



MORBIHAN
TOURISME

L'esprit Sud de la Bretagne





Rapport d'activité 2025



2025, un millésime exceptionnel !

Nous voilà de nouveau réunis pour jeter un regard rétrospectif sur l'exercice écoulé.

Par-delà les actions riches et diversifiées que vous retrouverez dans ce rapport d'activités détaillé, je voulais revenir sur l'esprit qui a conduit l'équipe de l'ADT, son CA et l'exécutif départemental a opéré le choix des actions qui vous sont présentées dans ce document.

Dans un contexte budgétaire difficile, le département a demandé à l'ensemble de ses services et satellites un effort budgétaire de 10% au BP 2025.

Cet effort conséquent mais nécessaire, s'est traduit par une baisse de 200K€ de subvention pour l'ADT. Aussi, il a été décidé de couper dans les dépenses de communication et notamment dans la campagne TV nationale.

Cette décision nous a conduit pour suppléer la TV, à mettre en place une campagne nationale en affichage digital à la Gare Montparnasse et La Défense, nonobstant les dispositifs digitaux classiques très performants.

Il faut noter que la baisse d'investissement publicitaire a été compensée par une couverture médiatique exceptionnelle du Morbihan au travers de 3 grands événements en 2025 :

- La nouvelle édition de la Semaine du golfe du Morbihan
- L'inscription des mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan au patrimoine mondial de l'UNESCO
- Le Tour de France Féminin Zwift

Cette stratégie globale aura généré près de 18 M€ de Contre-Valeur Publicitaire en 2025.

Bien évidemment, toutes les actions menées par les services communication & digital, développement & marketing et promotion commerciale, sont le fruit d'un engagement sans failles d'une équipe totalement engagée au service des professionnels, des OT et des territoires, des filières comme des clubs.

Alors, un immense merci à cette équipe et ses managers qui œuvrent au quotidien à la promotion et au développement touristique du Morbihan.



01 La communication & le web



02 La promotion commerciale



03 Le développement & marketing



04 Les clubs



An aerial photograph of a coastal scene. In the center, a small, grassy island with some rocks is surrounded by clear, turquoise water. Several kayakers in colorful kayaks (red, orange, blue) are paddling in the water. A small white boat is visible further out. The background shows a larger body of water and a distant shoreline with trees and buildings under a clear blue sky.

~ **LA COMMUNICATION
&
LE WEB**



Une communication grand public toute l'année

En 2025, 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, en fil rouge ou en temps forts, le Morbihan fait parler de lui et dispose ainsi d'une visibilité sur le long terme.

A cela se sont ajoutées **deux périodes de prises de parole plus offensives**, en avant-saison, pour favoriser les réservations estivales.



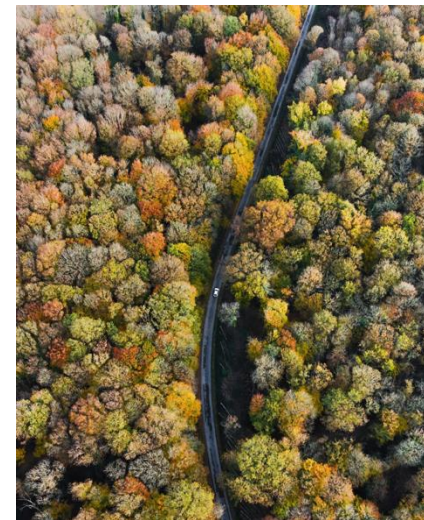
©Killian David / OT Carnac



©Yohann Hamonic



©Simon Bourcier




©Thibault Poriel



Les relations presse



 **En 2025**, c'est l'agence Sylvie Blin qui a été retenue via appel d'offres, pour optimiser les relations presse de l'ADT.

SYLVIE BLIN BUREAU DE PRESSE

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



ACTIONS

Dossiers de presse - Communiqués – Brèves - Voyage de presse - Accueils Journalistes



Trois dossiers de presse



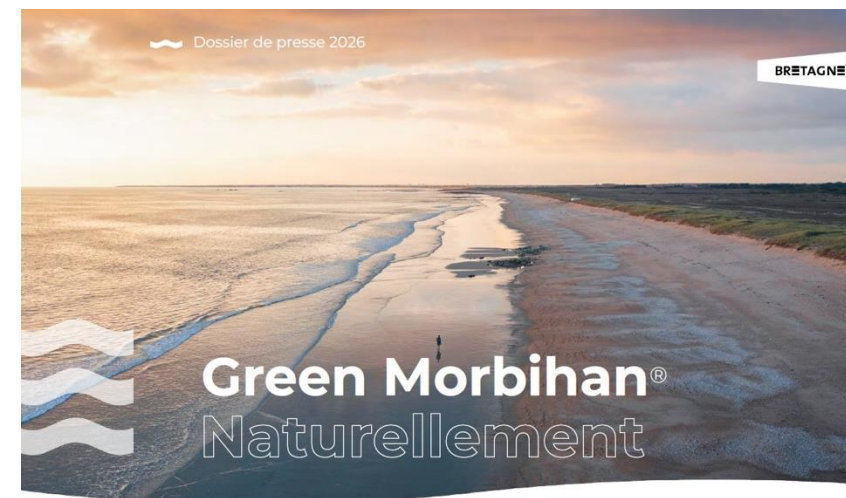
Contacts Presse :
Paris : Sylvie Blin - T : 06 08 53 50 34 - sylvie@sylvieblin.com
Morbihan Tourisme : Armelle Jouan - T : 06 89 35 35 07 - jouan-a@morbihan.com

Diffusion à 970 contacts



Contacts Presse :
Paris : Sylvie Blin - T : 06 08 53 50 34 - sylvie@sylvieblin.com
Morbihan Tourisme : Armelle Jouan - T : 06 89 35 35 07 - jouan-a@morbihan.com

Diffusion à 850 contacts



Contacts Presse :
Paris : Sylvie Blin - T : 06 08 53 50 34 - sylvie@sylvieblin.com
Morbihan Tourisme : Armelle Jouan - T : 06 89 35 35 07 - jouan-a@morbihan.com

Diffusion à 480 contacts



Des communiqués de presse et des brèves

Communiqué - JUIN 2025

Maison Ojigi au cœur du Morbihan



Contacts Presse :
Paris : Sylvie Blin - T : 06 08 53 50 34
sylvie@syvblin.com
Morbihan Tourisme : Armelle Jouan - T : 06 89 35 35 07
jouan-a@morbihan.com

Diffusion à 470 contacts

Communiqué - automne 2025

Vannes est une fête !



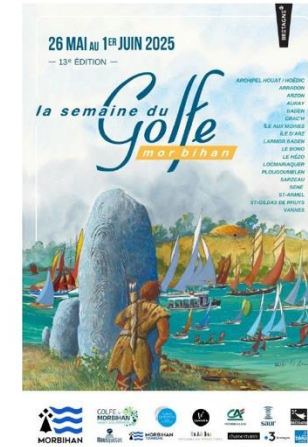
Diffusion à 580 contacts

Communiqué - 15 JUILLET 2025

Entourés de leur mystère, les mégalithes entrent à l'UNESCO



Diffusion à 600 contacts



BREVE MORBIHAN TOURISME - 15/05/2025

La Semaine du Golfe pour tous les amoureux de la mer...

Prestigieux rendez-vous européen des voiliers du patrimoine depuis plus de 20 ans, la nouvelle édition de la Semaine du Golfe se tiendra du 26 mai au 1^{er} juin.

Tous les deux ans, plus d'un millier de bateaux traditionnels et classiques ont rendez-vous dans le Golfe du Morbihan pour un spectacle grandiose.

Les équipages se déplacent en flottilles, de port en port, manœuvrant selon les vents et les courants.

Chaque soir, les ports s'animent, marins et passionnés se rassemblent, accueillis par les communes côtières et insulaires, entraînant cette année les îles de Houat et de Hoëdic venues rejoindre l'île aux Moines et l'île d'Arz.

Une belle occasion d'admirer les fleurons du patrimoine maritime en profitant de cette ambiance festive avec fanfares, chants de marins, expos sans oublier les pavillons qui claquent au vent. C'est tout le Golfe qui est à la fête !
On ne rate surtout pas la Grande Parade samedi 31 mai !

<https://morbihan.com/la-voir-a-voir/agenda/les-grands-evenements/les-evenements-nautiques>
<https://morbihan.com/la-voir-a-voir/la-voir-a-voir/la-voir-a-voir>

CONTACTS PRESSE : Paris : Sylvie Blin - T : 06 08 53 50 34 - sylvie@syvblin.com
Morbihan Tourisme : Armelle Jouan - T : 06 89 35 35 07 - jouan-a@morbihan.com



BREVE MORBIHAN TOURISME 03/11/2025



@haras-eghe-h. Saint-Maur

Nouveau au Haras d'Hennebont

L'Écrin vient d'ouvrir, une halle XXL pour célébrer l'art équestre

Lieu historique et prestigieux depuis sa création en 1857, le Haras national d'Hennebont est l'un des plus réputés de France. Il est aussi reconnu comme le berceau des imposants chevaux de trait bretons. Aujourd'hui, le Haras accueille plus de 70 000 visiteurs par an, 120 spectacles, des résidences artistiques et 4 500 cavaliers lors de manifestations sportives.

Témoignage emblématique du patrimoine équestre, il déroule son histoire au gré d'un parcours « impérial » de visite interactif dans les écuries centenaires. On apprend dès l'écurie d'honneur que Napoléon III en fut l'initiateur.

Le haras prend une nouvelle dimension avec l'Écrin, une halle monumentale pouvant accueillir jusqu'à 700 personnes assises, tout fraîchement inaugurée.

Conçue par K Architectures, cette halle XXL de 1500 m², avec sa charpente en bois haute de 17m soutenue par 12 arches de 40m, est juste époustouflante !

Ce bâtiment unique en France dédié aux spectacles équestres est en phase de devenir une référence nationale. De prestigieux spectacles sont d'ores et déjà programmés en 2026.

<https://www.haras-hennebont.fr/fr/le-cin-nouvelle-halle-de-spectacles>



CONTACTS PRESSE :
SYLVIE BLIN - T : 06 08 53 50 34 - sylvie@syvblin.com
MORBIHAN : ARMELE JOUAN - T : 06 89 35 35 07 - jouan-a@morbihan.com

Diffusion à 500 contacts

Diffusion à 80 contacts

Un voyage de presse collectif

Dans le cadre de la candidature des mégalithiques de Carnac et des rives du Morbihan à l'inscription sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, un voyage de presse a été organisé les 4 et 5 juin 2025.

Cet événement, intitulé « Les mégalithes, destination UNESCO 2025 », a permis de mettre en lumière l'importance historique et culturelle des alignements de Carnac, du Cairn de Gavrinis et du géant de Locmariaquer, témoins exceptionnels du Néolithique.

Porté depuis 2013 par l'association « Paysages de Mégalithes », ce projet de candidature a mobilisé les acteurs locaux et les médias en amont de l'annonce officielle, prononcée mi-juillet 2025.

6 journalistes étaient présents lors de ce Voyage de Presse

LE FIGARO <i>PQN, 126.622 ex, Audience : 1.664.000 personnes</i>	BORDENAVE Vincent
HISTOIRE MAGAZINE <i>Trimestriel, 18.000 ex, Audience : 89.880 pers.</i>	DUTOT Sylvie
LE JOURNAL DES ARTS <i>Bimensuel, 26.600 ex, Audience : 133.000 pers.</i>	KRAUZE Marion
ARCHEOLOGIA <i>Mensuel, 50.000 ex, Audience : 140.000 pers.</i>	TILLIER-CHEVALLIER Alice
ARKEO, HISTOIRE JUNIOR <i>1er : Mensuel, 40.000 ex, Audience : 199.600 pers.</i> <i>2ème : Mensuel, 35.000 ex, Audience : 174.766 pers.</i>	CHARAUDEAU Gabrielle
CA M'INTERESSE HISTOIRE <i>Bimestriel, 120.000 ex, Audience : 599.199 pers.</i>	KUBIAK Valérie



INVITATION VOYAGE DE PRESSE 4 et 5 juin 2025 Les mégalithes, destination UNESCO 2025

Du haut de leur 7 000 ans d'histoire, menhirs, dolmens, cromlechs et tumulus sont parvenus jusqu'à nous, marquant les paysages et l'histoire de l'humanité dans le Morbihan. Voilà bien longtemps qu'on attend que ces célèbres alignements soient inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO et la reconnaissance est un long parcours.

