

Profil de Territoire

AQTA de nouvelles
ambitions

Le dossier

Les nouvelles ambitions
du tourisme d'affaires

Avis d'expert

Rencontre avec
Matthieu LE SCANF

Décembre 2025

BRETAGNE[®]

Décideurs tourisme

#21

Le magazine
professionnel
du tourisme
en Morbihan

Édito



Gérard PIERRE
Président de l'ADT du Morbihan

Dans un monde en proie aux incertitudes, en quête de repère ou de vision, le Morbihan maintient son cap et réaffirme son ambition touristique au service de l'économie, de l'emploi et de l'aménagement du territoire.

Dans ce #21^e opus du magazine Décideurs Tourisme, par-delà vos rubriques habituelles, vous découvrirez un axe stratégique de l'ambition du Morbihan en matière de développement et de promotion du tourisme d'affaires. Secteur stratégique inscrit dans le schéma 2024/2028, le MICE est structuré de façon unique et singulière dans le Morbihan autour du club Morbihan Affaires®. Ce secteur nous permet de compléter la saison du loisir au reste de l'année, partout sur tout le territoire mais surtout de compléter ou d'augmenter ainsi la rentabilité de nos professionnels. Vous ferez connaissance avec le Président et l'équipe du Club, sans oublier les bureaux des congrès de Lorient avec « BtoBreizh » et Vannes avec « See You Vannes »...

Vous redécouvrirez un territoire exceptionnel : celui d'AQTA dont l'ambition et la nouvelle organisation vous seront présentées par sa nouvelle directrice du tourisme, Karine ALLIOUX. Vous assisterez à la renaissance d'un des fleurons emblématiques du secteur de la thalassothérapie avec la réouverture de Thalazur à Carnac.

Vous découvrirez enfin le nouveau guide des bonnes pratiques initié par MTR et lirez l'interview de Matthieu LE SCANF, expert et référent français de « Green destinations® » qui nous accompagne dans la démarche de labellisation internationale.

Bonne lecture et bonne année 2026.

*Gérard
Pierre*



©Morbihan Tourisme

L'ours

DECIDEURS TOURISME, le magazine professionnel du tourisme en Morbihan édité par l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan.

Directeur de la publication et de la rédaction : Patrick LEVY, Directeur général
Rédaction : Réjane LE MEITOUR, Bénédicte LEMAN, Patrick CANTIN, Caroline DECURE, Marjorie COSQUER, Georges RIVIERE, avec la participation de Thierry BEAUREPERE, journaliste.
Réalisation : Mon Atelier Coloré – Auray
Imprimé en France : Imprimerie POISNEUF - Josselin
Parution : Décembre 2025 – Tirage : 1 500 exemplaires
Crédit photo de couverture : ©Agence Balmaga



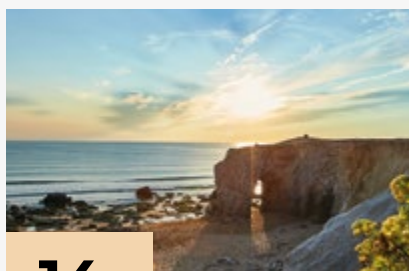
04 Le chiffre

05 Forum Morbihan



08 Le dossier

Les nouvelles
ambitions du
tourisme d'affaires



14 Profil de territoire

Auray Quiberon
Terre Atlantique

16 Question d'actu

La loi LE MEUR

17 Initiatives

Label
Green Destinations®

18 Ça se passe ailleurs !

19 Avis d'expert

Matthieu LE SCANF



20 Actions

MORBIHAN
TOURISME

23 Bienvenue aux clubs !



Sommaire

A blue wavy line graphic, resembling a stylized wave or a decorative element.

156

C'est le nombre
de **professionnels**
engagés dans la
démarche **Green**
Morbihan®



Le Morbihan compte aujourd'hui un nombre croissant de professionnels du tourisme engagés dans des démarches de labellisation environnementale. Portée par la marque Green Morbihan®, cette dynamique collective incarne la volonté du territoire d'ancrer durablement le tourisme dans la transition écologique.

Les labels reconnus — Clé Verte, Écolabel Européen, Pavillon Bleu ou Green Globe — témoignent d'actions concrètes : gestion raisonnée de l'eau et de l'énergie, réduction des déchets, circuits courts et sensibilisation des visiteurs.

Cette mobilisation est désormais visible sur morbihan.com, où une nouvelle vitrine met en lumière les établissements labellisés, véritables ambassadeurs d'un tourisme responsable et exemplaire.

En accompagnant et en valorisant ces initiatives, Green Morbihan® poursuit sa mission : fédérer les acteurs du territoire autour d'un objectif commun — faire du Morbihan une destination durable et inspirante, au service des habitants comme des visiteurs.

morbihan.com/green-morbihan/



Découvrez les offres
labellisées
avec Green Morbihan®



Le chiffre

Forum Morbihan

Les Mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan inscrits au Patrimoine mondial de l'UNESCO

Le 12 juillet dernier, au siège de l'UNESCO à Paris, la communauté internationale a officiellement inscrit les Mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan au Patrimoine mondial. Cette reconnaissance prestigieuse, qui fait de ce site le 54^e inscrit pour la France, vient saluer un ensemble mégalithique exceptionnel de plus de 550 sites (menhirs, dolmens, tumulus, enceintes), en lien intime avec les paysages littoraux du sud Morbihan.

Ce patrimoine unique rejoint désormais le cercle restreint des biens reconnus pour leur valeur universelle exceptionnelle, aux côtés de la Grande Muraille de Chine ou des Pyramides d'Égypte. C'est une première pour la Bretagne, qui voit ainsi son histoire, son identité et son génie humain mis à l'honneur. Derrière cette inscription se trouvent plus de dix ans de travail, portés par l'association Paysages de Mégalithes, les collectivités locales, les chercheurs, les habitants et de nombreux acteurs du territoire.

Au-delà de cette reconnaissance, l'inscription engage le territoire pour les années à venir. Un plan de gestion précis, validé par l'UNESCO, guidera les actions de protection, de médiation, de recherche et de gestion durable des sites. Il s'agit maintenant de faire vivre ce patrimoine remarquable, dans le respect de sa fragilité, pour le transmettre aux générations futures et en faire un moteur de fierté et de préservation.

www.megalithes-morbihan.fr



5

Domaine de Kerguéhennec : un joyau patrimonial en restauration

Au cœur du Morbihan, à Bignan, le Domaine de Kerguéhennec s'apprête à écrire un nouveau chapitre de son histoire. Le Département conduit depuis 2024 une vaste restauration de son château du XVIII^e siècle, joyau du patrimoine et monument historique, pour lui redonner tout son éclat d'ici 2027. Toiture, lucarnes, menuiseries, structures et sous-sols font l'objet d'une restauration exemplaire, respectueuse des savoir-faire d'origine. Symbole retrouvé, le campanile a été reconstruit à l'identique du modèle existant au



© Cruard Charpente

XIX^e siècle. En parallèle, les fouilles archéologiques révèlent les traces d'un manoir médiéval oublié. Si le château se refait une beauté, le parc demeure ouvert au public : un lieu où patrimoine, art et nature dialoguent, promesse d'une (re)découverte inspirante pour les visiteurs.

Pour renouveler l'offre touristique, Lizio mise sur le jeu

Comment valoriser le patrimoine tout en renouvelant l'offre touristique ?

