de Branféré, Les Terres de Nataé, Sellor, BLB Tourisme et Lorient Bretagne Sud Tourisme.

### Salon CSE Rennes

Octobre 2024

5 partenaires inscrits : Les Terres de Nataé, Compagnie Navix, Sofitel Quiberon, Parc de Branféré et Lorient Bretagne Sud Tourisme.



## Les rencontres ANCV (cible CSE)

L'ADT, en collaboration étroite avec ses partenaires bretons, organise annuellement une action de promotion en partenariat avec l'Association Nationale des Chèques Vacances (ANCV).

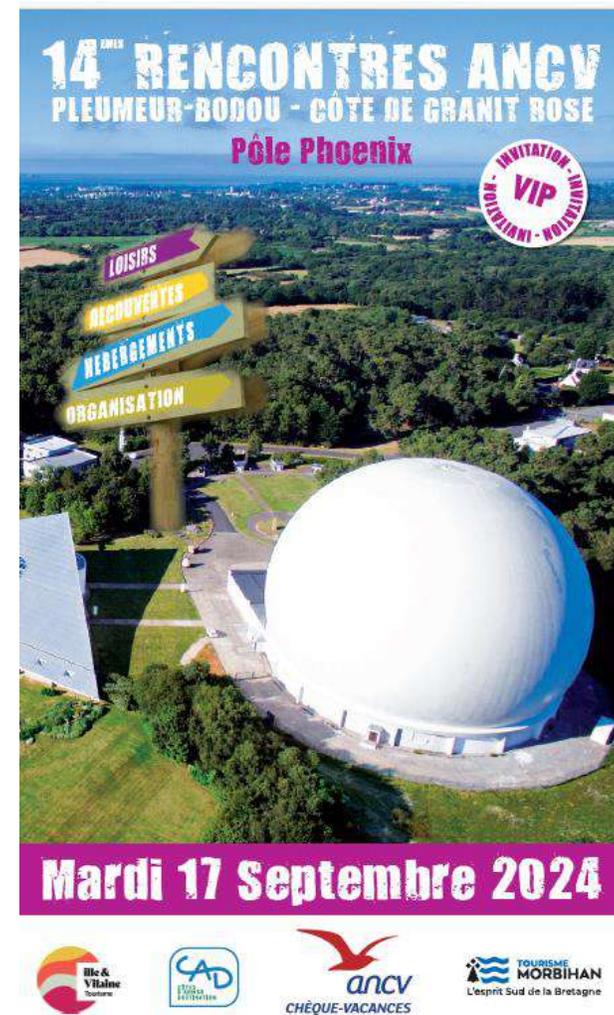
Dans cet objectif, l'ANCV rassemble les responsables des Comités Sociaux et Économiques (CSE) de la région Ouest pour un rendez-vous exclusif avec les prestataires bretons. Cette rencontre attire régulièrement une **centaine de participants, représentant 40 à 60 Comités Sociaux d'Entreprise**.

Les Rencontres ANCV sont l'occasion privilégiée pour les professionnels du tourisme de faire référencer leurs offres auprès des CSE présents : billetterie, sorties groupes, ...

De son côté, l'ANCV présente ses offres et surtout la dématérialisation des Chèques-Vacances et ses nombreux avantages :

- ✓ une utilisation simplifiée pour les salariés, avec un paiement en ligne ou sur mobile,
- ✓ un accès élargi à un réseau d'acceptation en pleine expansion,
- ✓ une gestion facilitée pour les entreprises et les CSE.

Pour sa 14ème édition, l'événement s'est tenu à **Pleumeur-Bodou le 17 septembre 2024** rassemblant une quarantaine de professionnels du tourisme breton, témoignant de l'engouement et de l'importance de ces rencontres. La matinée était consacrée au workshop et l'après-midi à la visite du Radome.



## La bourse d'échange

Parc Chorus Vannes – Jeudi 28 mars 2024

Chaque année, l'ADT orchestre une journée dédiée à l'échange et à la diffusion de documentations touristiques pour les acteurs du tourisme du Morbihan. Cet événement conçu comme un véritable salon, met en lumière les synergies, partenariats et interactions dynamiques entre les professionnels du secteur.

Face à l'affluence croissante des exposants, dépassant la centaine depuis 2020, l'initiative a évolué pour se dérouler sur des parcs d'exposition. Cette configuration a non seulement permis de gérer aisément la distribution de documents souvent volumineux grâce à une vaste surface d'exposition, mais aussi grâce à la disponibilité d'un large parking.

Les objectifs de cette rencontre sont multiples et centrés sur le renforcement de la coopération des acteurs touristiques du Morbihan, incluant Offices de Tourisme, hébergeurs, sites de loisirs, et prestataires d'activités.

Ils visent principalement à :

- **échanger et diffuser** la documentation des sites de visite clés avant la saison touristique,
- **soutenir** les prestataires dans leurs fonctions d'accueil et d'information,
- permettre une **meilleure connaissance** de l'offre touristique et des nouveautés sur le territoire,
- encourager les **interactions** entre professionnels, Offices de tourisme et équipes de l'ADT.



## La bourse d'échange

Parc Chorus Vannes – Jeudi 28 mars 2024

Cet événement est l'opportunité idéale de découvrir en un seul lieu toute la richesse de l'offre touristique morbihannaise : croisières dans le Golfe du Morbihan, îles, parcs animaliers, musées, châteaux, activités ludiques, etc.

L'événement est soutenu par une campagne de communication proactive, comprenant une newsletter et plusieurs campagnes d'e-mailing destinées à tous les hébergeurs du Morbihan, les incitant à se procurer des documentations pour leurs clients et à établir des partenariats avec les sites de loisirs présents.

La collaboration étroite avec les Gîtes de France en Morbihan illustre également cette volonté d'élargir les échanges et de promouvoir les offres auprès des propriétaires de gîtes, témoignant du succès de cette journée où plus de **150 hébergeurs** du département, principalement des locations meublées, quelques campings et hôtels, ont participé activement.

[Voir dans le navigateur](#)



**Bourse d'échange avec plus de 100 sites de Loisirs du Morbihan**

**Jeudi 28 Mars 2024 de 14h à 17h**

**Parc des expositions Chorus à Vannes**





# **La digitalisation de l'offre**



## Eloha, outil de vente en ligne



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

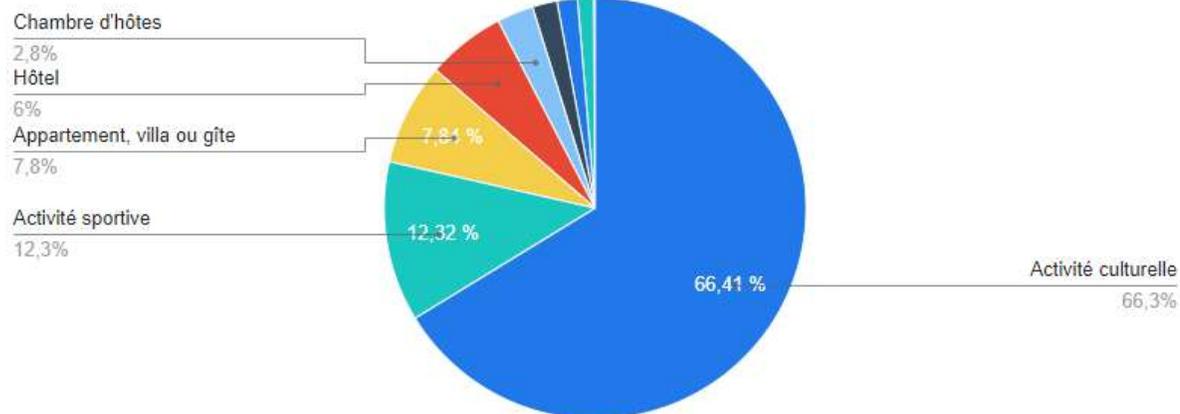
Avec son partenaire Eloha, l'ADT du Morbihan met à disposition des professionnels un outil de réservation en ligne.