A l'initiative des acteurs du territoire, l'association « Paysages de Mégalithes de Carnac et des Rives du Morbihan » porte le projet depuis 2013 et l'annonce est attendue mi-juillet 2025.

Nous vous invitons à un voyage étonnant et spectaculaire au Néolithique qui nous mènera des 3 000 menhirs de Carnac au Cairn de Gavrinis dans le Golfe du Morbihan en passant par le géant de Locmariaquer.

Espérant avoir le plaisir de vous retrouver, nous vous remercions de bien vouloir nous informer de votre présence (nombre de places limitées).

Bien amicalement
Sylvie Bin

Programme en PJ



CONTACT PRESSE : SYLVIE BLIN - T : 06 08 53 50 34 - sylvie@sylviebin.com



Des accueils presse individuels

- **Le Figaro** – Avril : Week-end à Vannes
- **Pleine Vie** – Avril : Golfe du Morbihan
- **Point de Vue** – Avril : Le bateau Flo
- **Daily Telegraph** – Juillet : Festival Photo La Gacilly
- **Géo Histoire** – Septembre : Mégalithes
- **France 3 - Météo à la carte** – Septembre : le cidre Guillevic à l'honneur
- **Guide du Routard** – Octobre : Mégalithes de Carnac
- **La Tribune Dimanche** – Novembre : Découverte du Haras National d'Hennebont



Travel > Europe > France
The little French town showing us all what it means to be British
Quaint La Gacilly is currently the unlikely home of a photographic exhibition dedicated to British eccentricities



On the back wall of the old stone house overlooking a tiny square, a red Routemaster bus is holding pride of place...

Un partenariat avec des influenceurs pour de la création de contenus

Dans le cadre de la stratégie de communication de Morbihan Tourisme visant à développer sa notoriété auprès d'une cible jeune, l'ADT a collaboré avec deux influenceurs d'envergure nationale : @mellebonplan et @nicolasdiolez. L'objectif principal était d'accroître la visibilité du Morbihan en accédant à leurs communautés actives sur les réseaux sociaux, et de valoriser la destination à travers la rédaction d'articles de blog qui seront publiés à l'automne 2026.

Les influenceurs ont découvert le Morbihan via le canal de Nantes à Brest, les Petites Cités de Caractère® et la forêt de Brocéliande. L'objectif : mettre en lumière le patrimoine, la gastronomie et les légendes, afin de susciter l'envie de visite chez leurs abonnés.

Audience et résultats attendus Le blog de @mellebonplan enregistre 15 000 visiteurs uniques et 25 000 pages vues par mois. Son audience, majoritairement francophone et âgée de 25 à 40 ans, est composée en grande partie de femmes ou de couples.

3 jours/2 nuits

Vannes – Rochefort-en-Terre – Brocéliande - Josselin



55 stories : entre 1 800 et 3 350 vues



1 post : 2635 vues



1 tweet : 300 vues



Le guide voyage et bonnes adresses d'un couple d'épicuriens



Des retombées presse

En 2025, 555 retombées presse dont des TV et radios nationales pour une équivalence publicitaire de **18,3 millions d'euros** (x5 vs 2024) témoignant de l'impact économique et touristique de ces relations presse.

La couverture médiatique a permis de renforcer la notoriété du Morbihan.

Presse écrite
248 publications

Télévision
55 publications

Radio
41 publi

Web
211 publications

- **Presse écrite** : 248 publications (La Tribune Dimanche, Point de Vue, Détours en France, Histoire Junior, Maisons Côté Ouest, Rustica, Challenges...)
- **Web** : 211 publications
- **Télévision** : 55 publications (France 3, TF1, France 2, France 5..)
- **Radio** : 41 publications (Europe 1 - Balades en France, France Culture-Entretien Archeo)





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 les partenaires touristiques du Morbihan (106 en 2025), ce guide promotionnel offre une visibilité exclusive à ceux ayant souscrit aux packs services premium ou VIP.

Il constitue ainsi un support de communication privilégié pour promouvoir les offres touristiques de la région et renforcer le partenariat de l'ADT avec les acteurs locaux.



Fréquence annuelle : mars 2025

Cible : grand public

Tirage : 80 000 exemplaires

Nombre de pages : 80 pages

Format : A5

Nombre de partenaires : 106

Langue : français et anglais

Diffusion : les partenaires, les Offices de Tourisme, les hébergeurs

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

 2025 

BRETAGNE 

Mes sorties & loisirs en Morbihan



Carte touristique & randonnées en Morbihan

Cette publication bisannuelle destinée au grand public, présente ce qu'il y a à voir et à faire dans le département.

Fréquence : bisannuelle – Parution mars 2024

Cible : grand public

Tirage : 250 000 exemplaires

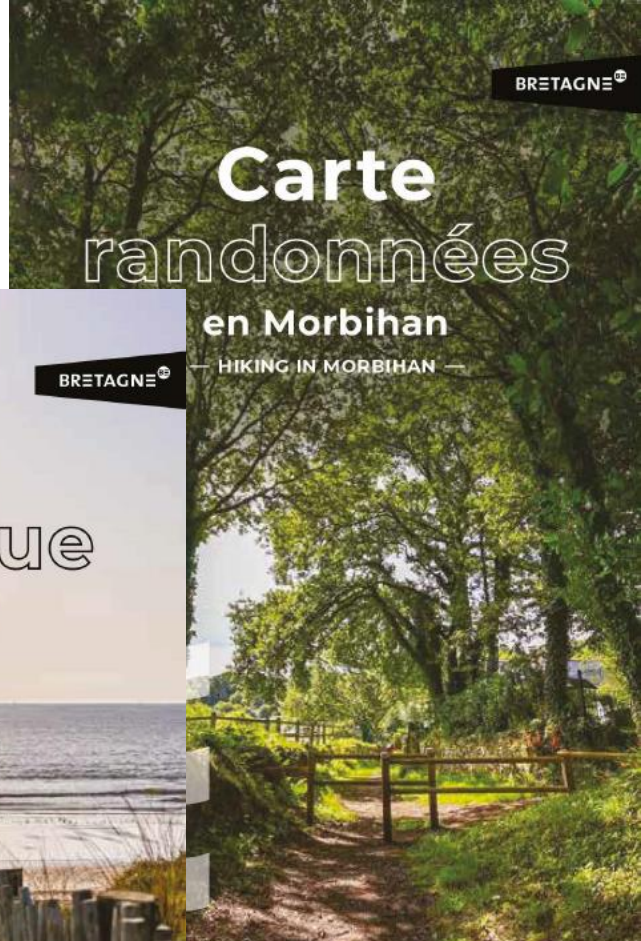
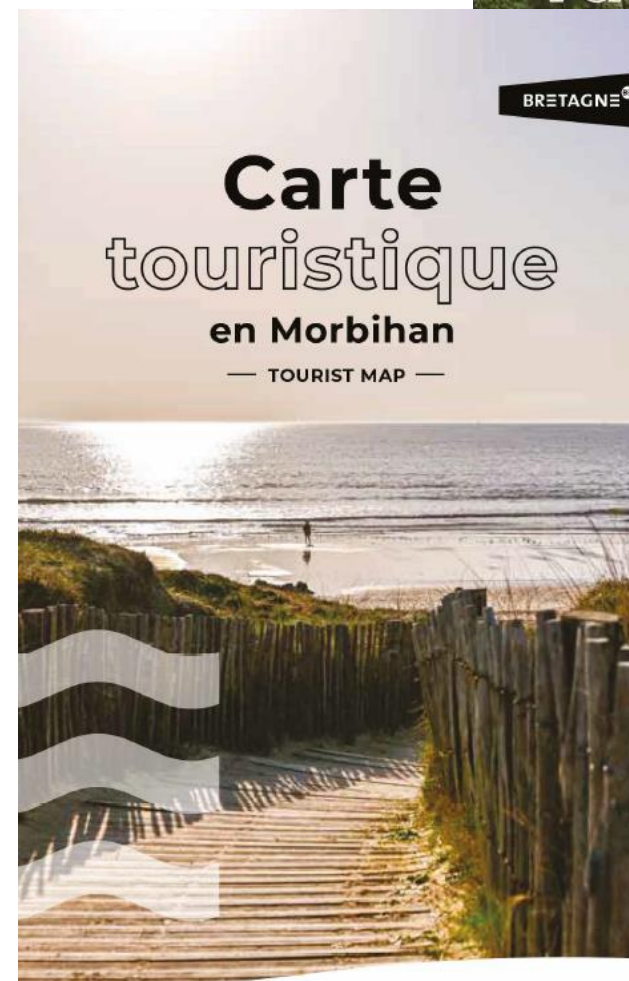
Format : 770 x 598 mm

Langue : français et anglais

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



Fin 2025, la mise à jour de la carte touristique et randonnées du Morbihan a été réalisée avec le concours de nos partenaires du réseau randonnées Morbihan et Bretagne, des Offices de Tourisme du Morbihan et des services du Conseil départemental du Morbihan, afin d'en faire un tirage en 2026.



morbihan.com





Le SIT



Un Système d'Informations Touristiques collaboratif : Tourinsoft

A ce jour, **9 offices de tourisme utilisent quotidiennement la base de données régionale.**

2025 a été une année riche d'évolutions et de collaborations sur la base de données régionale :

- Au niveau national, le SIT a connu plusieurs **refontes** comme celle de la **médiathèque** et celle du **VIT** (l'extranet pro de Tourinsoft, l'outil qui permet aux professionnels de gérer eux-mêmes leurs informations touristiques sur morbihan.com et les sites des partenaires). L'intelligence artificielle y est désormais intégrée.
- Au niveau régional en collaboration avec le CRT et les 4 autres départements, **la charte de saisie de Tourinsoft a été finalisée** et diffusée à tous les offices de tourisme de Bretagne présents sur la base de données. Également, une réflexion a été menée sur Datatourisme et la diffusion au niveau national des données touristiques de la Bretagne a été élargie.



Un Système d'Informations Touristiques collaboratif : Tourinsoft

- Pour le Morbihan, **l'extranet VIT** a été lancé en mars 2025. Il est utilisé par l'ADT et 3 offices de tourisme : Carnac, Baie de Quiberon et Roi Morvan Communauté.