À Lizio, la réponse prend la forme d'un jeu : Le secret du dernier templier. Imaginé par l'Oust à Brocéliande Communauté avec Gnome Prod, ce concept invite petits et grands à enquêter dans les ruelles du village. L'objectif est de proposer une expérience ludique et familiale, au-delà de la saison estivale. Lancé à l'été 2025, le jeu séduit déjà ses premiers participants et pourrait être adapté à d'autres villages.

www.destination-broceliande.com



© OBC/Gnome Prod

La Breizhbox version 16 vient de sortir

Conçus pour promouvoir l'offre touristique locale et les circuits courts, ces coffrets cadeaux permettent de profiter d'un weekend ou d'un court séjour en soutenant les acteurs locaux sur le territoire de Lorient Bretagne Sud. Conçue par l'Office de Tourisme, imprimée à Caudan, cette réalisation célèbre les savoir-faire locaux et se veut la plus verte et la plus vertueuse possible. Créé en 2009, le coffret cadeau de Lorient Bretagne Sud Tourisme propose plus de 150 séjours.



L'un des grands avantages de la Breizhbox® est la simplicité de son fonctionnement. L'Office de Tourisme de Lorient Bretagne Sud se charge de toute l'organisation, de la réservation à la logistique, garantissant ainsi une expérience sans stress, tant pour le bénéficiaire que pour celui qui offre le cadeau.

L'Office de Tourisme distribue principalement la Breizhbox® sur son site internet marchand. Il anime également un réseau de près de 100 points de vente dans le Grand Ouest (grande distribution, enseignes culturelles, agences de voyages, etc.) et est référencé auprès des grands comités d'entreprise.

Depuis son lancement on estime que près de 35 000 personnes ont profité de la Breizhbox®.

www.lorientbretagnesudtourisme.fr

Golfe du Morbihan Vannes Tourisme passe au numérique

Découvrez Roadbook, le carnet de voyage intelligent et écoresponsable

L'Office de Tourisme du Golfe du Morbihan Vannes Tourisme modernise son accueil en adoptant Roadbook, une solution numérique écoresponsable et personnalisée. Deuxième office breton à l'utiliser, il réduit ainsi l'usage du papier tout en offrant une expérience sur mesure aux visiteurs. Roadbook génère un carnet de voyage digital alimenté par les préférences du touriste, les conseils des équipes et les données actualisées de la destination. Accessible par email ou SMS, il se met à jour en temps réel, garantissant des informations fiables tout au long du séjour. Cette innovation améliore la satisfaction des visiteurs, renforce la démarche RSE et optimise le temps des conseillers. Déjà adopté par des milliers de voyageurs depuis l'été 2024, le dispositif s'étendra prochainement aux partenaires du territoire, grâce à des QR codes installés dans leurs établissements, pour prolonger l'expérience numérique au plus près des visiteurs.

www.golfedumorbihan.bzh

**GOLFE DU MORBIHAN
VANNES TOURISME**
Plus qu'une destination — une respiration

Les Offices de Tourisme du Morbihan se métamorphosent pour mieux accueillir les visiteurs

En 2025, plusieurs Offices de Tourisme du Morbihan ont inauguré ou finalisé la rénovation de leurs locaux, offrant ainsi des espaces modernisés et des services enrichis aux visiteurs. À Arzon, le bureau d'information touristique a été entièrement repensé pour proposer un accueil numérique innovant, notamment avec un carnet de voyage digital, et s'est installé dans un bâtiment flambant neuf au Crouesty, au cœur du port.

À Sarzeau, le bâtiment Robert Hiebst, entièrement rénové, accueille désormais l'Office de Tourisme dans un cadre à la fois historique et moderne, avec une attention particulière portée à la préservation de la biodiversité locale. Erdeven a, quant à elle, ouvert un nouvel Office de Tourisme au rond-point des Menhirs, dans un bâtiment spacieux et accessible, permettant d'offrir un accueil optimisé et des services adaptés aux attentes des touristes.

À La Trinité-sur-Mer, l'Office de Tourisme a été repensé pour mieux répondre aux besoins des visiteurs, avec des horaires élargis et une offre d'informations enrichie, notamment sur les activités nautiques et le patrimoine local. Enfin, Lorient a déménagé son Office de Tourisme quai de Rohan, dans des locaux rénovés et agrandis, offrant une meilleure visibilité et un accueil optimisé pour les 50 000 visiteurs annuels attendus.

Ces rénovations s'accompagnent de nouveaux services : accueil personnalisé, outils numériques, accessibilité renforcée, et une offre touristique diversifiée, confirmant la volonté des communes du Morbihan de moderniser leur attractivité et de valoriser leur patrimoine.



© LBST



Un guide pour accompagner les acteurs vers des pratiques plus durables

L'association Morbihan Tourisme Responsable (MTR), qui rassemble des professionnels du tourisme morbihannais engagés dans une démarche de responsabilité environnementale et sociale, vient de lancer le *Guide des bonnes pratiques*.

Conçu par et pour les acteurs du territoire, ce guide structuré autour de six thématiques – énergie, eau, déchets, biodiversité, numérique responsable et RSE – propose des conseils concrets, des témoignages et des ressources pour faire évoluer ses pratiques à son rythme.

Accessible en ligne sur le site de MTR, il se veut pratique et interactif, pour informer, inspirer et faciliter le passage à l'action. Cette initiative associative vient enrichir la dynamique territoriale en faveur d'un tourisme plus respectueux, en cohérence avec les ambitions portées par les acteurs publics et privés du Morbihan.

Un outil concret, simple d'accès et utile pour accompagner la transition au quotidien.

www.morbihan-tourisme-responsable.bzh



Zoom sur

Les nouvelles ambitions du tourisme d'affaires

8





Le Covid n'est plus qu'un mauvais souvenir et le MICE (Meetings, Incentives, Conférences & Events) a retrouvé son niveau de 2019 ; même si les professionnels constatent un tassement pour l'année 2025, pénalisée par le contexte géopolitique et les incertitudes économiques. Pour autant, les cinq dernières années ont été riches d'enseignements et le tourisme d'affaires n'est plus le même. Avec la généralisation du télétravail, l'envie de se retrouver physiquement est la plus forte et les réunions virtuelles – pourtant annoncées comme l'avenir - refluent. Et si le futur se déclinait finalement en mode hybride, mêlant les événements en présentiel avec une dose de virtuel ?

Surtout, les tendances constatées avant la crise sanitaire s'amplifient. Les entreprises réclament des expériences plus immersives et participatives, sont attentives aux budgets et, dans une logique RSE, font de la France leur nouveau terrain de jeu. De quoi inciter les régions et départements à faire du tourisme d'affaires leur priorité, à commencer par le Morbihan ; et pousser les professionnels à innover. Des hôtels et lieux événementiels sortent de terre ou se rénovent, des agences et organisateurs d'activités inventent de nouvelles offres, créatives et collaboratives. Un effet de mode, ou une tendance durable ?

Le tourisme d'affaires explore de nouvelles pistes

Le tourisme d'affaires accélère sa mutation pour répondre aux évolutions du marché. La demande pour des événements durables et personnalisés se généralise, les destinations et professionnels adaptent leurs offres, portés par l'intelligence artificielle.

Jour de fête pour le tourisme d'affaires ! Le 24 juillet, l'Etat, les collectivités territoriales et les professionnels signaient le contrat de filière « Tourisme d'affaires et événementiel », reconnaissant ainsi le savoir-faire et le poids du secteur dans l'économie et son rôle dans l'attractivité de la France. « Il permettra de soutenir des événements stratégiques pour les filières et pour les territoires, établir un nouveau standard d'expérience visiteur et promouvoir les innovations » se félicite Philippe Pasquet, co-président de l'Union Française des Métiers de l'Événement. Le Morbihan n'entend pas rater le train. Le département, qui développe le tourisme d'affaires depuis dix ans, en a fait une priorité dans son schéma de développement touristique 2024-2028.