### Volume de vente Eloha sur morbihan.com

En 2024, il y a eu **690 réservations pour un chiffre d'affaires de 31 182 €**, soit une baisse de 90 054 € par rapport à 2023.

Cette forte baisse peut peut-être s'expliquer par la typologie des prestations vendues : 96 % en activités culturelles.

VENTES PAR CATÉGORIES



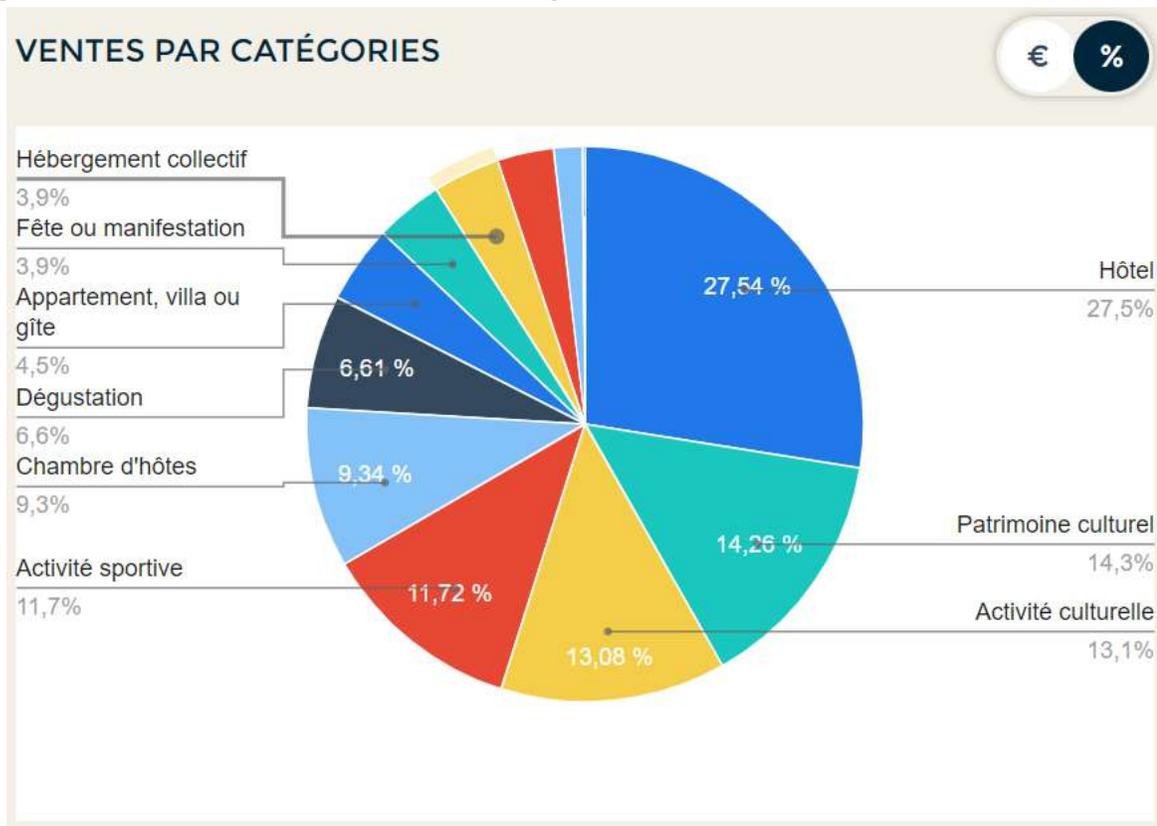
## Eloha, outil de vente en ligne



### Volume de vente Eloha en euros sur l'ensemble du Morbihan

En 2024, il y a eu **25 073 réservations pour un chiffre d'affaires de 4 930 152 €** sur tout le réseau « Morbihan ».

Soit une hausse de 188 327 € 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.





# **Les packs services Morbihan**



## Les packs services Morbihan

Depuis leur création en 2015, les Packs Services Morbihan ont évolué pour proposer un large éventail de services destinés à renforcer la visibilité, la compétitivité et la qualité des offres des professionnels du secteur.

En 2024, l'ADT du Morbihan à continuer à maintenir les tarifs des packs services, garantissant ainsi leur accessibilité et leur continuité comme outils essentiels à la performance des acteurs du tourisme.

Avec trois formules adaptées aux besoins de chacun :

**PACK  
PARTENAIRE**  
135 €  
par an

**PACK  
PREMIUM**  
600 €  
par an

**PACK  
VIP**  
1000 €  
par an

Ces packs offrent un accès privilégié à des services clés, tels que des reportages photos et vidéos (dont vues aériennes par drone), des audits de sites Internet ou de réseaux sociaux, un système d'agrégation d'avis et bien plus encore.

# PACKS SERVICES MORBIHAN

---

## 2024

“ Offres pour les  
professionnels  
**hébergements  
& loisirs**

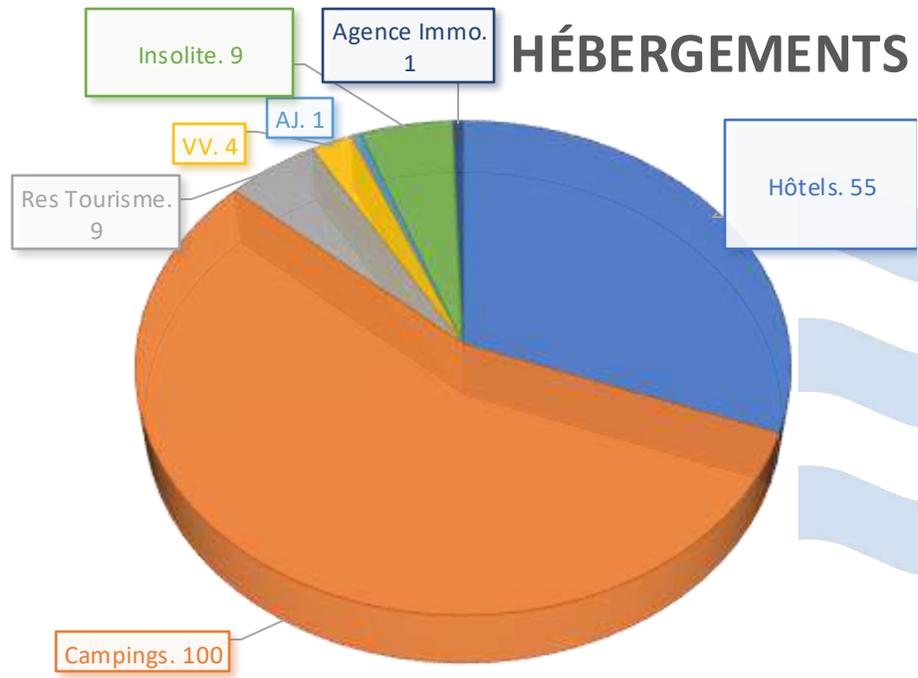
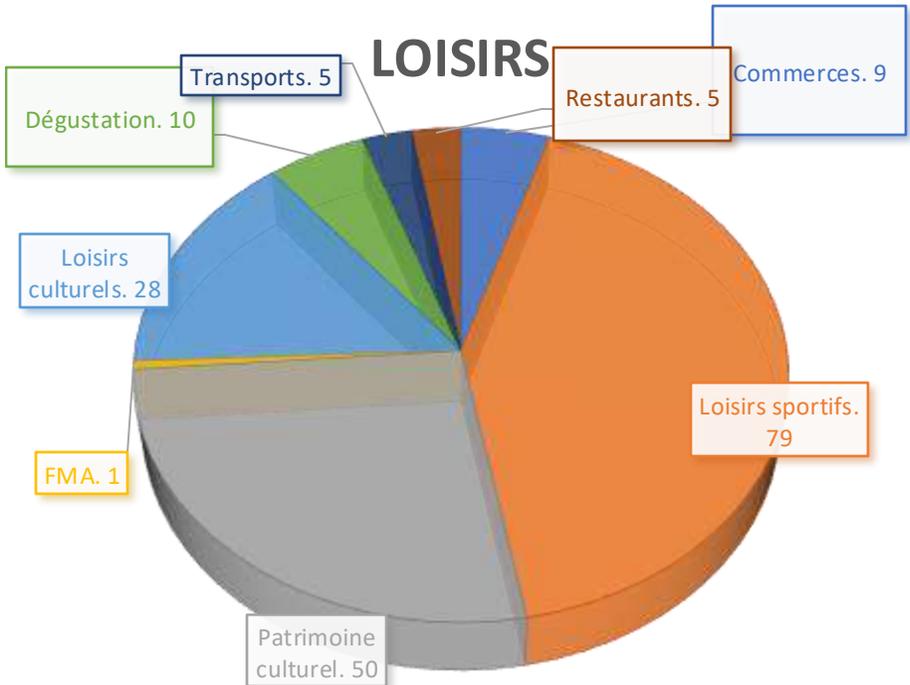