Partenaires Morbihan Tourisme,
gérez vous-même vos informations touristiques
sur morbihan.com*

outil disponible gratuitement 24h/24

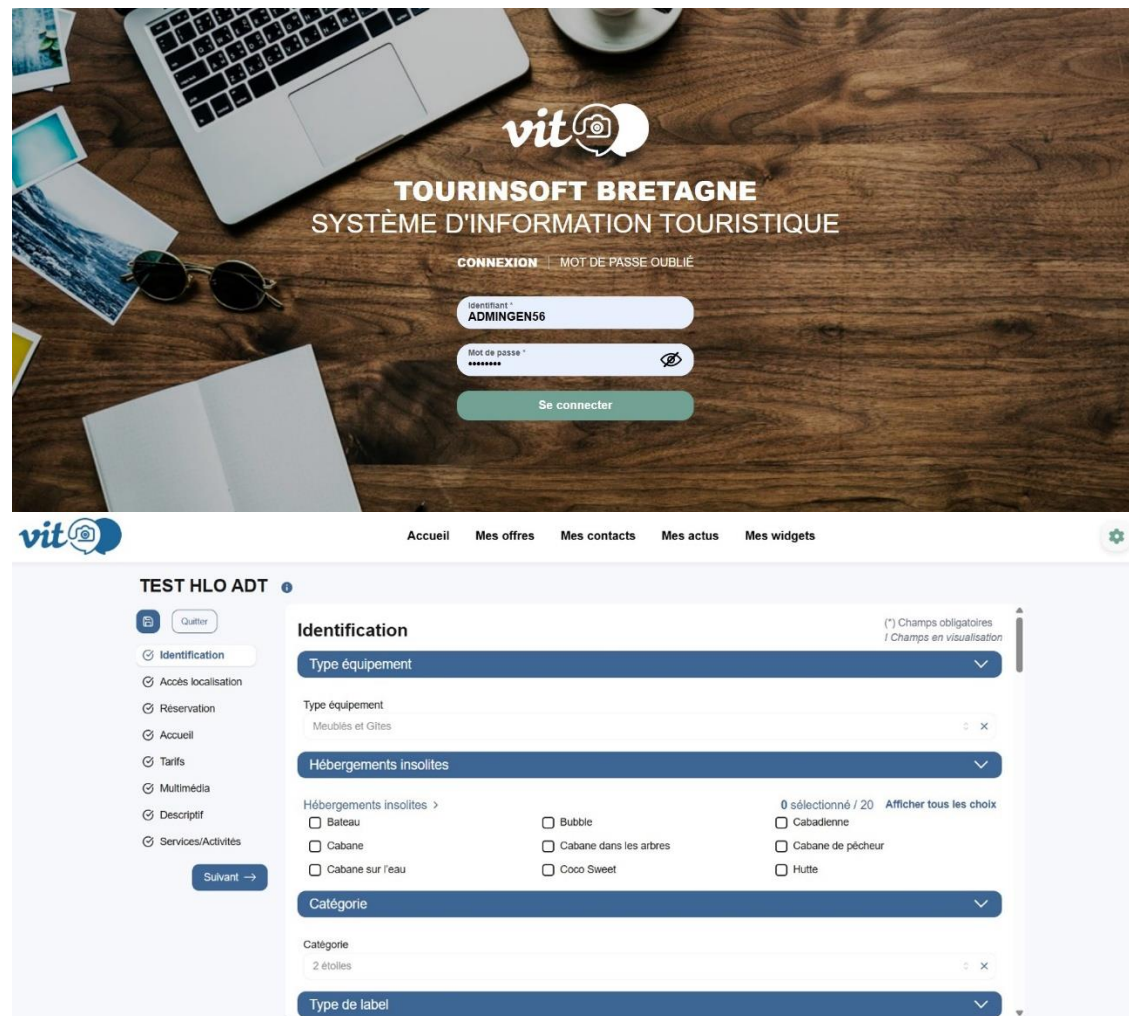
accès unique pour vos établissements

des informations actualisées pour une meilleure visibilité

Plus d'infos >>

*selon territoires et adhésions

Coté animation du réseau départemental, l'ADT a mis en place une **plateforme de maintenance** (Zoho) à disposition des OT, des **RDV et formations en one-to-one** ont pu avoir lieu et une **rencontre départementale annuelle** s'est tenue en décembre.



vit @

TOURINSOFT BRETAGNE
SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE

CONNEXION MOT DE PASSE OUBLIÉ

Identifiant *
ADMINGEN56

Mot de passe *

Se connecter

vit @

Accueil Mes offres Mes contacts Mes actus Mes widgets

TEST HLO ADT

Quitter

Identification

Accès localisation

Réservation

Accueil

Tarifs

Multimédia

Descriptif

Services/Activités

Suivant →

Identification (*) Champs obligatoires / Champs en visualisation

Type équipement

Type équipement

Meublés et Gîtes

Hébergements insolites

Hébergements insolites >

Bateau Bubble Cabane dans les arbres Cabane de pêcheur

Cabane Cabane sur l'eau Coco Sweet Hutte

0 sélectionné / 20 Afficher tous les choix

Catégorie

Catégorie

2 étoiles

Type de label



Le site web morbihan.com





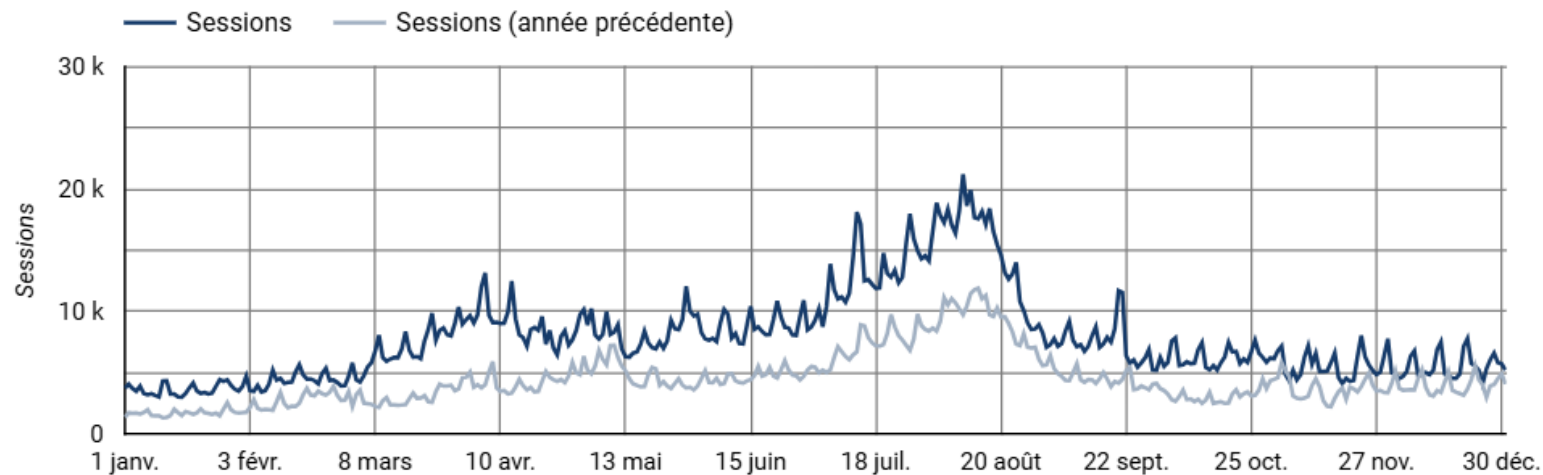
morbihan.com : un trafic en nette progression

Le nouveau site internet morbihan.com a deux ans. Le trafic connaît une nette progression depuis que la nouvelle version a été inaugurée en décembre 2023.

En 2024, on comptabilisait 1,4 million de visiteurs pour plus de 2,1 millions de sessions, soit des chiffres en hausse par rapport à 2023 malgré la refonte de l'écosystème digital.

Cette année 2025, morbihan.com a passé le cap des **2 millions de visiteurs pour 2,8 millions de sessions**. On compte aussi 4 millions de pages vues et un taux d'engagement de +54%. Le référencement naturel rapporte 70% du trafic et le site est majoritairement visité sur mobile (+75% des sessions).

Cette évolution est le fruit d'un travail quotidien de l'équipe web de l'ADT, combiné à l'expertise de notre agence web Cybercité qui nous accompagne depuis début 2025 sur la stratégie digitale et webmarketing.



Evolution des sessions sur morbihan.com, entre 2024 et 2025



menu

Accueil

Venir ici ▼

Séjourner ▼

À faire ▼

Déguster

Pratique ▼

Morbihan Affaires

Green Morbihan®

Des actions pour une optimisation du site

Pour cette première année de collaboration avec Cybercité, plusieurs actions ont été mises en place en 2025 pour l'amélioration du trafic sur morbihan.com :

- Audit des actions SEO
- Audit sémantique de conquête
- Listing détaillé de toutes les actions SEO par mots-clés
- Lots de briefs d'optimisation de pages existantes
- Lots de contenus pour nouvelles pages à créer

Autres actions internes :

- L'ADT du Morbihan a également entamé une démarche de mise en conformité **RGAA** pour morbihan.com : formations et premières corrections. Cette démarche a pour but de préparer l'audit prévu en 2026 et de rendre le site plus accessible à tous les handicaps et à tous les internautes.
- **L'espace Green Morbihan®** du site a été entièrement revu pour mettre en lumière les offres du Morbihan labellisées et présenter la marque portée par l'ADT.



Green Morbihan® :

Vivez des vacances plus durables en Bretagne

Vous rêvez de vacances au cœur d'une nature préservée, entre terre et mer, dans une destination durable qui s'engage activement pour l'environnement ? **Green Morbihan®** incarne un tourisme plus durable en Bretagne en sélectionnant des adresses inscrites dans une **démarche de labellisation environnementale** : hébergements écoresponsables, activités de plein air respectueuses de la nature et des restaurants privilégiant les circuits courts et soucieux de la qualité de leurs produits.

Des newsletters grand public

Environ **6154 contacts** sont destinataires de cette newsletter chaque mois. Le taux moyen d'ouverture est de **49,54%**.

Le taux d'ouverture est en légère baisse en septembre et octobre et en hausse en janvier et mai.


Voir dans le navigateur

BRETAGNE

MORBIHAN TOURISME
L'esprit Sud de la Bretagne

Venir ici Séjourner À faire


Nos idées romantiques pour la Saint-Valentin



Partagez un instant unique avec l'être aimé : nuit insolite, dîner romantique ou instant bien-être... Nous avons réunis pour vous toutes les cartes cadeaux pour profiter pleinement du Morbihan à deux... même en dernière minute

Dites-lui "da garan"

C'est de saison : quelles activités pendant les vacances ?




Voir dans le navigateur

BRETAGNE

MORBIHAN TOURISME
L'esprit Sud de la Bretagne

Venir ici Séjourner À faire

Vibrez au rythme des festivals bretons !



Amateur de jazz, de rock ou de musique traditionnelle, les pieds dans le sable ou dans l'herbe fraîche... Profitez cet été des festivals du Morbihan : Fête du Bruit, Festival Interceltique de Lorient, Vannes Echos Jazz, Pont du Rock... À vous de choisir ou de tout découvrir !

Entrez dans la danse

C'est de saison : réservez votre location avec Gîtes de France




Voir dans le navigateur

BRETAGNE

MORBIHAN TOURISME
L'esprit Sud de la Bretagne

Venir ici Séjourner À faire


Landes, mégalithes et villages de caractère en Pays de Redon



A cheval sur l'Île-et-Vilaine, le Morbihan et la Loire-Atlantique, le Pays de Redon concentre de magnifiques paysages bretons au cœur de la vallée de la Vilaine. Découvrez un pays d'eau, de landes et de pierres. Profitez des petits bourgs de campagne. Échappez-vous jusqu'aux landes de Saint-Just ou sur l'Île-aux-Pies. Enfin, au port de Redon, goûtez au charme maritime d'une balade en bateau... Vous voici prêt à larguer les amarres au pays des sept rivières !