Ce contrat témoigne également de la résilience du secteur, qui a retrouvé ses niveaux d'avant Covid. « Les réunions professionnelles sont irremplaçables pour motiver et gratifier les équipes. Réunir ses salariés permet de recréer des liens dont profitent les entreprises par ricochet, avec un retour sur investissement » note le cabinet Coach Omnium. Pour autant, la crise sanitaire a été un accélérateur d'innovations et un levier d'opportunités, alors que la demande des entreprises a fortement évolué. Elles ont désormais des attentes plus fortes sur le contenu et la valeur ajoutée des événements. Cela se traduit par la recherche de lieux insolites pour offrir aux participants un cadre inspirant, et par un retour en force des team-buildings. Encore davantage aujourd'hui avec le développement du télétravail, qui met à mal la cohésion et la motivation. « Le lieu compte parfois autant que le contenu pour valoriser les manifestations et marquer les esprits » ajoute Coach Omnium. L'hôtellerie - qui a l'avantage de combiner sous un même toit une salle pour travailler, un restaurant et des chambres - a toutefois encore un bel avenir, si l'offre est de qualité. Les adresses récemment ouvertes dans le Morbihan témoignent de la dynamique.



©Studio 4K

Autre tendance forte : une demande croissante pour des séminaires plus durables. Ainsi, selon le cabinet Coach Omnium, les trois-quarts des commanditaires de MICE disent tenir compte de l'impact environnemental de leurs manifestations (contre 2 sur 10 en 2016). Ils privilégient désormais les déplacements en train, incluent des critères RSE dans leur cahier des charges (pour 84 %) et, par ricochet, ont de plus en plus d'exigences à l'égard des prestataires. L'exotisme n'est plus en Andalousie mais dans le Morbihan ! Et si l'on se réunit toujours dans les grandes villes, faciles d'accès et aux fortes capacités hôtelières, le Covid a renforcé la tendance pour des séminaires plus verts et pour des activités participatives, en lien avec la culture des territoires. Sensibles à cette évolution, les régions françaises améliorent et organisent leurs offres, créent des bureaux de convention comme récemment à Lorient et Vannes... Avec l'ambition d'accueillir une clientèle qui génère des recettes deux à trois fois supérieures aux touristes de loisirs et d'allonger la saison car les réunions professionnelles se concentrent au printemps et à l'automne.

Enfin, la crise sanitaire a accéléré la digitalisation du secteur. Les grands équipements (comme les palais des congrès) ont investi dans des matériels permettant d'organiser des réunions hybrides mêlant virtuel et présentiel. Et de nouvelles plateformes - comme Kactus ou Naboo - émergent. Elles agrègent des milliers d'offres (hôtels, lieux événementiels, restaurants, team buildings...) et facilitent la mise en marché de prestataires locaux. Demain, ces derniers vont pouvoir s'appuyer sur l'intelligence artificielle pour améliorer encore leurs offres. Parmi les principaux usages, citons la réalisation de supports visuels, la génération de contenus, les transcriptions des prises de parole en temps réel... Et bientôt, les professionnels utiliseront l'IA pour rédiger les appels d'offre ou créer des événements plus qualitatifs et personnalisés à travers l'analyse des données des participants... Une nouvelle révolution est en marche.

Source : Apprendre et comprendre - ÉTUDE MICE 2025 - Coach Omnium
www.coachomnium.com/bonus/dossier-mice-tourisme-daffaires-de-groupes



©OBH événement



Cédric GUILLOTTIN

Président du Club Morbihan Affaires®

Morbihan Affaires fait la promotion du département auprès des décideurs et fédère les professionnels. Son président – également directeur de Lorient Bretagne Sud Événements - détaille les actions et projets de la structure.

En quoi consiste le Club Morbihan Affaires ?

C'est une association de loi 1901, qui existe depuis onze ans. Elle regroupe une centaine de membres spécialisés dans le tourisme d'affaires : lieux événementiels, hôtels, prestataires de services, agences qui ont l'obligation d'être immatriculés chez Atout France et institutionnels comme les bureaux des congrès et Offices de Tourisme. La cotisation annuelle varie selon la famille de métiers et la taille de l'entreprise. Cette source de financement est complétée par l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan, qui apporte deux soutiens précieux : le premier, essentiel, prend la forme d'un équivalent temps plein pour animer et coordonner nos actions ; le second est une participation de 30 000 € par an, qui permet notamment d'accompagner nos efforts en matière de communication, comme le site internet dédié.

Quelles sont vos missions ?

Dans un secteur de plus en plus concurrentiel, entre les régions françaises et avec les autres pays, le club fait la promotion du département sur le marché du MICE⁽¹⁾ à travers notamment des salons et forums pour rencontrer les prospects, avec pour cibles principales les entreprises du Grand Ouest et de la région parisienne. Autre mission : la mise en réseau des acteurs du territoire afin de susciter le travailler ensemble, favoriser les circuits-courts et améliorer l'offre pour répondre aux exigences des organisateurs. J'aime rappeler qu'un événement n'est que la partie émergée d'un iceberg. Il nécessite un long travail en amont, qui fait intervenir parfois jusqu'à une dizaine de prestataires, de la sécurité au traiteur. Nous avons tous besoins les uns des autres.

Pour renforcer cette dynamique collective, Morbihan Affaires accompagne aussi ses membres avec des formations ciblées. L'objectif ? Les rendre encore plus opérationnels dans leur métier, que ce soit à travers le développement commercial, l'utilisation stratégique de LinkedIn, la maîtrise de Sales Navigator, ou encore l'initiation et l'optimisation de l'intelligence artificielle. Ces outils, adaptés aux enjeux actuels, permettent aux professionnels de gagner en agilité et en compétitivité, tout en consolidant l'attractivité du territoire.

Comment se positionne Morbihan Affaires, face aux bureaux des congrès de Lorient et Vannes ?

Lorient BtoBreizh et See You Vannes ont été créés en octobre 2024 et début 2025, avec pour mission d'attirer les congrès. Ils visent les acteurs du secteur aux règles particulières, avec un maillage plus resserré à l'échelle des agglomérations. Nous sommes complémentaires et travaillons ensemble, comme en juillet 2025 avec l'organisation conjointe d'un éductour qui a permis à une quinzaine d'agences événementielles de découvrir les atouts du territoire. Elles ont visité les structures de Lorient et Vannes, échangé avec les prestataires. D'autres actions communes sont programmées pour 2026 pour gagner encore en visibilité, dans un marché qui ralentit depuis fin 2024. Les entreprises ne veulent pas sacrifier leurs événements, mais diminuent les budgets.

Quels sont les atouts du Morbihan pour attirer les entreprises ?

Elles apprécient de plus en plus les destinations à taille humaine et facilement accessibles, notamment par le train. Notre littoral préservé constitue un aimant puissant, mais il ne faut pas négliger les terres qui attirent les entreprises à la recherche de lieux inspirants, au plus proche des terroirs.

Nous avons également la chance de disposer d'une large palette d'acteurs pour répondre à toutes les demandes, du séminaire au congrès de plusieurs milliers de participants. Enfin, nous profitons d'une montée en gamme de l'offre. Il est exceptionnel de voir autant de nouveautés dans le Morbihan, portées par des acteurs et investisseurs privés, et accompagnés par les pouvoirs publics qui ont fait du tourisme d'affaires une priorité. Cela contribue à l'attractivité du territoire et permet aux acteurs locaux de travailler toute l'année.