Profitez de nos services et  
**boostez votre visibilité !**

## Les packs services Morbihan

	<b>PACK PARTENAIRE</b> 135 € par an	<b>PACK PREMIUM</b> 600 € par an	<b>PACK VIP</b> 1000 € par an	<b>Nombre total de packs</b>	
<b>Loisirs</b>	<b>82</b>	<b>80</b>	<b>26</b>	<b>188</b>	(vs 176 en 2023)
<b>Hébergements</b>	<b>156</b>	<b>23</b>	<b>3</b>	<b>182</b>	(vs 192 en 2023)

**370**





## Les packs services Morbihan

### **Nouveauté 2024 : un audit marketing pour une stratégie optimisée**

Désormais, les professionnels peuvent bénéficier d'un état des lieux approfondi de leurs stratégies et outils marketing :

- ❖ Check-up global : positionnement, connaissance des clientèles, communication, mise en marché...
- ❖ Axes d'amélioration : recommandations pour optimiser votre communication et votre commercialisation.

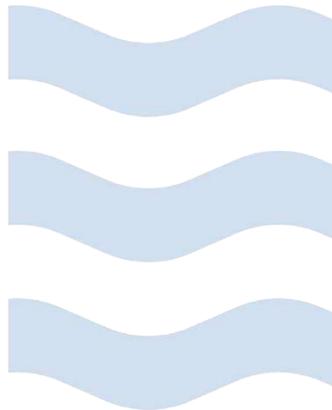
### **Les webinaires avec Google Atelier se poursuivent et s'étoffent**

Face au succès grandissant de nos webinaires en partenariat avec Google Atelier Rennes, ces sessions de formation sont prolongées en 2024. Elles réunissent de plus en plus de participants, qu'ils soient bénéficiaires des Packs Services ou membres de nos clubs.

Au programme :

- ❖ Référencement naturel (SEO)
- ❖ Google Ads
- ❖ LinkedIn et réseaux sociaux : stratégies et bonnes pratiques
- ❖ Optimisation de la visibilité digitale

Avec ces évolutions, les Packs Services Morbihan continuent d'accompagner les professionnels du tourisme dans leur développement, en plaçant l'innovation et le numérique au cœur de leur stratégie.



## Un partenariat stratégique avec les Gîtes de France du Morbihan

Ce partenariat repose sur une dynamique commune visant à valoriser les offres du label Gîtes de France en Morbihan :

Dans ce cadre, l'ADT met en place un ensemble d'actions spécifiques pour promouvoir les hébergements Gîtes de France Morbihan :

- ✓ l'intégration des hébergements sur morbihan.com, avec un descriptif détaillé dans le cadre de notre offre pack partenaires,
- ✓ l'optimisation des pages dédiées au label sur notre site web, garantissant une meilleure visibilité et une accessibilité renforcée des offres pour les visiteurs,
- ✓ la mise en place d'une pop-up promotionnelle sur les 16 pages dédiées, incluant un lien direct vers le widget Itea pour simplifier la réservation,
- ✓ l'accès aux webinaires thématiques organisés tout au long de l'année (réseaux sociaux, intelligence artificielle, Google Ads, etc.), pour accompagner les professionnels dans leur stratégie digitale et commerciale.



## Un partenariat stratégique avec les Gîtes de France du Morbihan

- ✅ la mise en avant du label et des actions du réseau à travers nos newsletters professionnelles et grand public, permettant de toucher un large public, des touristes aux prescripteurs du secteur,
- ✅ une présence privilégiée lors d'événements clés, avec la possibilité d'exposer à la Bourse d'échange annuelle de l'ADT et de participer au Workshop ANCV,
- ✅ des campagnes de communication impactantes, incluant des actions web (Google Ads) et des campagnes Display ciblées pour maximiser l'attractivité des hébergements Gîtes de France Morbihan,

Ce partenariat s'inscrit dans une volonté commune de valoriser le territoire morbihannais et d'offrir aux professionnels du réseau Gîtes de France des opportunités de croissance et de visibilité accrues.





# LE DEVELOPPEMENT & MARKETING





# **Le conseil et l'accompagnement des territoires**



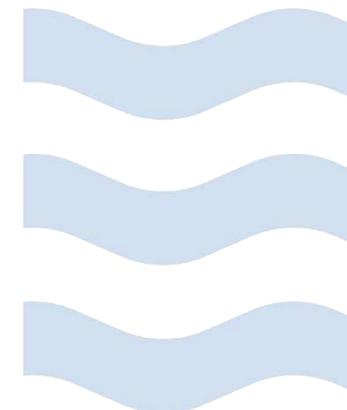
## Le conseil et l'accompagnement des territoires

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 2024, le pôle Marketing/Développement est intervenu sur les projets suivants :

- **schéma du tourisme de Golfe du Morbihan Vannes Agglomération** : cadrage méthodologique, réalisation d'un diagnostic, interviews, rédaction des enjeux, animation d'ateliers le 3 avril 2024, en lien avec les services de GMVA et de l'OT (GMVT),
- projet d'inscription **UNESCO des mégalithes de Carnac et des rives 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.

En parallèle, l'ADT participe aux **réflexions territoriales** qui comprennent un volet tourisme : PNR, Grands Sites, SCOT, Espaces naturels, Zones Natura 2 000, etc.