Ambiance maritime et patrimoine historique

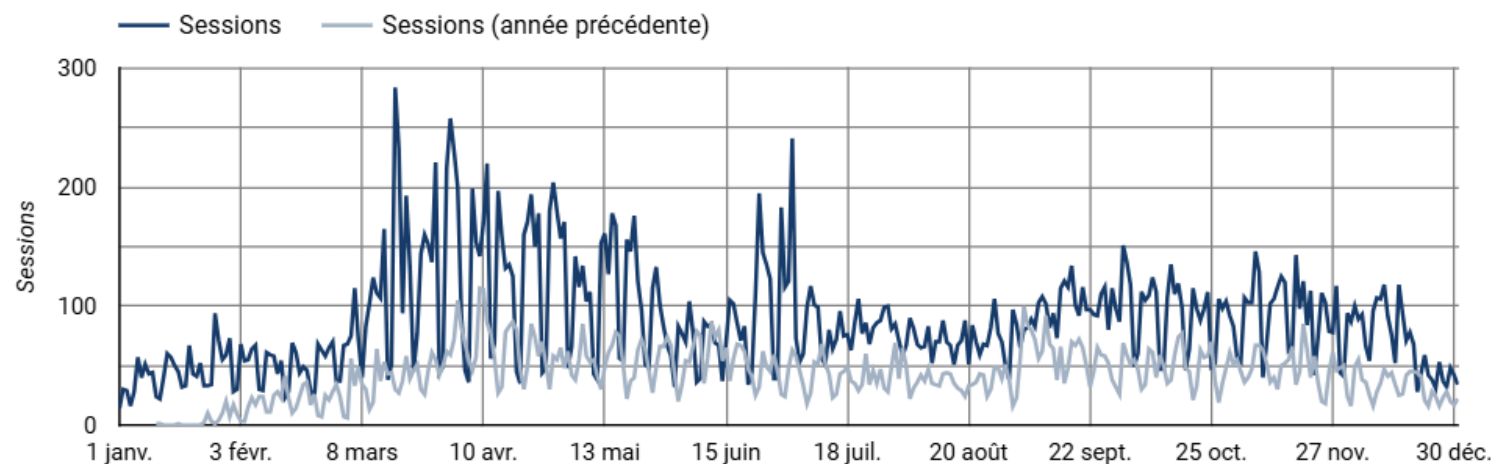
C'est de saison : Les randonnées automnales



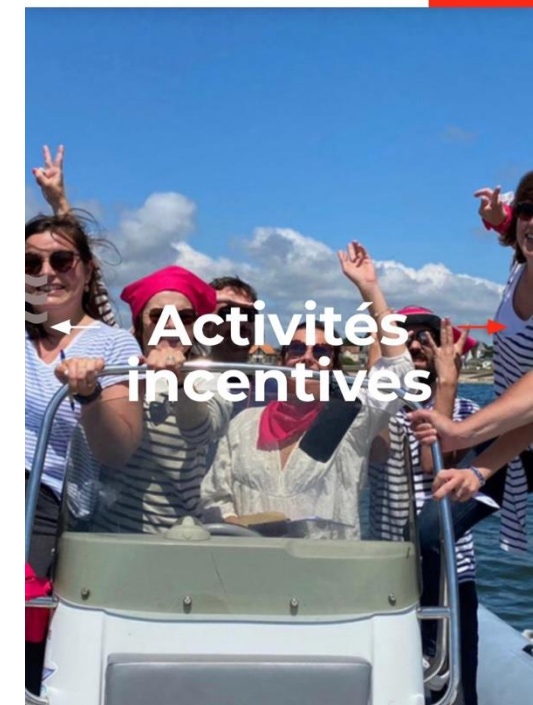
L'espace affaires sur morbihan.com

L'espace affaires, inauguré fin janvier 2024, a connu également une **nette amélioration du trafic**. Suite aux recommandations sur mesure de l'agence Cybercité et au travail mené par l'ADT, on comptabilise plus de **31 235 sessions**, **44 000 vues** et plus de **27 000 utilisateurs**.

L'obtention du trafic se fait à 58,5% par le SEO et à 20,6% par le SEA. Le site est majoritairement visité sur mobile (à 57%).



Evolution des sessions sur morbihan-affaires.com, entre 2024 et 2025



Espace affaires

Organisez votre évènement ▼

Lieux de réunion et évènementiels ▼

Idées de séminaires ▼

Les principales destinations ▼

Pratique ▼

Morbihan Tourisme



Les réseaux sociaux



Facebook

470 000 followers (+ 12 800 vs 2024)

129 publications

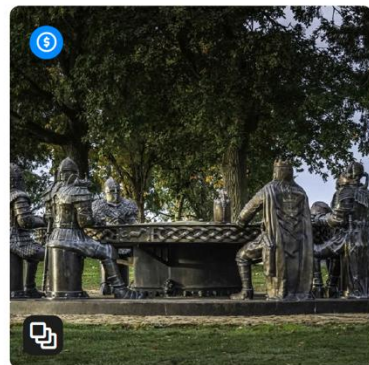
Taux d'engagement moyen par publication : **1,63 %**

Taux d'engagement moyen sur portée : 5,34 %

morbihantourisme



Posts les plus engageants



9.4K 522 27.6K



18.2K 397 53.8K



655 45 10.3K



880 27 5.6K



Instagram

82 400 abonnés (+ 4 600 vs 2024)

165 publications

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

Taux d'engagement moyen sur portée par publication : 7,21%

803 « J'aime » en moyenne par publication

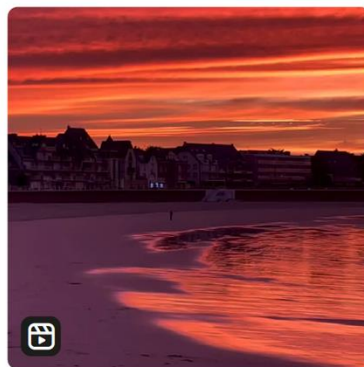
Posts les plus engageants



❤️ 1.6K 💬 14 😊 1.8K



❤️ 982 💬 15 😊 1.1K



▶️ 18.8K ❤️ 1.5K 💬 20 😊 1.7K



❤️ 1.4K 💬 27 😊 1.5K



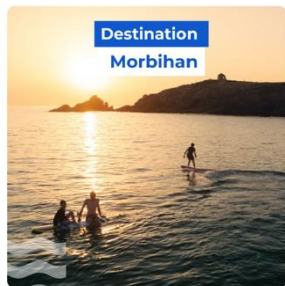


Ré-investissement du compte début 2025

428 abonnés

Nbre moyen d'engagement sur impressions : **5,41 %**

Pins les plus engageants



2 0 166



1 0 146



2 0 220



2 0 138

Pins ayant le plus d'impressions



1 0 626



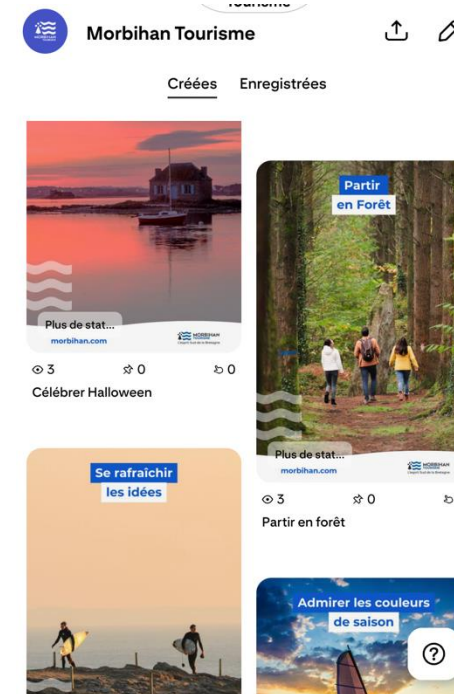
2 0 443



2 0 428



2 0 427





Campagne de com
1 temps fort au printemps :
2 périodes



Deux périodes de prise de parole au printemps : le dispositif

Accompagnée par l'agence Good Buy Media, renouvelée par AO fin 2024, l'ADT a souhaité optimiser son temps fort de communication sur le printemps, en deux vagues distinctes : **avril et juin**.



Avec un budget moindre vs 2024, aucune diffusion n'a pu être faite en TV. La campagne a été optimisée sur le DOOH (Digital Out Of Home) -ou **affichage dynamique**- sur le **Parvis de la Défense et à la gare Montparnasse** à Paris, associée à une campagne digitale forte sur YouTube, Meta et le Display (bannières web)

4 leviers activés

YouTube

Display

Meta

DOOH



PARIS - Gare Montparnasse

PARIS – La Défense



Deux périodes de prise de parole au printemps : les visuels et supports

Les 2 spots de 15''
Diffusion YouTube + Meta



L'affichage dynamique...
4 thématiques

Loisirs

Hébergements

Destinations x2

Deux périodes de prises de parole, au printemps : les visuels et supports

... déclinées en bannières web
3 formats par thématique

300x250px



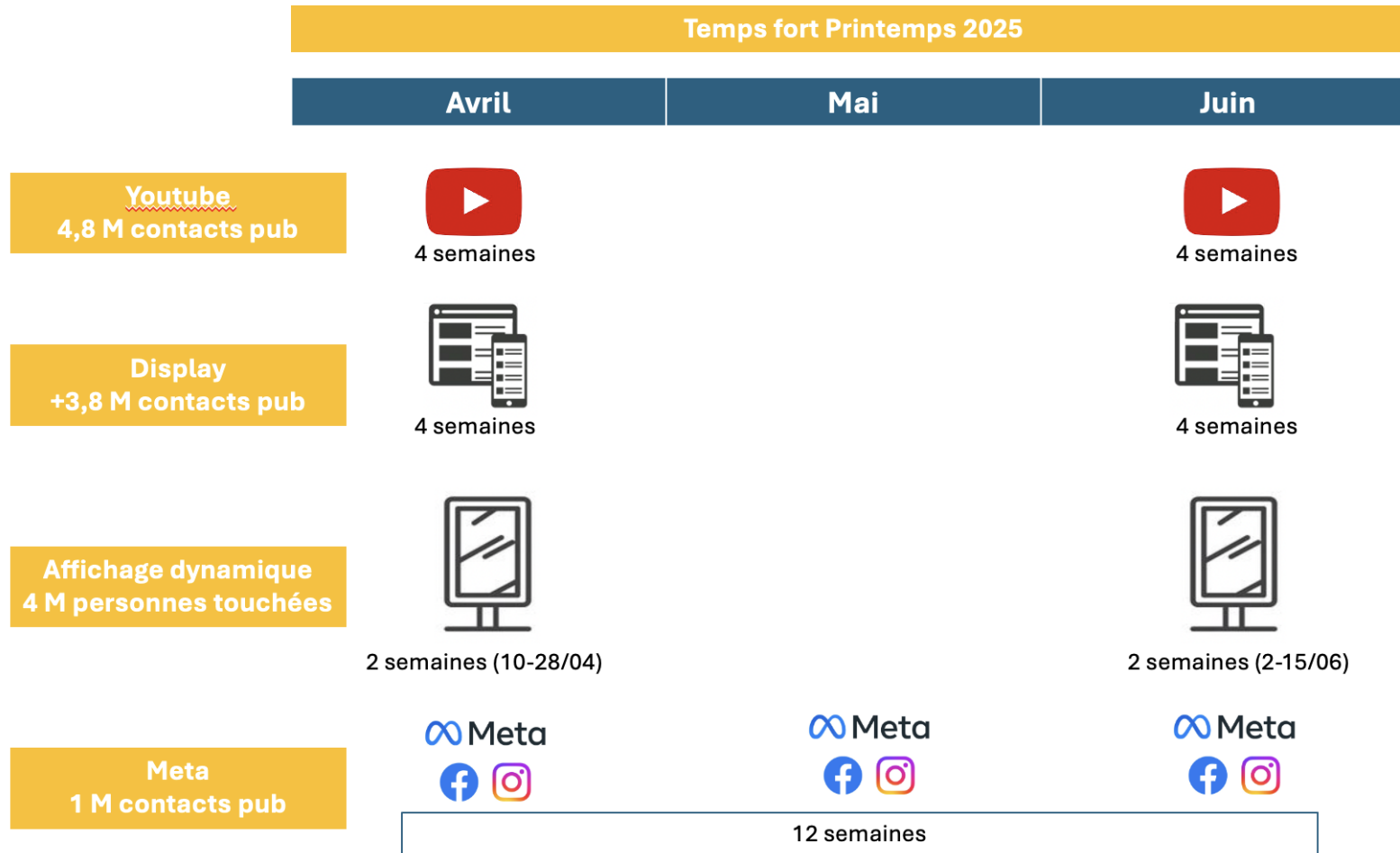
300x600px



728x90px



Deux périodes de prises de parole au printemps : les performances



Au total, tous leviers confondus, la campagne cumule **plus de 16,8 millions de contacts publicitaires**

Notons en parallèle une hausse de trafic de 76% (versus n-1) sur la période sur morbihan.com



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 **12 novembre au 24 décembre 2025** via différents supports :

- La **newsletter grand public** : **+ de 6 100 destinataires**, 49,36 % d'ouverture
- Le **header** de morbihan.com
- Une campagne **Facebook et Instagram** : **952 565 impressions**, 271 723 personnes touchées
- Une campagne **Display** via le réseau Google : **440 205 impressions**, 15 326 clics vers morbihan.com





La communication à destination des partenaires et des professionnels



Le site professionnel morbihan-pro.com

Morbihan-pro.com est la vitrine digitale de l'Agence de Développement Touristique (ADT) du Morbihan. Ce site met en avant les actions et missions de l'ADT, qui visent à promouvoir et structurer l'offre touristique du département. Il propose également une présentation claire des services disponibles pour les professionnels du tourisme, élus, journalistes, porteurs de projets, etc. (accompagnement, outils, ressources, etc.), ainsi qu'un espace dédié aux actualités du secteur. L'objectif est de centraliser les informations utiles pour les acteurs locaux et de valoriser l'attractivité du Morbihan.