Nous profitons d'une montée en gamme de l'offre



(1) Meeting Incentives Conventions Events



➤ Un nouvel Ecrin pour le Haras National d'Hennebont

Inaugurée le 17 octobre, la nouvelle halle L'Ecrin accueille des spectacles équestres toute l'année. Elle permet également de renforcer l'offre en tourisme d'affaires.

Dix ans après avoir racheté le Haras National d'Hennebont, Lorient Agglomération a inauguré la halle équestre baptisée L'Ecrin. Tout en bois, le lieu cosy de 1464 m² s'intègre avec élégance aux bâtiments originaux construits en 1857 à l'époque de Napoléon III, et couronne un site d'exception dédié au cheval. À la place du chapiteau qui avait été dressé provisoirement, L'Ecrin et ses 710 places assises promet un confort accru pour les 50 000 visiteurs qui assistent chaque année aux 110 spectacles imaginés par des compagnies équestres, et renforce l'offre du Haras en matière de tourisme d'affaires.

« Nous accueillons 30 à 40 événements par an, pour l'essentiel des entreprises du Grand Ouest » explique la responsable commerciale Marie BACHY, qui attendait avec impatience cette halle pour voir plus grand. L'Ecrin (jusqu'à 1430 personnes pour un cocktail), complète les autres espaces prestigieux : la Cour d'honneur pour une exposition, un cocktail ou repas (350 personnes), l'Ecurie d'honneur pour des séminaires et soirées (jusqu'à 180 pers.) dans un cadre historique inspirant, et la salle Paddock (35 pers.) pour des réunions feutrées. Ils peuvent se combiner avec un spectacle équestre et une visite privative du Haras qui propose plusieurs autres nouveautés, dont une scénographie repensée de la Sellerie d'Honneur et un étonnant simulateur d'équitation pour galoper sans danger.



© Laure_Dns_Photography

www.haras-hennebont.fr

12

L'agence Balmaga met en scène le Morbihan

L'agence de Lorient a d'abord développé le marché des séminaires. Depuis quelques années, elle mise aussi sur les team-buildings pour séduire les entreprises.

Isabelle SAIL veut faire du Morbihan une terre de séminaires. L'aventure a démarré en 2015, lorsqu'elle crée Balmaga. Aujourd'hui, l'agence de quatre personnes ne manque pas d'idées pour attirer les entreprises. « Elles réclament un retour à la nature. Le Morbihan est un terrain de jeu séduisant, entre son littoral sauvage et son terroir fort en légendes » précise la directrice, qui liste également un accès facile en TGV et de nouveaux lieux et hôtels de qualité pour satisfaire toutes les envies. Si son savoir-faire en termes d'organisation lui a permis de développer d'abord le marché des séminaires, elle innove depuis la crise du Covid avec les team-buildings.



© Balmaga

« J'adore inventer et scénariser, c'est la base de ce métier ». Quizz comme celui organisé au Palais des Arts de Vannes pour 700 personnes, ou Marmiton en chef pour réinventer la cuisine bretonne en brigade... son imagination s'adapte au territoire, de régates en baie de Quiberon en rallyes à vélo dans les terres à la découverte du patrimoine. Adhère à Morbihan Affaires® et des nouveaux bureaux des congrès de Lorient et Vannes, elle apprécie d'échanger avec les autres prestataires pour améliorer constamment son offre. Ainsi ce team building consistant à construire une 2CV en carton avant de se lancer dans une course folle, pour répondre aux nouvelles attentes des entreprises en matière de RSE.

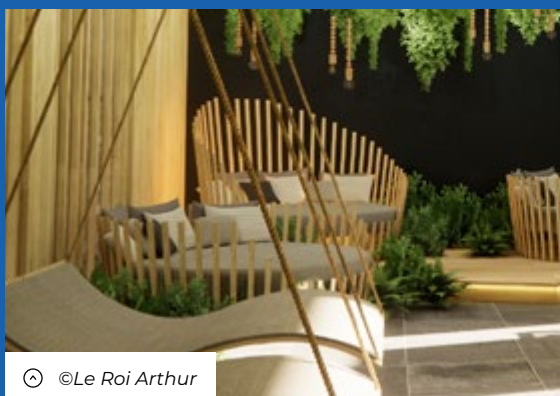
www.balmaga.com

> Le Roi Arthur Hôtel & Spa aux petits soins pour les entreprises

Installé en lisière de la forêt de Brocéliande, l'hôtel compte sur son nouveau spa de 3000 m² pour séduire les entreprises mais aussi la clientèle loisirs en mal de nature.

Dans le Roi Arthur Hôtel & Spa installé en lisière de la forêt de Brocéliande, les entreprises peuvent désormais buller entre deux réunions de travail ! Mi-novembre, l'établissement a inauguré un Nature Spa de 3000 m². Faisant la part belle aux matériaux naturels (bois, ardoise, granit...) pour mieux se fondre dans l'environnement, il accueille également

le restaurant Les Jardins d'Arthur réservé aux amateurs de bien-être. De quoi doper encore davantage le tourisme d'affaires qui représente 70% de l'activité, « mais également attirer une nouvelle clientèle loisirs, des touristes comme la clientèle de proximité » explique le directeur général Gildas MENARD.



© Le Roi Arthur

Le nouveau Spa - le plus vaste de Bretagne - s'inscrit dans un programme d'investissements de dix millions d'euros engagé par Francis TESTA, qui a racheté le domaine en 2022. Le restaurant bistronomique et les 28 chambres de l'hôtel 3* ont déjà été rénovées ; les 45 de l'hôtel 4* (affilié à la chaîne Best Western) le sont partiellement. Ici, les groupes professionnels (d'une taille moyenne de 60 personnes) travaillent dans l'espace séminaire de 650 m² (six salles), avant de pratiquer des activités de team-buildings qui favorisent la cohésion, dans la forêt, sur le lac au Duc ou le golf voisin. Une mise au vert qui séduit de plus en plus d'entreprises en mal de grands espaces.

www.hotelroiarthur.com

13

> Des vents porteurs pour Yellow Impact Sailing

Le loueur de voilier, qui travaille essentiellement avec les entreprises, est récemment devenu « société à mission » avec des engagements RSE forts.

Trois ans après avoir racheté la branche atlantique de Team Winds, puis l'avoir rebaptisé Yellow Impact Sailing, Dimitri CAUDRELIER et Harold BASEDEN ont franchi une nouvelle étape en 2025, en faisant du loueur de voiliers une « société à mission » qui intègre des objectifs environnementaux et sociétaux. Ainsi, l'entreprise - qui dispose de bases à Lorient et La Trinité-sur-Mer - a lancé un programme de rénovation de ses 33 bateaux. « Il permet de prolonger leur durée de vie plutôt

que de les remplacer, pour un moindre impact sur l'environnement » témoigne Jeanne RIOUX, chargée de développement.

De quoi rendre Yellow Impact Sailing encore plus séduisante sur le marché du tourisme d'affaires (80% de l'activité), de plus en plus attentif à la RSE. Le loueur organise chaque année des régates corporatives de 3 à 4 jours qui permettent à des entreprises de s'affronter sportivement et de se retrouver à terre lors d'animations et soirées. En parallèle, il propose des sorties en mer accessibles à tous pour s'initier à la voile avec un skipper, en marge d'un séminaire. L'activité peut se combiner avec des expériences : une dégustation à terre, la visite de la base de sous-marins de Lorient ou une rencontre avec une écurie de course. « À une époque où les entreprises cherchent un sens, les valeurs portées par la voile autour de la cohésion et du travail en équipe font mouche » conclut Jeanne RIOUX.