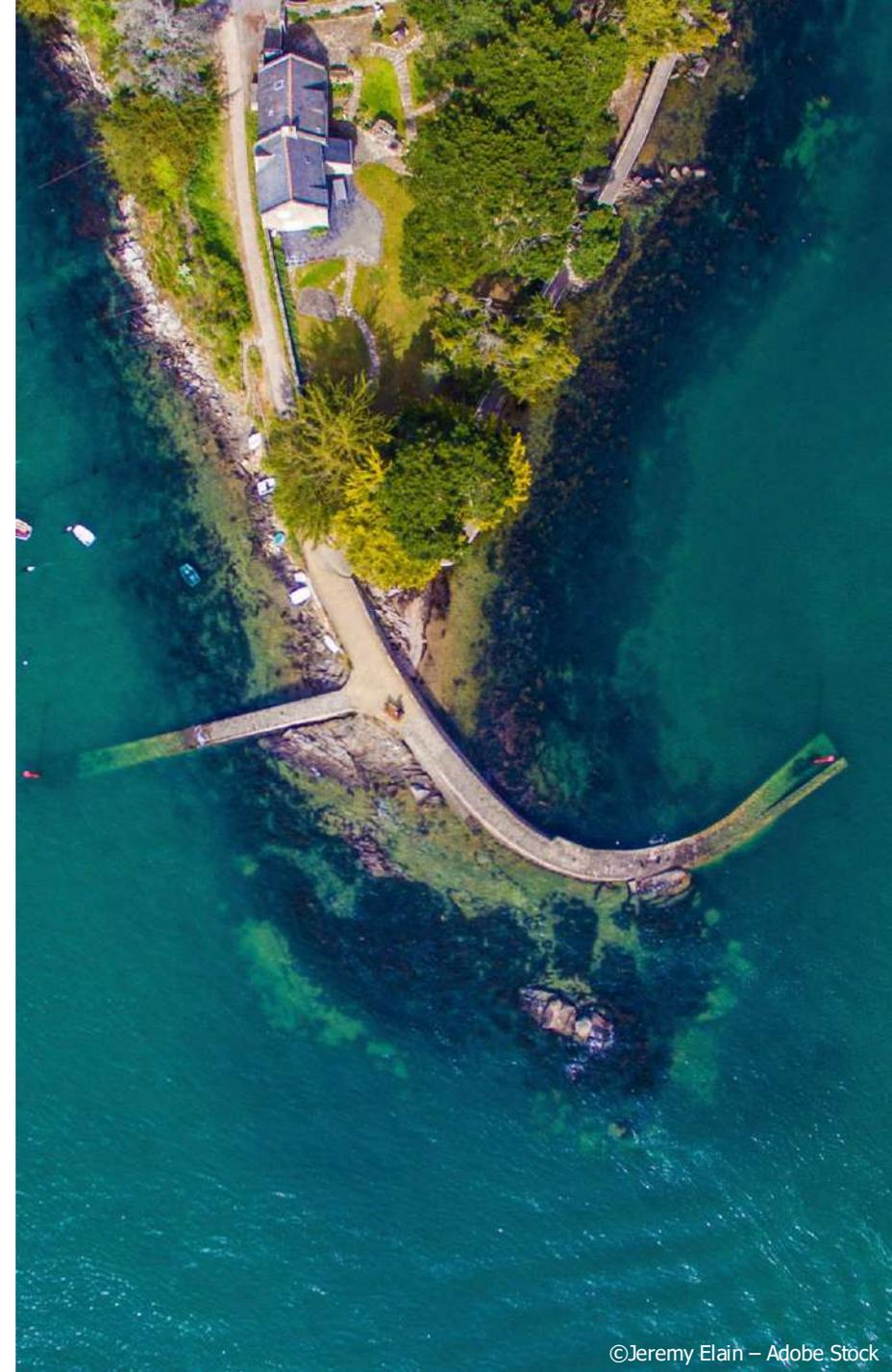
## Le conseil et l'accompagnement des territoires

### Le schéma de développement du tourisme du Morbihan

Ce schéma de développement touristique est le fruit d'un long travail participatif, **piloté par l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan en lien avec les services du Conseil départemental**. Il a mobilisé divers acteurs, parce que le tourisme est l'affaire de tous : les professionnels bien sûr, mais également les partenaires et experts du tourisme tels que les directions politiques territoriales, les divers services des EPCI et offices de tourisme ainsi que les élus. Sans oublier les habitants car, à l'heure où le tourisme est parfois montré du doigt, un développement vertueux ne peut se faire qu'avec et pour les populations.

Depuis 2022, des études sur la perception du tourisme par les habitants et sur la perception du Morbihan par les touristes ont permis de dresser un état des lieux précis, par-delà les éventuels préjugés.

Des entretiens avec les élus et professionnels, des questionnaires, des analyses de données et des études documentaires puis des **ateliers collaboratifs** (comme le 13 juin 2023 à Erdeven) ont permis d'échanger et de réfléchir aux enjeux ; jusqu'à la réalisation du **schéma, voté le 24 juin 2024 en Assemblée plénière du Conseil Départemental**. Ce schéma sera finalement décliné en un document en fin d'année 2024, afin de présenter la stratégie globale, mais aussi d'explorer chaque enjeu de manière didactique.



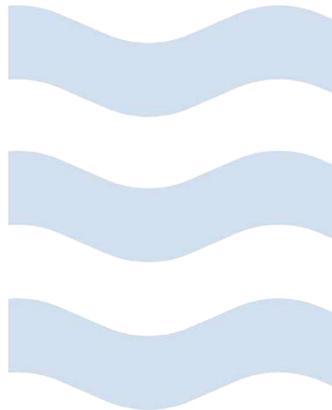
## Le conseil et l'accompagnement des territoires

### Le schéma de développement du tourisme du Morbihan

**Le Morbihan se projette vers un avenir touristique durable, innovant et respectueux de ses spécificités à travers dix enjeux majeurs.**

Chaque action proposée vise à renforcer notre attractivité tout en préservant notre environnement et en soutenant notre économie locale. Ces priorités sont toutes interconnectées et se renforcent mutuellement : de la mobilité douce et intermodale à la valorisation de notre patrimoine naturel et culturel, en passant par l'accompagnement des transitions écologiques et la modernisation des infrastructures touristiques.

L'ensemble de ces actions répond aux besoins des habitants, des professionnels et des visiteurs, tout en préservant notre territoire. Ce projet collectif rassemble les acteurs publics, privés et associatifs pour construire ensemble un Morbihan plus durable et plus attractif.



## **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 2024, ce sont **21** communes qui ont été accompagnées : 3 communes ont sollicité une visite et ont pu bénéficier de conseils personnalisés et 19 communes ont été visitées lors de la tournée estivale.

Le jeudi 19 septembre 2024, une **journée d'étude** a été organisée à Nantes, rassemblant près de 60 élus et agents des communes morbihannaises. L'objectif de cette journée était de mettre en lumière des aménagements exemplaires et novateurs pour inspirer nos territoires. Les participants ont ainsi pu découvrir plusieurs projets alliant nature et urbanisme durable.

La **remise des prix**, qui a eu lieu au Conseil départemental le 5 décembre 2024, a permis de récompenser les communes engagées dans l'amélioration de leur environnement et du cadre de vie de leurs habitants.

En 2024, ce sont **126 communes morbihannaises** qui sont impliquées dans cette démarche dont 68 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 2024, l'ADT a maintenu son engagement et ses actions en faveur de la randonnée avec :

- la participation aux instances nationales de décision de La Véloodyssée® pour élaborer et valider le plan d'actions annuel,
- la participation à la dynamique régionale de la filière,
- le déploiement de la qualification du label Accueil Vélo : on dénombre aujourd'hui **96 établissements morbihannais labellisés Accueil Vélo.**





# L'observation touristique



## 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

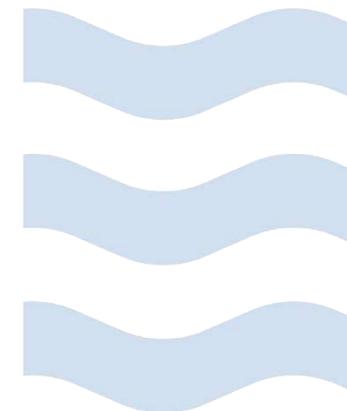
Le **baromètre de la saison** est un dispositif de suivi des tendances de la saison touristique. Il repose sur une interrogation mensuelle des professionnels du tourisme morbihannais, d'avril à septembre.

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.



### La fréquentation touristique morbihannaise est en baisse de 4%



## 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 méthode « 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 a permis, en cette année 2024, de suivre la fréquentation touristique du département.



## Enquête hébergements locatifs – outil Lighthouse

En 2016, l'enquête REFLET révélait que les locations meublées représentaient désormais en Bretagne et en Morbihan le premier mode d'hébergement marchand, devant le camping. Ces hébergements locatifs n'entrant pas dans le champ de l'observation touristique de l'INSEE et face à l'émergence rapide de ce mode d'hébergement, qui n'est pas sans poser questions aux partenaires territoriaux, les partenaires, ADT, EPCI et CRT, ont, avec l'aide de la démarche FTO (France Tourisme Observation), décidé de **cofinancer un outil d'observation nommé Lighthouse**, qui permet de suivre l'évolution du nombre de locatifs, ainsi que leur fréquentation sur le département du Morbihan.