Le trafic du site pro **morbihan-pro.com** est en baisse par rapport à 2024 avec plus de 13 000 sessions, 21 000 vues et 9 000 utilisateurs.

En revanche, il y a une **hausse de la durée moyenne des sessions** : 2 minutes 40 en 2025 contre 1mn en 2024. Les visites sont obtenues à 58,3% par le SEO et une hausse de trafic est notée sur le mois de février.



ADT mode d'emploi



La stratégie



Nos services



Filières & clubs

Actualités à la une



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.



Fréquence : mensuelle

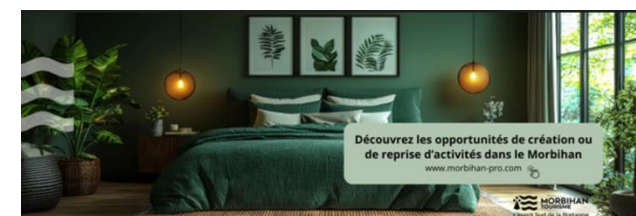
Cible : professionnels du tourisme, élus

Nombre de destinataires : 4 200 contacts

Taux d'ouverture moyen : 48,36 %

Deux bandeaux promotionnels ont été ajoutés :


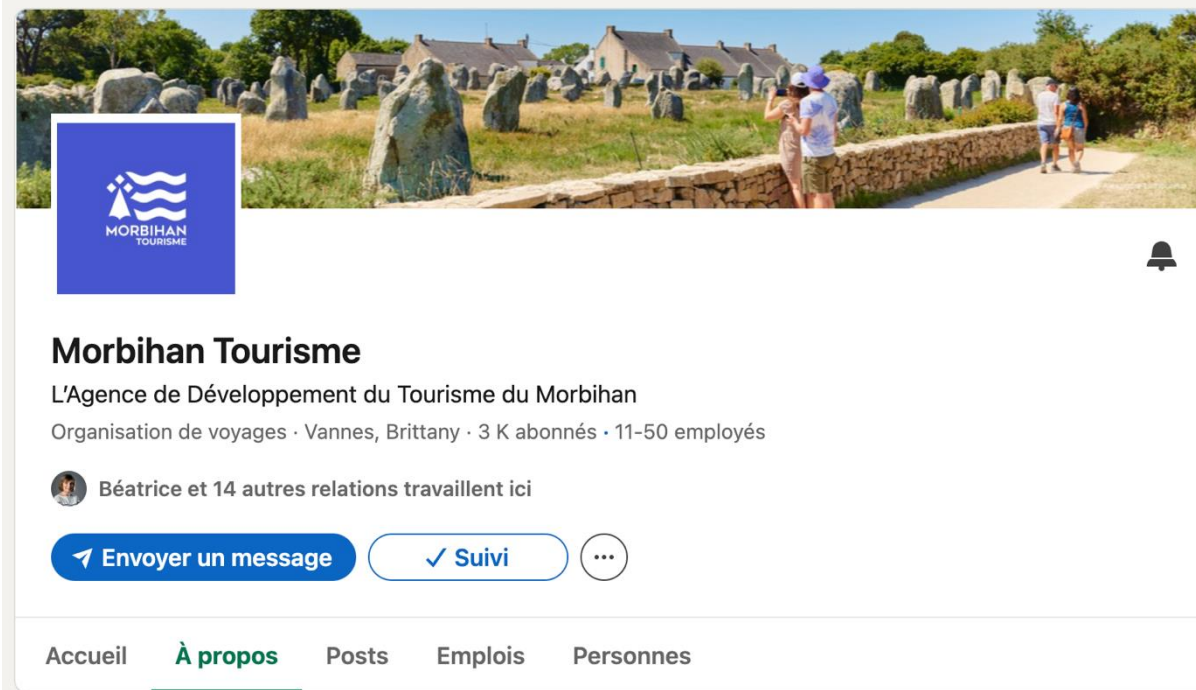
- Un bandeau pour l'extranet pro VIT, l'outil dédié à la mise à jour des informations des professionnels sur la base de données touristique régionale
- Un bandeau pour découvrir les opportunités touristiques de création ou de reprise d'activité dans le Morbihan



La page LinkedIn

La page LinkedIn « Morbihan Tourisme » est un espace professionnel dédié à la communication des actions, actualités et annonces liées au développement touristique du Morbihan. Elle permet de suivre en temps réel les initiatives de l'Agence de Développement Touristique (ADT) et de ses partenaires. Grâce à des publications régulières, elle s'adresse aux professionnels du tourisme, aux institutionnels et aux acteurs économiques locaux, en offrant un canal d'échange et de veille sur les opportunités et innovations du territoire.

La page compte actuellement plus de **3 200** abonnés et son nombre continue de croître.



Morbihan Tourisme
3 613 abonnés
11 mois ·

★ [BILAN]
Un franc succès pour le 2ème Forum de l'emploi touristique en Morbihan 2025

Le Forum de l'Emploi Touristique 2025 a été un véritable succès, avec ses deux éditions marquantes de Lorient et Vannes. Il a été organisé par l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan et France Travail, ainsi que son réseau de partenaires : Association Loisirs en Morbihan, Union Bretonne de l'Hôtellerie de Plein Air (UBHPA), Umih Morbihan (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie), Golfe du Morbihan - Vannes agglomération, Lorient Agglomération.


Les chiffres :

- Lorient, le 18 février :
- 430 visiteurs
- 32 exposants
- Vannes, le 20 février :
- 950 visiteurs
- 68 exposants

Si l'édition de Lorient a permis de poser les bases d'un dialogue constructif entre les acteurs du secteur, celle de Vannes a renforcé cette dynamique en affichant une participation remarquable et une notoriété accrue d'une deuxième édition. L'initiative, portée par des partenariats solides et une communication ciblée, contribue significativement à soutenir et dynamiser le secteur touristique, moteur économique et social majeur du Morbihan.

#morbihan #morbihantourisme #emploi #touristique #hotel #restaurant #camping #loisirs #lorient #vannes #loisirsenmorbihan

<https://lnkd.in/e6q25NvQ>

 Bilan du 2ème Forum de l'emploi touristique en Morbihan 2025 | Le Morbihan vous accompagne
morbihan-pro.com



Morbihan Tourisme
3 613 abonnés
8 mois · Modifié ·

★ [INFO PRESSE]

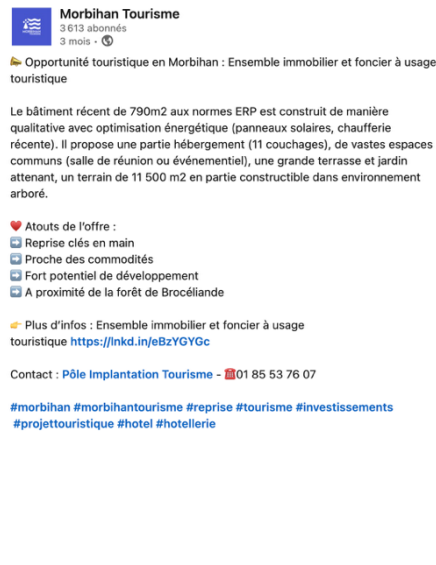
Les mégalithes, destination UNESCO 2025

Le 4 et 5 juin, l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan, a eu le plaisir d'accueillir 6 journalistes, lors d'un voyage de presse consacré à la découverte du patrimoine mégalithique dans le cadre du dossier de candidature des Mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan à l'inscription du bien au Patrimoine mondial de l'UNESCO.

Le programme de ces deux journées portait sur la visite du cairn de Gavrinis, les alignements de Carnac, le Grand Menhir Brisé et la Table des Marchand à Locmariaquer et donc faire découvrir aux journalistes : **Le Figaro, Le Journal des Arts / L'Œil, Archéologia, Ça m'intéresse'** Histoire, Arkéo- Histoire junior et Histoire, ce patrimoine exceptionnel.

🙏 Nous tenons à remercier notre agence de relation presse **sylvie BLIN** pour son accompagnement et nos partenaires pour leur disponibilité et leur chaleureux accueil : la crêperie La Chaumière de Pomper à Baden, **Compagnie des Ports du Morbihan, Le Celtique & Spa - Hôtel - Restaurant - Spa - Séminaire (Carnac-Plage), Centre des monuments nationaux, Mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan, @restaurant le Cornely à Carnac.**

Et nous avons hâte de découvrir les futurs articles.



Morbihan Tourisme
3 613 abonnés
3 mois ·

🏡 Opportunité touristique en Morbihan : Ensemble immobilier et foncier à usage touristique

Le bâtiment récent de 790m2 aux normes ERP est construit de manière qualitative avec optimisation énergétique (panneaux solaires, chaufferie récente). Il propose une partie hébergement (11 couchages), de vastes espaces communs (salle de réunion ou événementiel), une grande terrasse et jardin attenant, un terrain de 11 500 m2 en partie constructible dans environnement arboré.

📍 Atouts de l'offre :

- Reprise clés en main
- Proche des commodités
- Fort potentiel de développement
- A proximité de la forêt de Brocéliande

➡ Plus d'infos : Ensemble immobilier et foncier à usage touristique <https://lnkd.in/eBzYGVGc>

Contact : Pôle Implantation Tourisme - ☎01 85 53 76 07

#morbihan #morbihantourisme #reprise #tourisme #investissements #projettouristique #hotel #hotellerie



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.