© Maxime Horville

www.yellow-impactsailing.com



Profil de territoire

AQTA, une nouvelle organisation pour de nouvelles ambitions

La feuille de route de la communauté de communes prône un tourisme plus responsable, avec notamment des Offices de Tourisme qui s'adressent autant aux visiteurs qu'aux habitants.

Réunir les compétences pour gagner en performance... C'est le souhait des élus des 24 communes d'Auray Quiberon Terre Atlantique, avec la récente fusion du service tourisme du territoire qui avait pour mission de définir la stratégie et de la SPL Tourisme qui la mettait en œuvre. Placé sous la direction de Karine ALLIOUX depuis octobre 2024, le nouvel ensemble regroupe 35 permanents, complétés par une trentaine de saisonniers.

14

Cette réorganisation se traduit par une feuille de route réactualisée, avec l'ambition de gommer la barrière entre visiteurs et habitants. « Nous avons fait le choix de diversifier les messages et proposer de nouveaux services dans nos dix Offices de Tourisme dont quatre ouverts toute l'année, afin d'y faire entrer les habitants qui sont nos premiers ambassadeurs » explique Karine ALLIOUX. Inauguré en mai, Erdeven est le premier de ces offices nouvelle génération. Il a déménagé dans une ancienne école et se présente comme un lieu d'accueil et de vie modulable, avec une programmation événementielle (ateliers, conférences, expositions...). D'autres offices seront réaménagés sur ce principe dans les prochaines années, « en donnant à chacun une vraie identité locale ».

Autre chantier : le développement des mobilités douces, à commencer par le vélo. Les offices arborent désormais le label « Accueil Vélo » qui garantit un accueil de qualité aux cyclistes, avec l'ambition d'entraîner les professionnels (hébergeurs, restaurants, sites...) dans leur sillage. Des aires de service conçues pour les cyclistes sont également annoncées dans des points stratégiques, avec informations, stationnements et dépannage, sanitaires... En parallèle, la voie verte V45 qui fait le tour de la Bretagne et traverse le territoire sur 56 kilomètres, bénéficie d'une nouvelle signalétique.



© Simon Bourcier
Morbihan Tourisme

Et pour mieux guider les cyclistes, l'application Loopi recense plusieurs dizaines d'itinéraires.

Enfin, la SPL Tourisme récupère la compétence pour l'encadrement des locations touristiques dans les seize communes qui ont instauré des règles afin de mieux réguler l'activité. Par ailleurs, elle élargit ses missions en englobant l'attractivité. C'est ainsi qu'elle a organisé, en septembre dernier, l'événement « Mégalithes en fête », en collaboration avec l'agglomération de Vannes, pour célébrer l'inscription au patrimoine de l'Unesco des Mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan. Cette inscription devrait se traduire par un développement touristique mesuré, en attirant notamment des étrangers en ailes de saison. La mise en place d'un plan d'actions est annoncée, pour protéger les sites tout en améliorant l'accueil des visiteurs. Déjà, un Eductour a permis d'expliquer les enjeux aux professionnels locaux (un second est annoncé pour le printemps) et une carte a été éditée, pour mieux répartir les flux.



© Laurent Rannou



Cure de jouvence pour Thalazur Carnac

Moteur touristique de la ville, le complexe a bénéficié d'une rénovation totale. Le Directeur de l'Escale Philippe RIO fait le point sur ce projet majeur et ses nouvelles ambitions.

Quels sont les enjeux de la rénovation, tout juste achevée ?

Lorsque Thalazur a repris la gestion de la thalassothérapie de Carnac en 2017, il avait été prévu des travaux. Le site a ouvert en 1978 et nécessitait une rénovation de fond en comble. Il fallait recréer une cohérence entre les différents bâtiments, améliorer le parcours client, faire entrer la lumière naturelle et moderniser les équipements... Avec le Covid, le planning a été repoussé. Finalement, nous avons fermé début 2024. L'hôtel et son restaurant « La Table des Salines » ont rouvert le 1^{er} juillet 2025 et la thalasso le 18 octobre, totalement métamorphosés. Entre matériaux doux et jeux de couleurs qui magnifient les espaces, l'offre est plus qualitative et l'ambiance plus cosy.

En quoi cet établissement est-il important pour Carnac ?

Avec 200 chambres classées 4*, une résidence 3* de 34 appartements et une thalasso qui propose différentes cures et soins pour retrouver la forme, le complexe est le plus gros hébergeur du Morbihan et l'un des moteurs touristiques de Carnac. En 2023, il avait réalisé environ 100 000 nuitées et 40 000 journées-cure. Ouvert toute l'année, il contribue à mieux étaler la fréquentation, à faire travailler les commerçants en dehors de la haute saison. Ils ont pu le constater durant les longs mois de notre fermeture ! À noter que l'hôtel vient d'obtenir le label Clef Verte, qui couronne les efforts réalisés en matière de développement durable.

Quelles sont vos ambitions ?

Elles sont importantes et les premiers résultats vont au-delà de nos espérances. Avant les travaux, 45 % des résidents faisaient une thalasso et 45 % séjournaient uniquement à l'hôtel. Les 10 % restants étaient constitués de groupes et séminaires. À l'intention de ces derniers, nous avons créé un espace de 700 m² équipé de neuf salles, pour des réunions de travail inspirantes. Avec notre forte capacité, nous souhaitons fortement développer le tourisme d'affaires. Nous nous inscrivons également dans l'écosystème touristique en travaillant avec des agences et prestataires locaux qui proposent des activités complémentaires.

L'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO des mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan peut-elle vous aider ?

Elle ouvre de nouvelles opportunités et peut contribuer à faire venir une nouvelle clientèle davantage intéressée par la culture, en dehors de la haute-saison prisée par les familles. Notamment les étrangers, qui perçoivent davantage Carnac comme une étape qu'une ville de séjour. Ils ne représentent que quelques pourcents chez nous, essentiellement des Belges, Anglais et Allemands en juin et septembre. La rénovation de l'établissement participe à la montée en gamme de l'offre engagée partout dans le Morbihan et peut répondre aux attentes de cette clientèle. C'est bénéfique pour la ville et pour le département.

15



Question d'actu

Location touristique

**La loi LE MEUR redessine les règles
du jeu**

Pourquoi cette loi ?

Ce texte répond à un constat : l'essor des plateformes de location de courte durée a, dans certaines zones (urbaines tendues ou littorales très touristiques), contribué à réduire l'offre de logements permanents et à créer des déséquilibres entre tourisme et habitat durable. La loi vise à encadrer davantage les pratiques, notamment pour permettre aux collectivités locales d'agir.