## Dispositif d'observation de la fréquentation

### Périmètre UNESCO et site des mégalithes de Carnac

Dans le cadre du projet d'inscription des mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan au Patrimoine mondial de l'UNESCO, l'ADT, en collaboration avec les parties prenantes locales (Centre des Monuments Nationaux, Paysages de Mégalithes, AQTA, GMVA) a mis en place un **dispositif complet d'observation de la fréquentation**.

Ce dispositif vise à suivre l'évolution de la fréquentation et à évaluer l'impact de différents paramètres sur les sites mégalithiques, en fournissant des données quantitatives et qualitatives fiables. Ces données permettent aux acteurs chargés de la gestion et de l'animation des sites de prendre des décisions éclairées.

Le dispositif d'observation comprend plusieurs composantes :

- **observation quantitative et qualitative** de la fréquentation touristique et excursionniste sur l'ensemble du territoire,
- **suivi spécifique du site emblématique de Carnac**, où les flux de visiteurs sont particulièrement concentrés,
- **analyse de la billetterie des sites payants** (La Table des Marchands, Gavrinis, Petit Mont), qui permet de collecter des données supplémentaires sur la fréquentation,
- **suivi de la fréquentation de la Maison des Mégalithes** et du **Musée de la Préhistoire de Carnac**.



## Dispositif d'observation de la fréquentation

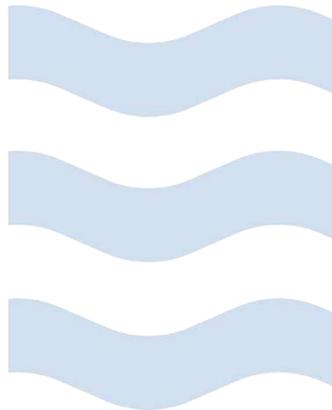
### Périmètre UNESCO et site des mégalithes de Carnac

L'outil **Orange Flux Vision** joue un rôle clé en exploitant les données issues de la téléphonie mobile pour fournir des informations en temps réel sur les flux de visiteurs. Utilisé depuis 2015, cet outil permet de suivre la fréquentation dans plusieurs zones du territoire (département du Morbihan, AQTA, GMVA, PNR, etc.), avec une zone d'observation spécifique récemment ajoutée pour les Alignements de Carnac, afin d'assurer un suivi encore plus précis.

Orange Flux Vision permet ainsi de suivre l'affluence annuelle, d'obtenir des données réactives sur la fréquentation et de connaître l'origine des visiteurs (touristes, excursionnistes, résidents, origines géographiques, etc.).

Enfin, pour renforcer ce dispositif, l'ADT a travaillé en partenariat avec la société Affluences pour mettre en place un **système de suivi en temps réel de la fréquentation des Alignements de Carnac**.

Concrètement, quatre capteurs thermiques autonomes ont été installés sur le site afin de capturer ces données en continu.





# L'accompagnement des professionnels



## L'accompagnement des porteurs de projets privés et des communes

2024 est la 2<sup>ème</sup> année de structuration d'une mission d'accompagnement des porteurs de projets et des communes qui souhaitent accueillir des investissements touristiques.

Afin de promouvoir le département auprès des porteurs de projets et des investisseurs, l'ADT a créé une **plaquette spécifique de présentation du Morbihan**.

L'action phare de l'année fut le 12 novembre avec l'organisation d'un **workshop dédié aux investisseurs à Vannes**, avec pour objectif principal de favoriser le contact entre l'offre et la demande dans le secteur touristique.

Un travail préalable a été réalisé pour identifier un maximum d'opportunités disponibles, qu'elles soient déjà touristiques ou à mettre en tourisme. Ce sont **43 offres qui ont ainsi été identifiées et proposées** le 12 novembre, en partenariat avec les EPCI mais également avec l'accompagnement du cabinet Ancoris.

En face, **une trentaine de porteurs de projets**, soigneusement sélectionnés en amont par ce même cabinet, ont fait le déplacement pour exposer leurs concepts et s'informer sur les différentes offres disponibles dans le département.

L'évènement a connu un franc succès, suscitant un vif intérêt et un retour positif de la part de tous les participants, renforçant ainsi les perspectives de collaborations fructueuses et de développement économique local.



## L'accompagnement des porteurs de projets privés et des communes

En complément, l'ADT a renseigné une **vingtaine de porteurs de projets** en matière de données économiques ou en matière de financements, en expliquant l'écosystème touristique et les tendances actuelles des consommateurs.

La **refonte du site pro** en fin d'année a fini de structurer cette mission : quel accompagnement ? Pour qui ? Comment ? L'ADT a intégré de nouvelles rubriques sur le site pro afin de présenter l'accompagnement réalisé pour les porteurs de projets mais également pour les communes en matière d'investissements.

L'ADT a également été **membre du jury** pour l'attribution de subventions dans le cadre de l'appel à projets de la Destination Cœur de Bretagne. Cette participation a permis de prendre connaissance de projets dans le nord du Morbihan.



## Les diagnostics Marketing

Dans le cadre des packs services 2024, la **nouvelle option « Diagnostic marketing » a été déployée.**

8 professionnels du tourisme ont bénéficié de cette option : 4 sites de loisirs, 1 compagnie maritime, 2 campings et 1 hôtel.

Le diagnostic débute par un échange d'environ 3 heures puis il fait l'objet d'un rapport d'une vingtaine de pages permettant de donner des axes d'amélioration au professionnel particulièrement sur 3 volets :

- l'étude de ses clientèles,
- ses actions de communication,
- sa commercialisation.

A chaque fois, la mission est très appréciée : au-delà de ce moment privilégié entre l'ADT et le professionnel, ce diagnostic permet de prendre du recul par rapport à son entreprise, d'identifier des leviers d'amélioration et de croissance. Cela permet également de mettre à jour sa connaissance des outils, que ce soit en général ou ceux proposés par l'ADT.

L'ADT participe également aux travaux du Groupe de Travail Marketing du Club Ingénierie d'ADN Tourisme. Cela permet d'avoir des retours d'expériences et d'améliorer nos propres procédures.

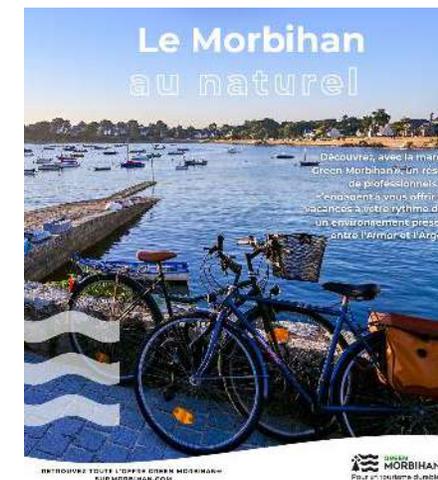


Depuis 2017, Green Morbihan® est une association de professionnels du tourisme morbihannais qui souhaitent valoriser leur engagement pour un tourisme durable en mettant en place des actions collectives.

L'association compte **21 membres**.

En 2024, l'association, animée par l'ADT a mis en place les **actions suivantes** :

- **publireportage** dans le magazine « Maison et jardin » dans le dossier : tourisme solidaire et engagé,
- **insertion publicitaire** dans le Petit Futé édition Bretagne durable et responsable avec intégration de la marque Green Morbihan dans la page dédiée aux marques et labels,
- participation au **salon Destinations Nature** à Paris du 14 au 17 mars 2024,
- réalisation de **2 campagnes Facebook et Instagram**, une au printemps (près de 400 000 impressions) et l'autre en automne (près de 220 000 impressions).