Les Magazines Décideurs Tourisme



Fréquence annuelle : semestrielle, juin et décembre
Cible : professionnels du tourisme, élus
Tirage : 1 500 exemplaires
Nombre de pages : 24 pages
Format : A4

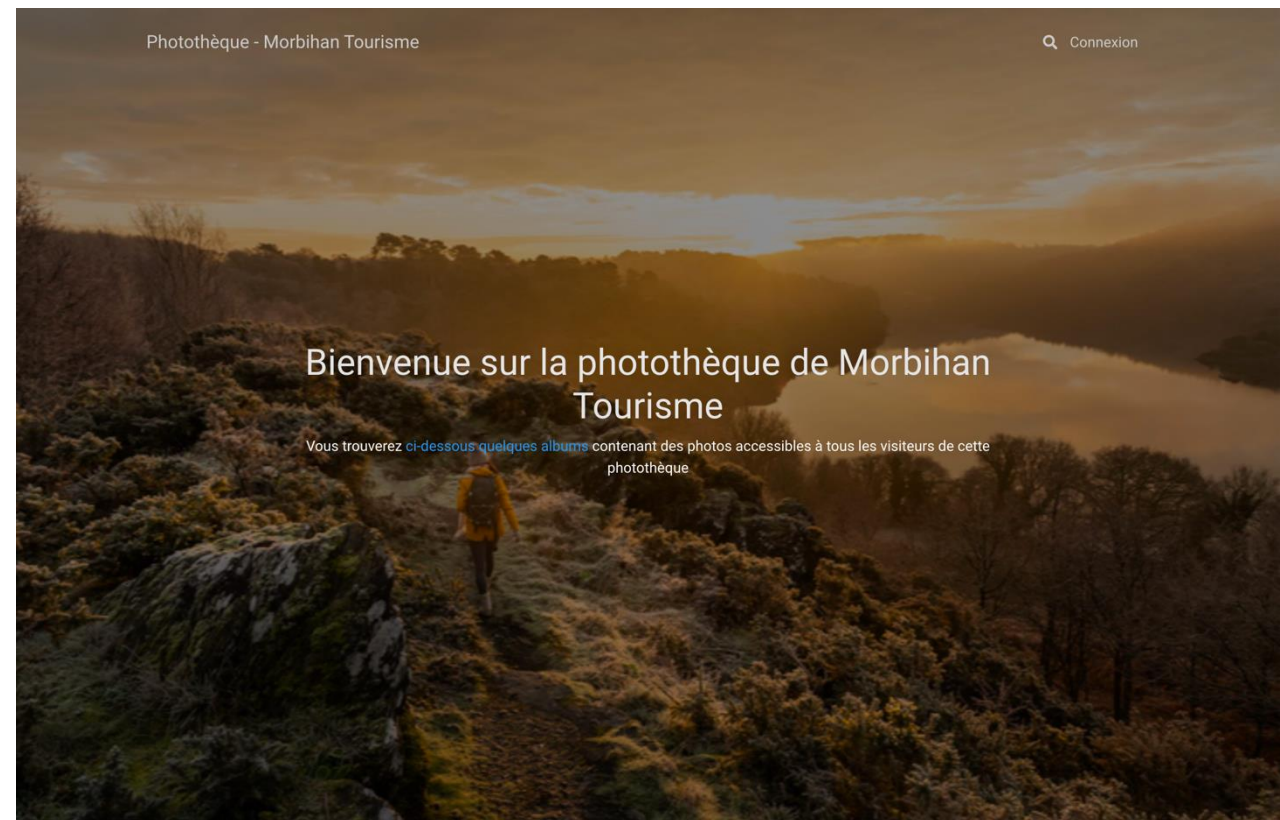
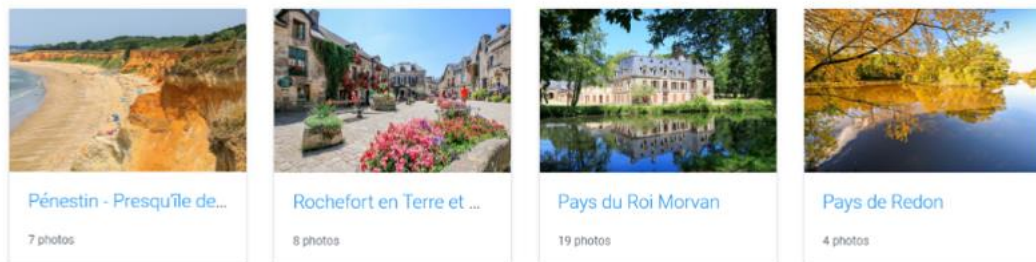


Une nouvelle photothèque à disposition : photos.morbihan.com

La suspension de l'utilisation du logiciel « AJARIS » de la Sté ORKIS, jusqu'alors proposée et partagée avec le CRT Bretagne et de nombreux OT de la région, a, définitivement, engendré la cessation du fonctionnement de la photothèque de l'ADT au 02/06/ 2025.

Une nouvelle solution a donc dû être trouvée afin de s'assurer une indépendance dans la gestion d'une nouvelle photothèque pour Morbihan Tourisme. Après comparatifs, le choix s'est porté sur l'outil : **PIWIGO**, un logiciel qui a déjà fait ses preuves depuis plusieurs années, notamment auprès de différents offices de tourisme au niveau national.

La refonte de la photothèque de l'ADT, dès le second semestre 2025, est totale. La nouvelle banque d'images numériques de l'ADT56 permet la recherche d'images notamment par auteur (photographe), tag (mot-clé), destination, mais aussi par commune...



Fin 2025, il était déjà possible d'accéder à une sélection en ligne de plus de 260 photos disponibles pour tous, et téléchargeables en HD. A terme, elle proposera une sélection d'albums photos accessibles à tous les publics, mais également, à la presse ou aux partenaires de Morbihan Tourisme et gèrera un fond iconographique d'environ 6.000 visuels.

Reportages photos et achats d'art

Pour ses besoins en contenus photos :

- L'ADT a missionné un photographe afin de réaliser des prises de vues dans le cadre des **Packs Services** : 26 reportages ont ainsi été réalisés durant l'année (dont 3 reportages photos drone) soit **470 photos**,



©Laurent Rannou



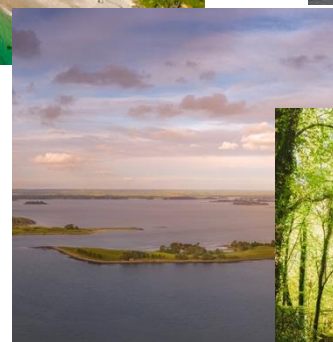
- Par ailleurs, **78 achats d'art** sur ses destinations ont également été réalisés auprès de différents photographes professionnels



©Jean-Michel Sotto



©Yannick Le Gal



©MyKap



©Thibault Poriel





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 2025

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 2025

5 partenaires inscrits : Lorient Bretagne Sud Tourisme, Les Terres de Nataé, Compagnie Navix, Breizh Go Océane et Kingoland.



Les salons CSE

Salon CSE Brest

Avril 2025

3 partenaires inscrits : BreizhGo Océane, Les Terres de Nataé et OT du Pays de Pontivy.

Salon CSE Rennes

Avril 2025

5 partenaires inscrits : BreizhGo Océane, Kingoland, Compagnie Navix, Domaine Le Mezo et Les Terres de Nataé

Salon CSE Nantes

Septembre 2025

2 partenaires inscrits : Compagnie Navix et Les Terres de Nataé

Salon CSE Rennes

Octobre 2025

4 partenaires inscrits : BreizhGo Océane, Compagnie Navix, Sellar 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).

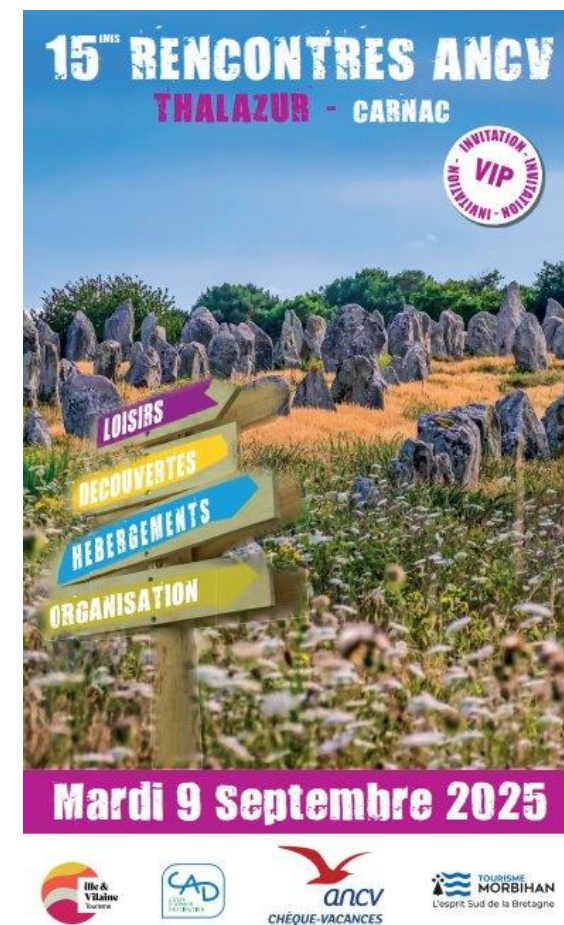
Dans cet objectif, l'ANCV rassemble les responsables des Comités Sociaux et Économiques (CSE) de la région Ouest pour un rendez-vous exclusif avec les prestataires bretons. Cette rencontre attire régulièrement une **centaine de participants, représentant 40 à 60 Comités Sociaux d'Entreprise**.

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 15ème édition, l'événement s'est tenu à **Thalazur Carnac le 9 septembre 2025** rassemblant une trentaine de professionnels du tourisme breton. La matinée était consacrée au workshop et l'après-midi à la visite des mégalithes avec les Monuments Nationaux et une initiation au gyropode avec Mobilboard Carnac.



La bourse d'échange

Parc Chorus Vannes – Jeudi 27 mars 2025

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.

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 avec **une nouveauté cette année : l'invitation de prescripteurs groupes comme les centres de loisirs, CSE, animateurs d'EPHAD et responsables de clubs séniors.**

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.
- Se vendre et/ou se faire référencer avec les prescripteurs groupes.



Les Forums de l'emploi de Vannes et Lorient

Le Forum de l'emploi touristique 2025 s'est déroulé sur deux journées à Lorient et Vannes, confirmant son rôle central dans la mise en relation entre recruteurs du secteur touristique et candidats.

L'édition de **Lorient** (18 février) a rassemblé **430 visiteurs et 32 exposants**.

À **Vannes** (20 février), la dynamique s'est amplifiée avec **950 visiteurs et 68 exposants**, portée par l'attractivité du bassin vannetais (Auray, Carnac, Quiberon) et la notoriété croissante du forum.

L'événement avait pour objectif de **faciliter le recrutement dans le tourisme**, en centralisant une offre de plus de **1000 postes** (hôtellerie, restauration, loisirs, maritime...). Il a permis aux candidats de mieux comprendre les attentes des employeurs et d'échanger directement avec les professionnels sur les opportunités.

Organisé par **Morbihan Tourisme et France Travail**, en partenariat avec les acteurs clés du territoire, le forum a mobilisé **plus de 90 entreprises**, témoignant de l'engagement collectif en faveur de l'emploi touristique.

La stratégie de communication, combinant **campagnes digitales ciblées (jeunes / jobs saisonniers)** et relais territoriaux (missions locales, collectivités), a contribué au succès de fréquentation.

Résultat : un événement qui répond concrètement aux besoins de recrutement, renforce l'attractivité des métiers du tourisme et confirme le rôle stratégique de ce secteur dans l'économie morbihannaise.

LORIENT
18 février
2025
Palais
des congrès

9h à 13h

VANNES
20 février
2025
Palais des arts
et des congrès

**FORUM DE
L'EMPLOI
TOURISTIQUE**

LOISIRS ≡ HÔTELLERIE ≡ CAMPING ≡ RESTAURATION

**+ DE 400 POSTES
EN MORBIHAN**



La digitalisation de l'offre



Eloha, outil de vente en ligne



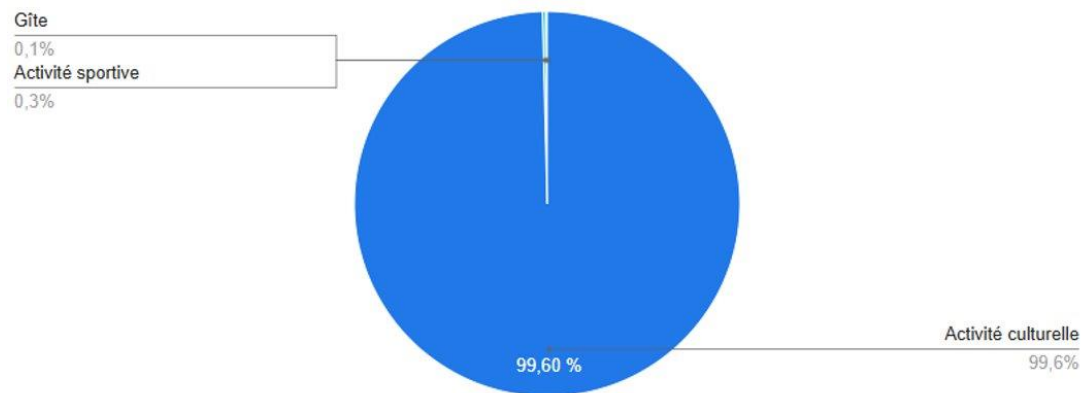
Parce que la digitalisation de l'offre est au cœur de la stratégie Marketing, l'ADT a souhaité renforcer sa présence auprès des professionnels sur ce volet.