Les mesures clés à connaître

- **Déclaration & enregistrement** : désormais, toute location d'un meublé de tourisme, que ce soit une résidence principale ou non, devra faire l'objet d'une déclaration en mairie, et d'un numéro d'enregistrement. Ce dispositif sera généralisé au plus tard le 20 mai 2026.
- **Durée pour la résidence principale** : La commune peut décider de limiter la location à 90 jours/an au lieu de 120 pour les résidences principales louées à titre touristique.
- **Changement d'usage et urbanisme** : La loi étend la procédure d'autorisation de changement d'usage à tous locaux non à usage d'habitation et renforce la capacité des communes à instituer des servitudes réservant certains secteurs à l'habitation permanente.
- **Performance énergétique (DPE)** : Les meublés de tourisme sont désormais concernés. Depuis 2025, tout logement doit présenter un DPE A à E pour obtenir une autorisation ; à partir de 2034, seuls les meublés classés A à D pourront être loués.
- **Copropriété** : Pour les règlements de copropriété nouveaux, la location touristique doit être spécifiée. Les anciens règlements peuvent être modifiés à la majorité des deux-tiers pour interdire ce type d'usage.
- **Fiscalité**, à compter des revenus locatifs perçus à partir de 2025 :
 - pour les meublés classés / chambres d'hôtes : abattement micro-BIC fixé à 50 % (contre 71 %) dans la limite de 77 700 € de recettes.
 - pour les meublés non classés : abattement 30 % (contre 50 %) dans la limite de 15 000 €.
- **Sanctions** : Amendes renforcées : jusqu'à 10 000 € pour défaut d'enregistrement, jusqu'à 20 000 € en cas de fausse déclaration.



Impacts pour les professionnels

Exploitants de meublés et chambres d'hôtes : l'obligation de vigilance s'intensifie. Il est impératif de :

- Vérifier que votre bien est bien déclaré et qu'un numéro d'enregistrement a été obtenu (ou que votre commune n'a pas encore instauré l'obligation) ;
- Si vous louez votre résidence principale, surveiller la durée maximale autorisée dans votre commune ;
- Anticiper la conformité énergétique de votre logement (DPE) et être prêt à fournir les pièces justificatives ;
- Si le meublé est en copropriété, consulter le règlement et, le cas échéant, prévoir les modifications ou clauses spécifiques relatives à la location courte durée ;
- Assurer une veille fiscale : bien que les abattements micro-BIC ne soient pas encore tous précisément officialisés, une réduction des avantages est prévue.

En résumé

La loi LE MEUR inaugure une nouvelle ère pour la location touristique meublée : davantage de contrôle, davantage d'obligations, mais aussi la reconnaissance d'une activité économique. Pour les professionnels du secteur, cela signifie : anticiper, se mettre en conformité, adapter son modèle et ses pratiques. Même si la mise en œuvre complète s'étale jusqu'en 2026, mieux vaut être proactif que subir un contrôle !

Source : Ministère chargé du logement
25113_GuidePratique2025MeubleTourisme.pdf

Initiatives

Le Morbihan en route vers le label Green Destinations®



Sous l'impulsion de l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan (ADT), le département s'est engagé dans une démarche ambitieuse : obtenir le label international Green Destinations® d'ici 2026. Cette initiative, inscrite dans le Schéma de développement touristique 2024-2028, s'inscrit dans la continuité du programme Green Morbihan®, véritable moteur de la transition durable du territoire.

Ce label, reconnu par le Global Sustainable Tourism Council (GSTC), constitue une référence mondiale en matière de tourisme responsable. Il évalue les destinations selon près de 500 critères regroupés en six grands axes : gestion de la destination, nature et paysages, environnement et climat, culture et traditions, bien-être social, entreprises et communication. Fondé sur les 17 Objectifs de Développement Durable de l'ONU, il valorise les territoires engagés dans la préservation de la biodiversité, la réduction de leur empreinte carbone et la promotion d'un tourisme respectueux auprès des habitants comme des visiteurs.

Depuis le début de l'année 2025, un travail de fond est mené par l'ADT pour structurer la candidature morbihannaise. La première étape, le diagnostic, est désormais achevée. Elle a permis d'évaluer les pratiques existantes et d'identifier les leviers d'amélioration. Place désormais à la deuxième phase : la collecte des pièces justificatives et la rédaction du dossier complet.

Cette démarche repose sur une mobilisation collective : EPCI, Offices de Tourisme, collectivités et partenaires locaux unissent leurs forces pour faire du Morbihan une destination exemplaire. Ensemble, ils valorisent les nombreuses initiatives déjà déployées — protection des paysages, gestion raisonnée des ressources, développement des mobilités douces ou mise en avant des savoir-faire locaux.

Au-delà de la labellisation, l'objectif est clair : affirmer le Morbihan comme un territoire d'excellence touristique et environnementale, où la qualité de vie des habitants se conjugue avec une expérience durable pour les visiteurs.

En route vers 2026, cette dynamique fédératrice témoigne d'une conviction partagée : le tourisme de demain se construira ici, dans le respect de nos paysages, de nos habitants et de notre avenir commun.





L'Office de Tourisme Granville Terre et Mer s'engage pour un tourisme inclusif

La création d'un circuit découverte d'une heure accessible dans la Haute-Ville, inauguré en juin 2025, permet de découvrir les lieux emblématiques du cœur historique : le pont-levis, l'église Notre-Dame du Cap Lihou et les remparts offrant une vue remarquable sur l'archipel de Chausey.

Adapté aux réalités du terrain, cet itinéraire est praticable malgré le relief naturel de la Haute-Ville. Il a été testé avec Sonia ZIDANE, granvillaise engagée dans la vie associative et elle-même en situation de handicap, ses retours ont permis d'identifier les points de vigilance et de préciser les zones d'assistance.

Cette démarche répond à une demande croissante de visiteurs en situation de handicap ou de leurs accompagnants souhaitant accéder au patrimoine de la ville. Elle marque une étape importante dans la stratégie d'accueil inclusif portée par l'Office de Tourisme, qui poursuit son engagement en faveur d'un tourisme ouvert à tous.

Le plan du parcours est disponible en téléchargement sur le site de l'Office de Tourisme dans la rubrique brochures :

www.tourisme-granville-terre-mer.com

La Maison Départementale de l'Environnement et de l'Observation de Valberg : un projet innovant, pédagogique et scientifique

Nichée au cœur des Alpes-Maritimes, la future Maison Départementale de l'Environnement et de l'Observation se prépare à ouvrir ses portes, marquant une nouvelle ère pour le tourisme durable et la sensibilisation à la protection de la nature. Porté par le Département des Alpes-Maritimes et le Syndicat Mixte de Valberg, ce projet ambitieux s'inscrit dans une démarche exemplaire de tourisme quatre saisons, alliant innovation, pédagogie et respect de l'environnement.

Un équipement unique en son genre, labellisé « Bâtiment Durable Méditerranéen » niveau Or pour sa qualité énergétique. Avec 1800 m² dédiés à la découverte des espaces naturels, ce lieu innovant intégrera un dôme immersif de 12 mètres de diamètre, le plus grand du sud-est de la France, un cinéma, une médiathèque, et des espaces d'exposition. Il vise à attirer 50 000 visiteurs par an.

Une entreprise morbihannaise, Multiplast, a contribué à la réalisation technique de la couverture du dôme, démontrant son expertise en composites et son engagement dans des projets d'envergure.

Destiné à tous les publics, ce lieu proposera des séances de planétarium, ateliers pédagogiques, conférences et expositions, renforçant l'attractivité de Valberg toute l'année.

Pour en savoir plus :

www.valberg.com





Avis d'expert



**Matthieu
LE SCANF**
dirigeant de MLS Conseil

Spécialisé dans le conseil en management, Matthieu LE SCANF développe également le label Green Destinations® en France. Il accompagne aussi les organismes territoriaux dans leur politique RSE.

Pouvez-vous nous présenter MLS Conseil ?

J'ai créé MLS Conseil afin d'accompagner les entreprises et organismes territoriaux dans la stratégie et le management à impact positif. L'objectif est de mettre la RSE et le développement durable au cœur du modèle économique pour davantage de responsabilité et durabilité. Le capital humain, en particulier, est un actif stratégique, un moteur de l'organisation qui doit être valorisé, cultivé, développé... J'ai notamment une forte expertise dans le tourisme et l'hôtellerie.