## 2024 : un tournant majeur pour l'association et la marque Green Morbihan®

En 2024, Green Morbihan® a franchi une étape clé en se réinventant pour répondre aux défis du schéma de développement touristique du département. Avec la dissolution de l'association éponyme, **le projet prend une dimension élargie**, visant à valoriser pleinement l'écosystème durable du Morbihan.

En collaboration étroite avec les membres historiques de Green Morbihan®, l'ADT a redéfini les enjeux de la marque. Ce renouveau repose sur des actions concrètes : valorisation des démarches de protection environnementale (Espaces Naturels Sensibles, Parc Naturel Régional), valorisation des mobilités douces et mise en avant de l'engagement des socioprofessionnels à travers des labels environnementaux.

Ce cadre ambitieux vise aussi d'accompagner les acteurs touristiques dans leurs démarches de labellisation pour renforcer leur engagement envers un tourisme responsable, positionnant le Morbihan comme une destination de choix pour un tourisme durable et innovant.

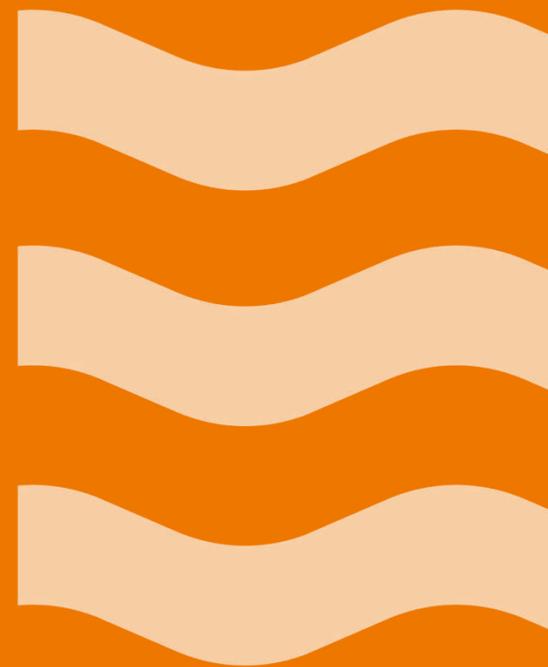


# LES CLUBS



LOISIRS  
MORBIHAN

Sorties • Visites • Activités



## 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.

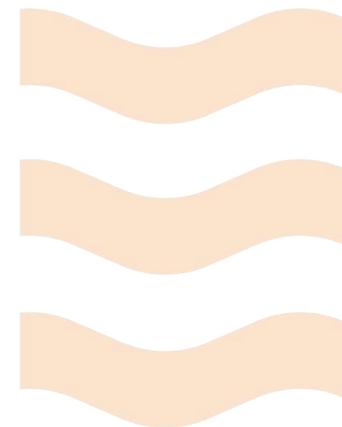
Le réseau se fédère et met en place parallèlement des actions autour de la communication–promotion : mise en œuvre de différentes actions visant à promouvoir les établissements et à accroître la fréquentation.

### 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.

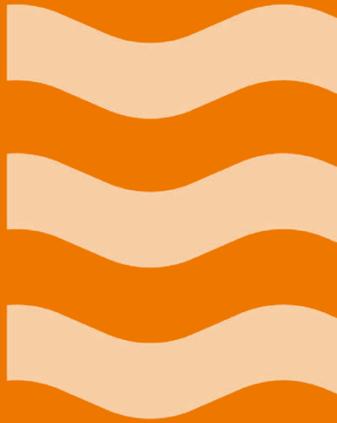
L'ADT a donc été missionnée pour accompagner et animer le réseau des établissements de loisirs. Une convention a été signée en 2006 et précise les modalités de cet accompagnement. Un animateur est mis à disposition du réseau pour une partie de son temps ainsi qu'une enveloppe de 30 000 € pour soutenir la filière.

En 2024, l'association comptait **60 membres actifs** (stable par rapport à 2023).





# **Bilan des actions 2024**



## 🌊 Journée des loisirs

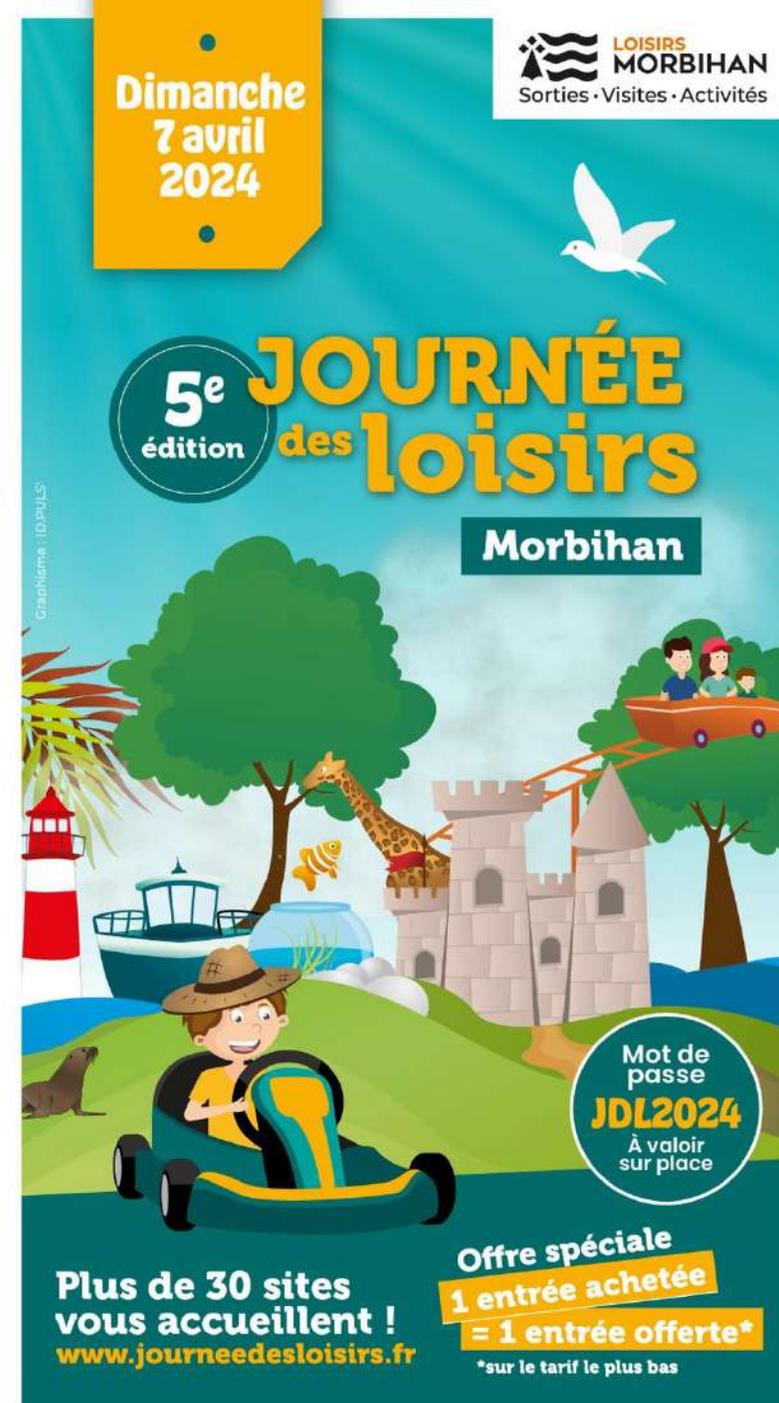
dimanche 7 avril 2024

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 2024, l'offre proposée lors de la précédente édition a été reconduite par les 34 sites participants du Morbihan (20 sites en 2023) : **une entrée achetée = une entrée offerte.**

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

- campagne publicitaire sur Facebook,
- affiches dans le TER Bretagne,
- e-mailing auprès des hébergeurs et offices de tourisme morbihannais,
- kit de communication à disposition des hébergeurs et sites participants,
- diffusion de 15 000 flyers dans plus de 300 commerces de proximité en Morbihan et communes limitrophes.