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

758 réservations pour un chiffre d'affaires de 37 325 €, soit une augmentation de 6 143 € par rapport à 2024.

VENTES PAR CATÉGORIES



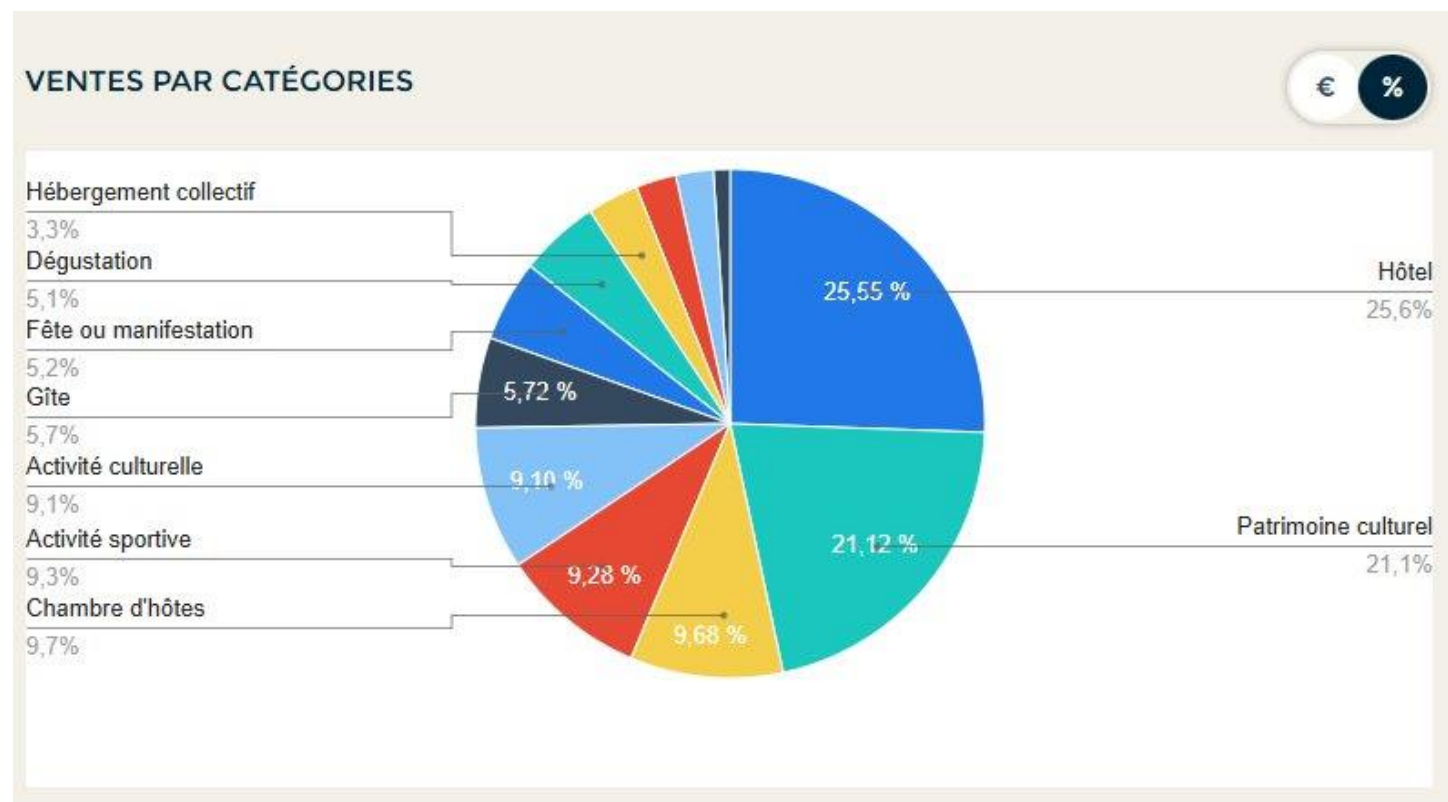
Eloha, outil de vente en ligne



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

En 2025, il y a eu **27 724 réservations pour un chiffre d'affaires de 4 749 163 €** sur tout le réseau « Morbihan ».

Soit une baisse de 180 989€ mais 2 651 réservations en plus, soit un panier moyen en baisse





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 2025, l'ADT du Morbihan a continué 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.

2025

BRETAGNE

Packs services

Profitez de nos services et
boostez votre visibilité !

Offres pour les
professionnels
hébergement
& loisirs



morbihan.com

 **MORBIHAN
TOURISME**
L'esprit Sud de la Bretagne

Les packs services Morbihan

	PACK PARTENAIRE 135 € par an	PACK PREMIUM 600 € par an	PACK VIP 1000 € par an	Nombre total de packs	
Loisirs	75	86	24	185	(vs 188 en 2024)
Hébergements	157	16	2	175	(vs 182 en 2024)
				360	





Les packs services Morbihan

Un audit marketing pour une stratégie optimisée

Désormais depuis 2024, 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 2025. Elles réunissent de plus en plus de participants, qu'ils soient bénéficiaires des Packs Services ou membres de nos clubs.

Au programme, 4 webinaires de novembre à février :

- ❖ Comment être plus visible grâce aux réseaux sociaux
- ❖ Comment créer des contenus performants pour gagner en visibilité sur le web
- ❖ Optimiser votre stratégie marketing grâce à l'IA/LinkedIn
- ❖ Comment installer et utiliser Google Analytics nouvelle génération

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.

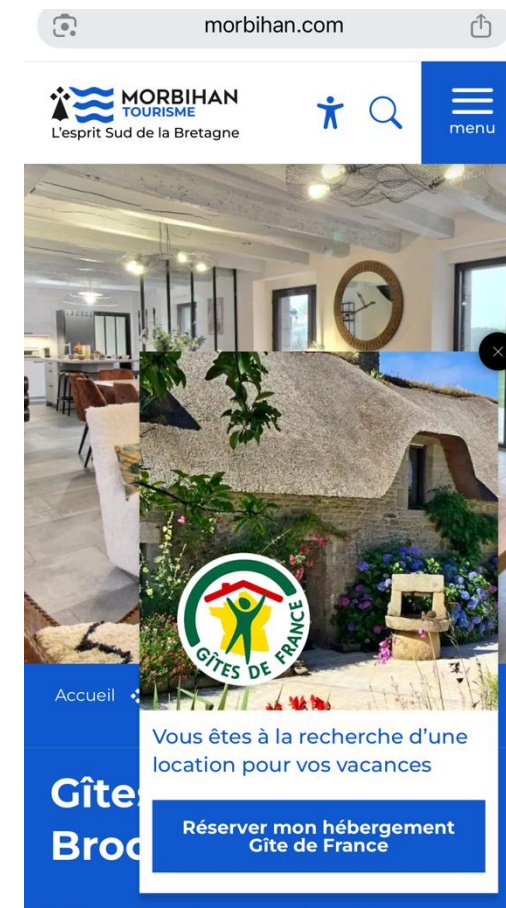


Un partenariat stratégique avec les Gîtes de France du Morbihan

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.

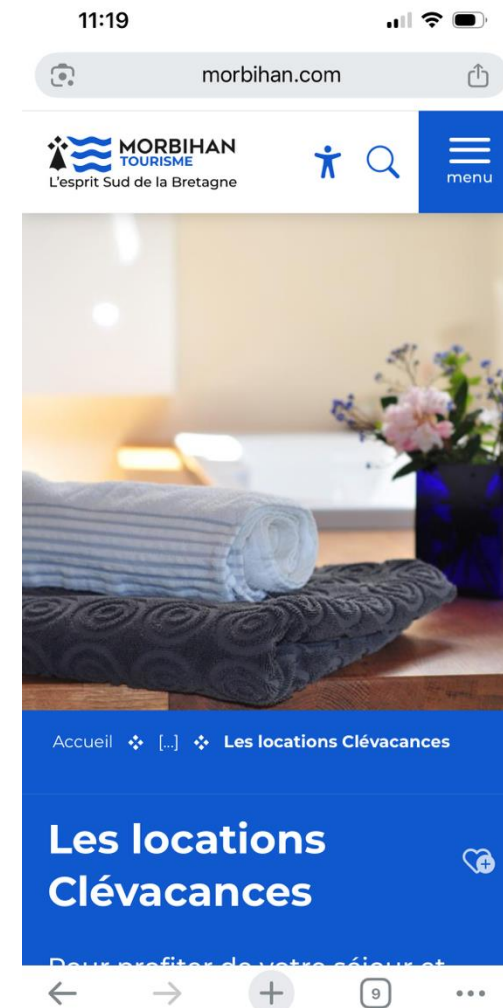


Nouveau : un partenariat avec Clévacances Bretagne Sud

L'objectif de ce partenariat est de renforcer la visibilité de l'offre d'hébergements labellisés Clévacances sur les supports de communication de Morbihan Tourisme:

Dans ce cadre, l'ADT met en place un ensemble d'actions spécifiques :

- ✅ 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 le site web, garantissant une meilleure visibilité et une accessibilité renforcée des offres pour les visiteurs,
- ✅ 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,
- ✅ la mise en avant du label et des actions du réseau à travers nos newsletters professionnelles et grand public,
- ✅ la possibilité d'exposer à la Bourse d'échange annuelle de Morbihan Tourisme.





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.

À travers cette mission, l'ADT réaffirme son engagement aux côtés des territoires pour les accompagner dans l'élaboration de stratégies touristiques adaptées, durables et porteuses de sens, au service des visiteurs comme des habitants.

En 2025, le pôle Marketing/Développement est intervenu sur les projets suivants :

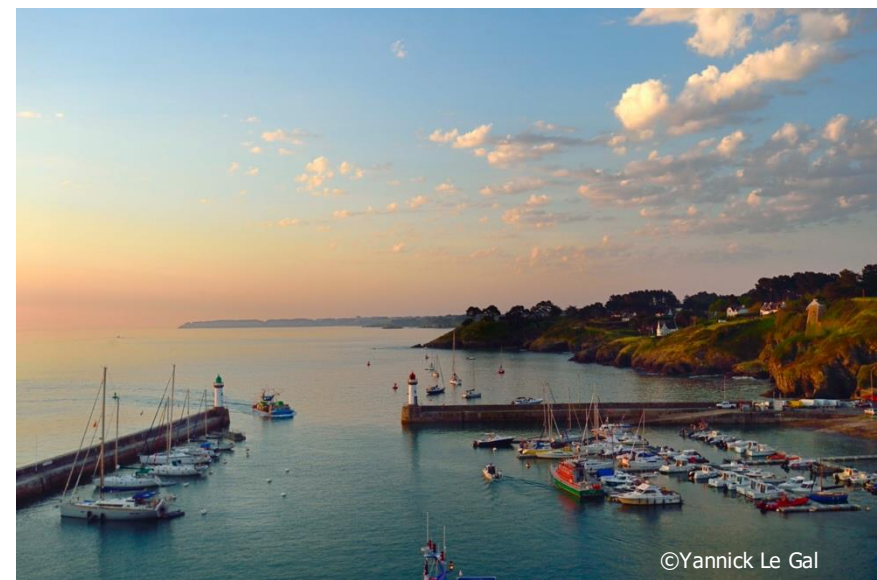
- schéma de développement du tourisme de Belle-Ile-en-Mer

En 2025, l'ADT du Morbihan a accompagné la Communauté de communes et l'Office de Tourisme de Belle-Île-en-Mer dans l'actualisation de leur stratégie touristique, à l'issue du plan 2019-2024 arrivé à échéance. Ce travail a permis de coconstruire une nouvelle feuille de route pour la période 2025-2027, en phase avec les enjeux actuels et les spécificités insulaires.

Conçue dans une démarche participative, la mission a mobilisé élus et acteurs économiques du territoire pour faire émerger une vision partagée du développement touristique.