Quel est votre diagnostic ?

La prise de conscience sur la nécessité d'avancer est forte mais les acteurs manquent parfois de méthode et de cadre. De nombreuses réglementations ont été mises en place et les états des lieux sur les volets sociaux et environnementaux se multiplient. Mais souvent, le tourisme n'est pas inclus dans la réflexion globale. C'est un secteur transversal, ce qui complique l'approche. Par exemple, sur le plan climat air énergie territorial (PCAET), obligatoire pour les collectivités de plus de 20 000 habitants, n'inclut pas de volet tourisme. Il est indispensable d'intégrer le secteur dans les comités de réflexion, de décroisonner ce qui fonctionne en silo.

Vous êtes à l'initiative du label Green Destinations® en France...

J'ai fortement contribué à importer le label Green Destinations® créé par une fondation internationale en 2014 et je suis son référent pour la France. Il certifie les entreprises et destinations touristiques selon des critères environnementaux, socio-économiques et culturels. La France est désormais le troisième pays le plus labellisé. La Normandie fut précurseur, suivie par l'Occitanie avec une dizaine de destinations désormais labellisées, la Corse ou encore la Bretagne que j'accompagne, avec sept destinations qui travaillent à améliorer la durabilité de leur tourisme. À travers cette démarche, l'objectif de ces destinations est aussi de créer un effet d'entraînement ; d'encourager les socio-professionnels dans la voie du tourisme durable et responsable, qui n'est pas encore un critère d'attractivité important pour les touristes mais le deviendra dans le futur.

Qu'en est-il du Morbihan ?

La dynamique avec le Morbihan est engagée. Nous avons réalisé un diagnostic de la situation à partir de 84 critères variés : la gouvernance et la gestion de la destination, la préservation et valorisation du patrimoine culturel, l'environnement et le climat, ou encore le bien-être social. Ce dernier point est large car il inclut la qualité de l'emploi et les salaires, la lutte contre les discriminations et l'inclusion pour que le tourisme soit accessible au plus grand nombre, l'acceptabilité du tourisme par les habitants, les prix de l'immobilier...



Saison 2025 : un été en demi-teinte, sauvé par un mois d'août plus souriant

Après un début d'année hésitant et un mois de juillet en retrait, le Morbihan a retrouvé des couleurs en août. D'après le baromètre de l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan, la fréquentation recule de 3 % depuis janvier, mais le ressenti des professionnels reste étonnamment positif : près de 9 sur 10 se disent satisfaits de leur mois d'août.

Hôtels, campings et sites de loisirs ont particulièrement bien tiré leur épingle du jeu, portés par un bon taux d'occupation et une vague de réservations de dernière minute. Les clientèles, françaises comme étrangères, ont toutefois adapté leurs habitudes : séjours plus courts, dépenses contenues et choix tardifs face à l'inflation.

Cette saison « sous tension » illustre bien les nouveaux équilibres du tourisme : des flux un peu moindres, mais des acteurs qui s'adaptent et maintiennent la dynamique. L'arrière-saison — notamment les vacances de la Toussaint — ont apporté un souffle supplémentaire à une année contrastée mais résiliente, avec de bons résultats enregistrés sur la période, puisque 60% des professionnels se déclarent satisfaits.

morbihan-pro.com

Retrouvez le baromètre complet dans la rubrique :
Nos services – Études et chiffres clés

Journée d'étude « Villes et Villages Fleuris »

Organisée par l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan, la journée d'étude « Villes et Villages Fleuris » s'est tenue le 18 septembre dernier, réunissant une soixantaine d'élus et de techniciens engagés pour l'embellissement et la valorisation du cadre de vie. Ce rendez-vous, placé sous le signe du partage d'expériences, a mis en lumière des initiatives exemplaires en matière d'aménagement durable et de biodiversité.



Le Rheu, commune « 4 Fleurs » d'Ille-et-Vilaine, a ouvert la matinée. Cité-jardin de 9 225 habitants, elle mise sur le zéro phyto, l'éco-pâturage et la réduction de la pollution lumineuse. Sa démarche participative invite les habitants à fleurir les pieds de murs, créer des jardins partagés ou pratiquer l'apiculture, dans un cadre propice aux mobilités douces.

L'après-midi, le cap a été mis sur La Gacilly et son Jardin Botanique Yves Rocher : 1500 espèces végétales, un Refuge Biodiversité LPO et un Jardin Hôte pour les espèces menacées. Véritable laboratoire à ciel ouvert, ce site contribue à la recherche en cosmétique végétale et au réseau mondial des jardins botaniques.

Une journée inspirante, symbole d'un engagement collectif pour un environnement plus vert et partagé.

📞 Marjorie COSQUER - 02 97 54 46 10

cosquer-m@morbihan.com

Stratégie

presse 2025

Un voyage de presse dédié au patrimoine mégalithique

L'ADT du Morbihan a organisé, en juin, un voyage de presse dans le cadre de la candidature UNESCO du site des mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan dont l'inscription était attendue pour mi-juillet. Cet événement a permis de renforcer la visibilité de ce patrimoine exceptionnel en rassemblant 7 médias spécialisés dans la culture.

Cibler de nouvelles audiences avec des influenceurs

Sur recommandation de notre agence presse, nous avons invité **Melle Bon Plan**, un duo de créateurs de contenus suivi par une communauté de trentenaires actifs et citadins, sensibles au patrimoine culturel, à la gastronomie et aux escapades accessibles depuis Paris. Leur venue pendant les vacances de la Toussaint a permis de mettre en avant :

- Les Petites Cités de Caractère®
- Le canal de Nantes à Brest
- La forêt de Brocéliande

L'objectif ? À travers une immersion visuelle et narrative, inspirer les voyageurs et leur donner envie de découvrir le Morbihan.

📞 **Contact :** accueil-presse@morbihan.com

Une communication ciblée

Production et diffusion :

- 2 dossiers de presse (janvier et printemps)
- 2 brèves et 3 communiqués diffusés à plus de 500 journalistes pour maximiser la visibilité du Morbihan.
- Actualité locale : 4 communiqués diffusés sur des événements en phase avec les activités de l'ADT, relayés auprès de la presse locale.
- Accueils presse : 10 accueils personnalisés ont été organisés pour des journalistes, leur offrant l'opportunité de découvrir le territoire et de rencontrer des acteurs locaux, afin d'enrichir leurs reportages et articles sur le Morbihan.

Résultats et impact

- Retombées presse 2025 : 18 112 856 €

Cette stratégie, menée en collaboration avec notre agence presse et alliant médias traditionnels et influenceurs, a permis de diversifier les canaux de communication et de toucher de nouveaux publics, tout en mettant en valeur le Morbihan et son attractivité touristique.



1 minute pour séduire : Le Morbihan promeut son territoire avec des vidéos

L'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan affirme sa dynamique de valorisation touristique avec la production d'une nouvelle série de films courts dédiée à la découverte du territoire. Chaque épisode met en avant une destination du Morbihan, ses incontournables et son charme unique.