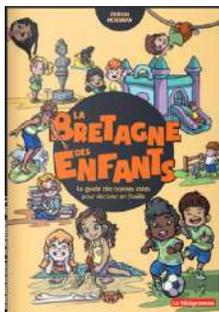
## 🌊 Opération « Entrez, c'est ouvert » couponing

**100 000** livrets de coupons ont été imprimés, dont 50 000 intégrés directement dans le guide loisirs.

L'année 2024 a vu la participation de **53 sites**, légèrement plus que les 50 de l'année précédente.

La promotion de cette initiative comprend :

- la distribution du guide de loisirs dans les établissements d'hébergement du Morbihan, à savoir les hôtels, campings et villages de vacances, avec un tirage de 100 000 exemplaires,
- la mise à disposition de 50 000 flyers dans les commerces de proximité situés dans le Morbihan et ses environs, à travers 300 points de diffusion,
- et une conséquence notable : plus de 300 000 euros de chiffre d'affaires générés pour les sites qui y participent.



Le livret de couponing "Entrez c'est ouvert" a de nouveau été intégré au sein du guide « la Bretagne des enfants » édité par Le Télégramme. Cette brochure, dont le tirage atteint les 30 000 exemplaires, a été largement distribuée en mai 2024 dans les commerces de proximité situés dans le Morbihan, dans 175 points de distribution.

RÉDUCTIONS DANS  
**+ DE 50** SITES  
DE LOISIRS EN MORBIHAN !



2024



## Brochure et actions envers les groupes seniors et CSE

### Édition

Brochure « groupes » éditée à 1 800 exemplaires avec 50 membres participants

### Diffusion

Diffusion de la brochure groupes sur les salons CSE de Rennes et Lanester.

Envoi de la brochure à 1 100 clubs de retraités des départements bretons et Loire-Atlantique et sur 200 EHPADs du Morbihan et communes limitrophes.

Envoi de la brochure auprès de 250 autocaristes du Grand Ouest.

Envoi de la brochure auprès d'une centaine de CCAS en Morbihan.

### Formation

Atelier en novembre sur la commercialisation vers la clientèle groupes (6 établissements participants).



## Interviews estivales sur les sites de loisirs en Morbihan

Depuis 2 saisons, France Bleu Armorique part à la rencontre de sites de loisirs pour réaliser des reportages.

### Les membres ayant été interviewés en 2024 :

Land aux lutins (Landaul)

Parc Poul Fetan (Quistinic)

La cité de la voile (Lorient)

Les Terres de Nataé (Pont-Scorff)

Gyroparc (Plouharnel)

P'tit délire (Ploemel)

Ludana parc aventure (Camors)

Celt'aventures (Sarzeau)

Château de Josselin

La balade du Père Nicolas (Plumeliau-Bieuzy)

Kingoland (Plumelin)



## 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 2024, le groupe comptait plus de **14 000 abonnés** contre 11 400 en 2023 et 3 000 en 2021.



## Compte Instagram

Fin 2024, un compte Instagram a été ouvert.

 L'objectif est de toucher une audience « plus jeune » (18-40 ans) que sur Facebook et notamment certains profils de clientèle :

Jeunes célibataires ;

Jeunes couples, avec ou sans enfants ;

Excursionnistes ;



## Des loisirs toute l'année

Une 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) :



MORBIHAN  
TOURISME  
L'esprit Sud de la Bretagne

DES LOISIRS  
TOUTE L'ANNÉE

Accueil - À voir - à Faire - Loisirs en Morbihan - Des loisirs toute l'année

Découvrez l'association des sites de loisirs du Morbihan

### Des loisirs toute l'année

Avec Loisirs en Morbihan profitez d'activités toute l'année, été comme hiver :

Musées, parcs à thèmes, escape games, bateaux, parcs animaliers, châteaux... Il y a encore tant à voir et à faire.

Découvrez dès à présent la liste complète des sites actuellement ouverts et consultez notre **agenda des loisirs** pour ne manquer aucun événement ou animation organisé par l'un des membres de l'association Loisirs en Morbihan.







**MORBIHAN**  
**AFFAIRES**

Évènements & séminaires



## Morbihan Affaires

Initiée à l'automne 2014, le collectif « Morbihan Affaires® » a été constitué par les acteurs du tourisme d'affaires morbihannais.

En date du 31 décembre 2024, le regroupement incluait **100 membres** (18 nouveaux en 2024) et était présidé par Cédric Guillotin, directeur de Lorient Bretagne Sud Expo Congrès.

Dans la continuité des clubs Loisirs en Morbihan et Green Morbihan®, Morbihan Affaires® jouit d'un appui de l'ADT, tant financier – avec une contribution de 30 000 € – qu'humain, par l'allocation de personnel dédié.

Les **missions prioritaires** de ce collectif sont les suivantes :

- établir le Morbihan comme une destination de choix pour le tourisme d'affaires, avec un focus particulier sur les marchés français et européens,
- valoriser le secteur du tourisme d'affaires auprès des principaux influenceurs et décideurs économiques,
- oeuvrer à l'enrichissement qualitatif global de l'offre touristique d'affaires,
- stimuler la promotion et le développement du secteur en établissant les conditions optimales pour la commercialisation de l'offre de tourisme d'affaires du Morbihan, au profit des professionnels du domaine (centres de congrès, espaces d'accueil et de réception, hébergeurs, agences réceptives, etc.),
- encourager et renforcer l'échange d'informations, la coopération et la création de synergies entre les différents acteurs du tourisme d'affaires et les clientèles variées.

Les stratégies et les actions à entreprendre sont déterminées lors des commissions de travail annuelles du club.





# **Nouvelle communication visuelle**



## Nouveau logo : nouvelle communication visuelle

Le concept est simple : une ligne graphique épurée et moderne avec une punchline décalée et un visuel impactant.

Nous avons construit l'identité visuelle avec les marqueurs de Morbihan Affaires à savoir : le rouge et le noir et une police de caractère droite, mais originale. Une image alliant fraîcheur et dynamisme.

Nous utilisons des photos de groupes passant un bon moment, dans des lieux typiquement morbihannais, en les associant à des expressions françaises connues et liées au travail... le tout avec une touche d'humour !

Le choix d'une campagne multiple - avec plusieurs accroches et plusieurs visuels - a pour objectif d'illustrer la diversité des offres d'accueil pour les rencontres professionnelles : séminaires, incentives, réunions d'affaires, team-buildings, soirées événementielles...

Le visuel master a été conçu pour être facilement déclinable en différents formats, pour tout type de supports de communication (stand, 1ère de couverture de documents, annonces presses, réseaux sociaux, roll-up...)

Nous avons choisi de répéter **vraiment** sur toutes les affiches pour souligner le caractère humain, authentique et VRAI du Morbihan.

Ce **vraiment** créé un marqueur visuel entre les affiches de la campagne et s'inscrit ainsi dans les esprits.





# Stratégie digitale



## **Morbihan-affaires.com**

Après la refonte de l'écosystème digital de Morbihan Tourisme fin 2023, les pages web de Morbihan Affaires ont été rapatriées en répertoire de morbihan.com début 2024.

Courant 2024, différentes actions ont été menées pour optimiser le référencement des pages, et donc leur visibilité :

- réorganisation des pages,
- optimisation des balises titres,
- audit complet du répertoire, pour des optimisations à venir.

Dans le cadre de l'appel d'offres réalisé fin 2024 par l'ADT, Morbihan Affaires sera également accompagné en 2025 par l'agence retenue, CyberCité, pour l'optimisation des référencement naturels et payants du répertoire Affaires.