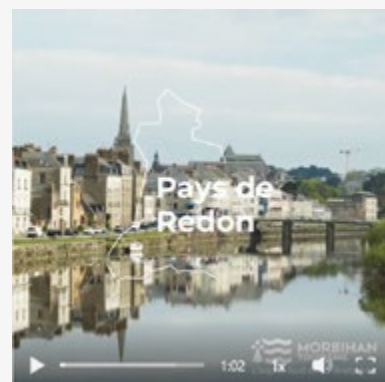
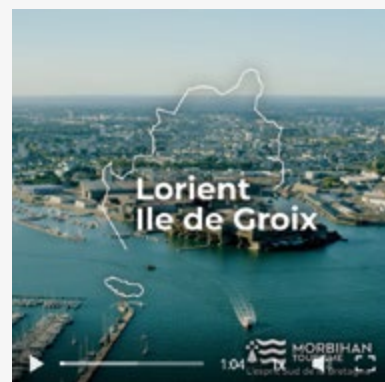
À travers des paysages emblématiques, des rencontres authentiques et des activités insolites, cette collection met en lumière la richesse et la diversité du territoire. Des ruelles d'un village typique aux rivages sauvages du littoral, le spectateur est plongé au cœur d'émotions vraies et d'expériences à vivre.

Réalisée en collaboration avec l'agence Lowup de Vannes, cette production met l'accent sur la découverte et l'émerveillement.

Ces vidéos traduisent la volonté du Morbihan d'affirmer son attractivité et son dynamisme. Une invitation au voyage, à la curiosité et à l'évasion, tout en reflétant l'identité chaleureuse et singulière d'un territoire entre terre et mer.

Une nouvelle vidéo sera dévoilée régulièrement jusqu'en septembre 2026. Une invitation à rêver, explorer et s'émerveiller, encore et encore.

À découvrir sur nos réseaux sociaux et sur morbihan.com



Packs services Morbihan Tourisme

Un accompagnement sur-mesure pour les pros du tourisme

En 2026, l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan franchit une nouvelle étape dans l'accompagnement de ses partenaires avec deux coachings exclusifs intégrés aux Packs Services Premium et VIP. Objectif : renforcer la performance des acteurs du tourisme et leur donner les clés d'une visibilité durable.

Le coaching stratégique touristique propose un diagnostic complet du positionnement, de la communication et de la commercialisation. Chaque professionnel bénéficie d'une analyse personnalisée et de leviers d'action concrets pour améliorer son efficacité et son image en ligne.

Le coaching labels environnementaux, lui, accompagne les structures dans leur démarche de transition : compréhension des labels, choix du dispositif adapté et appui méthodologique pour passer à l'action.

Enfin, l'optimisation des réseaux sociaux vient compléter cet accompagnement : audit, préconisations et conseils d'experts pour transformer sa présence digitale en véritable outil de performance.

22



Une nouvelle photothèque pour l'ADT du Morbihan

Au printemps 2025, l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan a choisi un nouvel outil de gestion de sa photothèque. Après étude des différentes options, les élus ont retenu Piwigo, une solution open source déjà adoptée par plusieurs partenaires touristiques.

Plus de 6 400 photos ont déjà été transférées sur cette nouvelle plateforme ; les imports, l'indexation des photos, le tri et l'organisation des albums sont assurés en interne. Si la priorité était de mettre à disposition en accès libre (hors identification) près de 200 photos, les prochaines étapes visent à sectoriser les albums : un dédié à la presse, un ouvert aux partenaires Packs Services, un réservé aux supports de l'ADT, etc.

L'objectif est de disposer d'un outil unique pour le stockage, le classement et la diffusion des visuels de l'ADT, tout en s'adaptant aux usages et besoins de chaque catégorie d'utilisateurs.

① Accéder à la photothèque : photos.morbihan.com

Le Morbihan séduit les porteurs de projets touristiques

En neuf mois, l'Agence de Développement Tourisme du Morbihan a accompagné 73 porteurs de projets, confirmant l'attractivité du territoire. Qu'ils s'agissent d'indépendants ou de grands comptes, leurs demandes couvrent un large spectre : données d'observation, financement, réglementation, recherche de site d'implantation, etc.

Parmi eux, 52% envisagent une reprise d'équipement existant, 39% une création et 8% une location-gérance, avec un budget moyen compris entre 500 000 € et 1M €. Les trois quarts des projets intègrent désormais une dimension RSE, signe d'une évolution vers un tourisme plus responsable.

Grâce à un partenariat ciblé, l'Agence identifie des porteurs qualifiés pour valoriser sa quarantaine de biens en portefeuille. Des actions de promotion renforcent cette dynamique : pitches investisseurs, communication sur les réseaux sociaux, newsletter... Résultat : 8 visites réalisées, 1 projet signé, 3 en phase avancée, et de nombreux échanges prometteurs.

Cette dynamique s'inscrit dans la durée pour valoriser le territoire et attirer des projets novateurs. Si vous avez connaissance de biens immobiliers ou fonciers disponibles, n'hésitez pas à nous en faire part. À l'inverse, si vous êtes porteur de projet ou investisseur souhaitant s'implanter dans le Morbihan, l'équipe de l'ADT se tient à votre disposition pour vous accompagner.

② Caroline DECURE - 02 97 54 58 10 decure-c@morbihan.com



Bienvenue aux clubs !

©Fun Images



©Morbihan Tourisme



Morbihan : une stratégie concertée pour le **tourisme d'affaires**

Pour renforcer l'attractivité du département sur le segment MICE, Morbihan Affaires®, See You Vannes et Lorient BtoBreizh unissent leurs forces. Réunis à Vannes le 21 octobre 2025, les trois acteurs ont posé les bases d'une coopération structurée, visant une offre affaires plus lisible, cohérente et compétitive.

Cette démarche commune prévoit la mutualisation de certaines actions, communication, formation, événements et la mise en œuvre d'un grand rendez-vous départemental du tourisme d'affaires qui aura lieu à l'Espace événementiel K2 à Lorient le 9 avril 2026.

« L'enjeu est de renforcer la complémentarité entre les territoires et d'optimiser les moyens, au service des entreprises et des organisateurs », souligne Morbihan Affaires®.

Une dynamique collective qui s'inscrit dans une stratégie globale : positionner durablement le Morbihan comme une destination affaires de référence sur le Grand Ouest.

☎ **Georges RIVIÈRE**

02 97 42 61 60

bienvenue@morbihan-affaires.com



**MORBIHAN
AFFAIRES**
Événements & séminaires

Bourse d'échange **du tourisme**

Jeudi 31 mars 2026 au Chorus de Vannes

Un rendez-vous qui devient un véritable workshop !

Événement emblématique du lancement de saison, la Bourse d'échange de l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan et de Loisirs en Morbihan évolue pour aller plus loin dans la mise en relation entre professionnels du tourisme et prescripteurs de sorties. En plus de son rôle historique de bourse d'information touristique, l'édition 2026 prend la forme d'un véritable workshop, favorisant les rencontres directes avec les CSE, clubs de séniors, animateurs d'EHPAD et centres de loisirs du Morbihan.

Cette ouverture vers de nouveaux relais de clientèle renforce la dimension économique de l'événement : les sites de loisirs, musées, châteaux, croisiéristes ou activités de plein air y trouvent désormais des opportunités concrètes pour développer la fréquentation de groupes et dynamiser la basse saison.

Toujours fidèle à son esprit collaboratif, la Bourse d'échange reste un temps fort pour échanger la documentation, valoriser l'offre touristique du territoire et créer des partenariats durables au service d'une saison 2026 placée sous le signe de la synergie et de l'efficacité commerciale.

☎ **Georges RIVIÈRE**

02 97 42 61 60

loisirs-morbihan@morbihan.com



**LOISIRS
MORBIHAN**
Sorties • Visites • Activités

2026

BRETAGNE 

Packs services

Profitez de nos services
et boostez votre visibilité !

Offres pour les
professionnels
**hébergements
& loisirs**



morbihan.com



MORBIHAN
TOURISME

L'esprit Sud de la Bretagne