Organisez votre  
**projet dans le Morbihan**  
Tourisme d'affaires, séminaires et évènements  
d'entreprise en Bretagne

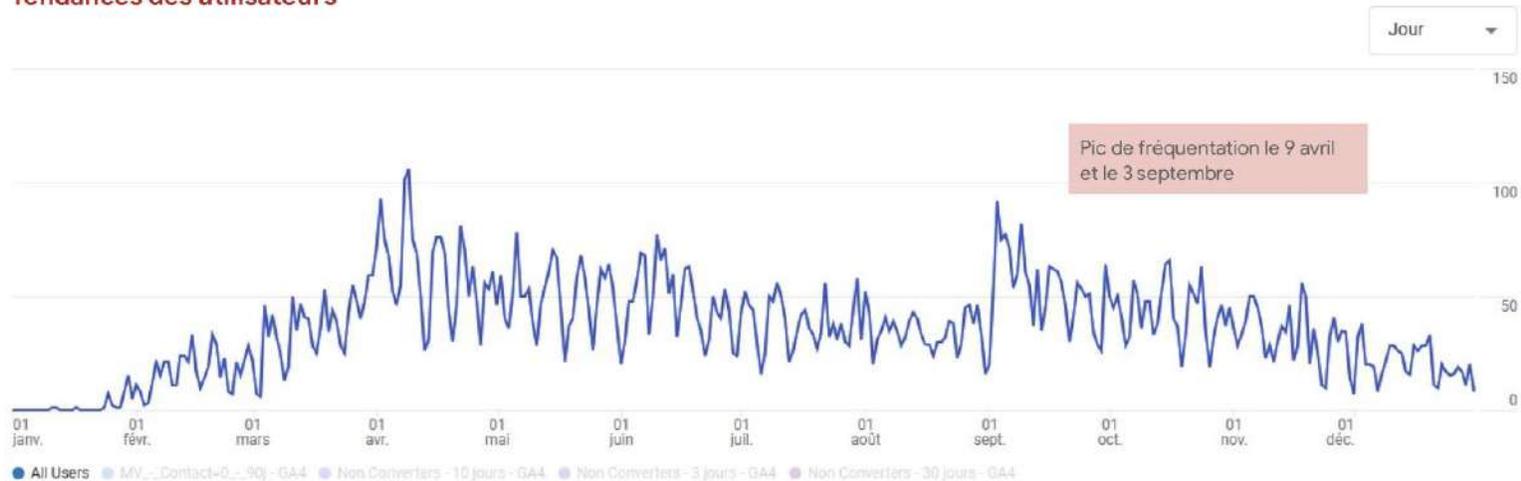
Retrouvez également les actualités et infos de Morbihan Affaires® sur [sa chaîne YouTube](#) et [sa page LinkedIn](#)

## Statistiques fréquentation Morbihan Affaires 2024

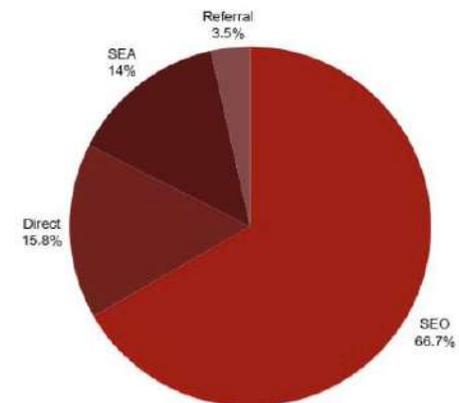
### Fréquentation du site

Utilisateurs	Vues totales	Sessions
<b>12 385</b>	<b>31 225</b>	<b>15 438</b>

### Tendances des utilisateurs



### Canal d'acquisition du trafic





# Opérations de promotion



## 🌊 Opérations de promotion ciblées en local

### **9 avril : Salle Événementielle K2 Lorient avec Show-room**

Mise en avant des activités incentives et événementielles du réseau – 10 ans du réseau

140 personnes présentes



### **16 mai : Cocktail déjeunatoire aux Bottes d'Anémone**

Thème « nouvelles activités qui ont du sens »

Avec 3 ateliers : Bottes d'Anémone – Atelier Ti wood – OBH Événement

32 personnes présentes



### **11 juin : Challenge inter-entreprises au Parc de Branféré**

Test grandeur nature de l'activité team-building au sein du parc

52 personnes présentes



## 🌊 Opérations de promotion ciblées en local

### 2 juillet : Soirée sortie en mer avec Nautic Sport à la Trinité sur Mer

Sortie apéro sur la rivière de La Trinité-sur-Mer en bateaux électriques avec Nautic sport. Départ par groupe de 6 personnes pour une balade dans le port afin de visiter le vieux port de La Trinité et voir les célèbres bateaux de course comme l'Ultim Actual. Pique-nique à bord.

29 membres présents



### 10 septembre : Petit déjeuner à Lab Océan la Colloc à La Trinité-sur-Mer

Petit déjeuner avec présentation de chacun suivi d'une conférence sur la cohésion d'équipe par Sabrina Millien

21 membres présents



## 🌊 Opérations de promotion ciblées en local

### Soirées des réseaux

Participation de Morbihan Affaires® aux soirées des réseaux morbihannais :

- soirée Fédéréseaux à Pontivy le 19 septembre au Palais des Congrès,
- soirée des Réseaux à Vannes le 19 septembre au Palais des Arts et des Congrès,
- soirée Connect'in à Lorient le 12 novembre au Palais des Congrès.

### 10 octobre : Soirée Barbecue Géant au Manoir des Cotonnades à Lorient

Avec BBQ on the street Bilinkke pour la partie traiteur et animations des membres du réseau : La Boite à sourires, Mobilboard Carnac, Romain Maillard (magicien/mentaliste) et le mur digital interactif de l'agence Balmaga

82 personnes présentes



### 17 décembre : Soirée de Noël aux Arches de la Ria à Belz – inter clubs

120 personnes présentes dont 92 du Réseau Morbihan Affaires

Animation sur les 5 sens par l'agence Au Gré du Vent et la Boite à Sourires pour les photos souvenirs.



## 🌊 Opérations de promotion ciblées régionales

### 17- 18 avril : So Evénement Rennes

Présence de Morbihan affaires sur une banque au côté de plusieurs membres :

Sellor Lorient - Lorient Bretagne Sud Evénements - SPL Golfe du Morbihan - Parc de Branféré - Castel Clara - Maison Yves Rocher - Sofitel Quiberon

Salon suivi d'un Eductour sur Ploermel / La Gacilly pour des agences événementielles.



### 24 septembre : Soirée Mice Place City Nantes

Présence de Morbihan Affaires et de 7 membres du réseau :

Castel Clara – Hôtel Le Cardinal – Miramar La Cigale – Domaine Le Mezo –La Sellor – Lorient Evénements – Maison Yves Rocher



### 30 septembre – 1er octobre : Meet Pro Bretagne à Brest (Quartz)

Le 30 septembre : soirée entre membres inter clubs pour créer des partenariats

Le 1er octobre : workshop avec invités (50 visiteurs)

19 structures du réseau présentes



## 🌊 Opérations de promotion ciblées nationales

### 12-14 novembre : Séminaire expo Paris

Présence d'une dizaine de membres de Morbihan Affaires durant 3 jours



### 28 novembre : Soirée Mice Place City Paris

Présence de Morbihan Affaires sur une banque ainsi que plusieurs autres membres du réseau : Sellor, Lorient Bretagne Sud Evénements, Castel Clara, le Domaine Le Mezo et Miramar La Cigale.





# Formations





## Formations

- 3 sessions de formation sur l'IA en janvier/février
- 4 sessions de formation sur le développement commercial en novembre
- 2 sessions de formation avec sur l'IA en décembre

Soit près de 80 personnes ayant participé aux formations du réseau.

- Accès également aux **webinaires** de Morbihan Tourisme en novembre et décembre :
  - Comment être plus visible grâce aux réseaux sociaux,
  - comment créer des contenus performants pour gagner en visibilité sur le web.





**Retrouver toutes les infos pro sur :**  
**[www.morbihan-pro.com](http://www.morbihan-pro.com)**