Deux temps forts ont structuré l'année :

- les 5 et 6 février 2025, l'ADT a mené 14 entretiens individuels auprès d'acteurs clés de l'île pour identifier les thématiques prioritaires ;
- le 12 mars 2025, une demi-journée d'ateliers collaboratifs a permis de croiser les regards et de poser les bases des nouvelles orientations stratégiques à venir.



Le conseil et l'accompagnement des territoires

- projet d'inscription **UNESCO des mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan**

L'année 2025 a marqué une étape historique pour le territoire : les mégalithes de Carnac et des rives du Morbihan ont été inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO en juillet 2025, consacrant la valeur universelle exceptionnelle de cet ensemble archéologique unique.

Dans le cadre de cette démarche, l'ADT du Morbihan s'est fortement impliquée aux côtés de l'association « Paysages de mégalithes », en charge de porter le projet. En 2025, l'ADT a notamment participé activement aux travaux liés à l'élaboration du plan de gestion, document stratégique indispensable pour garantir la préservation, la valorisation et la gouvernance durable du bien inscrit.

L'agence a également assuré le pilotage du groupe de travail "Observation", chargé de structurer la collecte et l'analyse des données de fréquentation, afin d'outiller les décideurs dans la gestion maîtrisée des flux touristiques.



Mégalithes de Carnac
et des rives du Morbihan



Le conseil et l'accompagnement des territoires

- Roi Morvan Communauté : un audit structurant pour repenser l'organisation touristique

En 2025, l'ADT a accompagné Roi Morvan Communauté dans une mission d'audit organisationnel, visant à clarifier, optimiser et renforcer l'efficacité de son dispositif touristique local.

Cet accompagnement stratégique s'inscrivait dans la continuité du schéma de développement touristique adopté en 2023, et répondait à un double objectif : mieux mobiliser les moyens existants et identifier des leviers d'action pour structurer une offre touristique cohérente et durable.

La démarche s'est déployée en trois temps :

- Un diagnostic initial, appuyé sur des entretiens avec les élus, techniciens et acteurs de terrain ;
- Une analyse approfondie des ressources humaines, des coûts de fonctionnement et des investissements touristiques ;
- L'élaboration d'un plan d'actions opérationnel et de préconisations concrètes, en lien avec les élus et les services.

À travers cette mission, l'ADT a mis à disposition son expertise technique et stratégique pour soutenir une dynamique touristique renouvelée, plus lisible, mieux mutualisée et pleinement adaptée aux réalités budgétaires du territoire.



Le conseil et l'accompagnement des territoires

- Partage d'expérience au niveau national – Fédération des PNR - Tourisme & Activités de Pleine Nature

Les 7 et 8 octobre 2025, l'ADT du Morbihan a participé au séminaire national "Tourisme & Activités de Pleine Nature", organisé par la Fédération des Parcs naturels régionaux de France et accueilli par le Parc naturel régional du Marais Poitevin.

Invitée par le Parc naturel régional du Golfe du Morbihan, partenaire actif de plusieurs projets portés par l'agence, l'ADT a eu l'opportunité de partager son expérience en matière de tourisme durable, notamment autour de la démarche Green Morbihan et du projet de labellisation Green Destinations. Ce séminaire fut l'occasion de valoriser le travail mené localement en matière de transition touristique, tout en s'insérant dans un réseau national engagé sur les mêmes enjeux.

Cette invitation témoigne d'une reconnaissance du positionnement de l'ADT comme acteur moteur en matière de tourisme durable, capable de nourrir les réflexions nationales tout en s'inspirant des bonnes pratiques déployées ailleurs.

Le conseil et l'accompagnement des territoires

Autres projets :

- Suivi des projets des destinations régionales, notamment appel à projets. Participation et suivi de l'étude de la fréquentation du **Lac de Guerlédan**.
- Animation de tables rondes lors de la journée des pros à **Ploërmel Communauté**
- Participation aux travaux prospectifs de la région « **Bretagne Horizon 2040** ». Réunions de cadrage, participation à des ateliers.
- Participation aux **réflexions territoriales** qui comprennent un volet tourisme : PNR, Grands Sites, SCOT, Espaces naturels, Zones Natura 2 000, etc.

Participation au groupe de travail « territoires » du club Ingénierie d'ADN Tourisme

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





L'embellissement : villes et villages fleuris, label de qualité de vie



Villes et Villages Fleuris
LE LABEL NATIONAL DE LA QUALITÉ DE VIE

Un accompagnement de proximité au service des communes morbihannaises

En 2025, l'ADT a poursuivi sa mission d'animation du label "Villes et Villages Fleuris", confiée par le Conseil départemental. Ce label, fondé sur l'embellissement durable et la valorisation du cadre de vie, est devenu un repère structurant pour les communes soucieuses de conjuguer attractivité, qualité de vie et transition écologique.

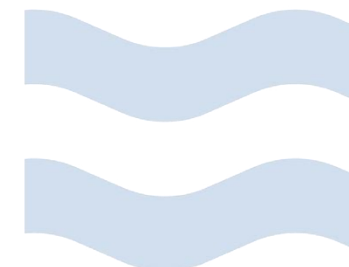
L'année a été marquée par trois temps forts :

- Le lancement de la **campagne annuelle au printemps**, accompagné de premières visites conseil ;
- La **tournée du jury départemental** en juillet, mobilisé pour visiter 12 communes candidates ;
- La **cérémonie de remise des prix** en décembre au Conseil départemental, valorisant l'engagement concret des communes.

Au total, 19 communes ont été accompagnées en 2025 : 7 dans le cadre de visites conseil personnalisées, et 12 évaluées lors du passage du jury. Deux nouvelles communes ont intégré la démarche cette année : Mauron et Noyal-Muzillac.

À ce jour, 123 communes sont engagées dans le processus de labellisation, dont **64 sont labellisées de 1 à 4 fleurs**, et 59 en voie de labellisation 1 fleur. L'ADT assure un accompagnement sur-mesure à chaque étape du parcours, depuis le conseil initial jusqu'aux visites du jury, en lien avec les élus et techniciens locaux.

L'année a également été marquée par l'attribution d'une **première fleur à Sainte-Anne-d'Auray**, saluée pour l'aménagement végétalisé de sa place de mairie, l'intégration des mobilités douces et la mise en œuvre de son Atlas de la biodiversité communale.





L'embellissement : villes et villages fleuris, label de qualité de vie



Villes et Villages Fleuris
LE LABEL NATIONAL DE LA QUALITÉ DE VIE

Journée d'étude "Villes et Villages Fleuris" – Une édition 2025 tournée vers la nature et les habitants

Le 18 septembre 2025, l'ADT a organisé une nouvelle édition de la journée d'étude "Villes et Villages Fleuris", rassemblant une soixantaine d'élus et techniciens du département engagés dans l'embellissement durable.

Cette journée de terrain, conçue comme un temps d'échange et d'inspiration, a mis en valeur deux initiatives exemplaires :

- **Le Rheu** (Ille-et-Vilaine), commune labellisée "4 Fleurs", qui mise sur le 0 phyto, l'éco-pâturage et une forte implication citoyenne autour du fleurissement participatif, de l'apiculture urbaine ou des jardins partagés.
- **La Gacilly**, avec la visite du Jardin Botanique Yves Rocher, reconnue pour son engagement en faveur de la biodiversité : 1 500 espèces, Refuge LPO, Jardin Hôte pour les espèces menacées, et rôle actif dans la recherche en cosmétique végétale.

Une journée inspirante, qui a renforcé les liens entre communes engagées et permis de diffuser des pratiques concrètes en faveur d'un cadre de vie plus vert, plus sobre et plus partagé.



L'accompagnement des filières et associations

Randonnée et Accueil Vélo : structurer une offre durable au service des mobilités douces

Activité préférée des vacanciers, la randonnée à pied ou à vélo constitue un pilier fort de l'offre touristique morbihannaise.

En 2025, l'ADT a poursuivi son engagement pour structurer cette filière, en articulation avec les dynamiques régionales.

À l'échelle départementale, l'ADT a :

- contribué activement à la **dynamique régionale** autour de la filière randonnée ;
- poursuivi la **qualification des professionnels dans le cadre du label Accueil Vélo**, avec 96 établissements labellisés à ce jour (hébergements, loueurs, sites, offices, restaurateurs).

L'année a été marquée par l'entrée en vigueur du **nouveau référentiel national Accueil Vélo** (janvier 2025), issu d'un travail collaboratif piloté par France Vélo Tourisme.

Ce nouveau cadre vise à :

- Mieux prendre en compte l'évolution des pratiques cyclotouristiques ;
- Renforcer l'exigence qualitative du label, avec un socle commun de 7 critères essentiels, incluant un stationnement sécurisé, des services de recharge, un accueil adapté et un kit de réparation ;
- Élargir le périmètre d'éligibilité autour des itinéraires cyclables balisés, afin de favoriser l'accessibilité au label.

Cette évolution accompagne une ambition nationale forte : atteindre 20 000 labellisés en France d'ici 2030, contre 7 100 en 2023. Le Morbihan y prend part activement avec près de **100 offres** déjà référencées.

Par ailleurs, l'ADT a fait le choix, en 2025, de mettre fin à sa participation au financement de la Vélodyssée, tout en concentrant ses efforts sur les actions structurantes et les dispositifs d'accompagnement locaux.





L'observation touristique



L'observation touristique

C'est à travers les données, les enquêtes et les analyses que l'activité touristique peut être mesurée de façon tangible, fiable et partagée. L'Observatoire piloté par l'ADT du Morbihan permet ainsi de mieux comprendre les dynamiques à l'œuvre, par territoire, par secteur d'activité et par typologie de clientèle.

En 2025, dans un contexte de fortes mutations, l'Observatoire a confirmé son rôle stratégique en accompagnant :

- L'évaluation de l'évolution de l'offre touristique, tant sur le plan quantitatif que qualitatif ;
- Les porteurs de projets publics et privés, en leur fournissant des repères pour étudier la faisabilité, la pertinence et l'environnement concurrentiel de leurs initiatives ;
- La définition des axes marketing de l'agence et de ses partenaires, en appui sur une connaissance affinée des clientèles et de leurs attentes.

Plus qu'un outil de mesure, l'Observatoire est devenu un levier d'aide à la décision, au service d'un développement touristique mieux ciblé, plus durable et plus lisible à l'échelle départementale.

Observatoire

Etudes et chiffres clés



Bienvenue dans l'espace Observation du Tourisme
Cet espace, conçu par l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan (ADT), rassemble les principales ressources pour mieux comprendre l'activité touristique du département. Vous y trouverez les principales études, données et chiffres clés sur la fréquentation touristique, le profil des clientèles, le ressenti des habitants, ainsi que des études de notoriété et de tendances. Cet espace a été conçu pour accompagner les professionnels, élus et techniciens du tourisme morbihannais dans leurs projets et décisions, en leur fournissant des ressources fiables et actualisées pour valoriser notre territoire.



Les clientèles



La fréquentation touristique



Le baromètre de la saison

Enquête sur la conjoncture touristique

Le **baromètre de la saison** constitue un outil central de l'observation touristique portée par l'ADT du Morbihan. Il permet de suivre, mois après mois, l'évolution des tendances de fréquentation et du ressenti des professionnels tout au long de la période touristique.

De mai à septembre 2025, une enquête mensuelle a été menée auprès des professionnels du tourisme morbihannais, en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme de Bretagne.

Ce dispositif vise à :

- Évaluer l'activité réelle sur le terrain ;
- Mesurer le niveau de satisfaction des professionnels ;
- Détecter les signaux faibles ou évolutions conjoncturelles.

Ce suivi réactif est complété, en fin de saison, par la publication du "**Bilan de saison**" réalisé par l'Observatoire. Ce document de synthèse s'appuie sur des données croisées à différentes échelles – internationales, nationales, régionales et départementales – pour offrir un panorama complet et à chaud de la saison estivale.

En 2025, ce baromètre a une fois encore démontré son importance pour éclairer les acteurs publics et privés dans leurs décisions et nourrir une lecture partagée des dynamiques touristiques sur le territoire.



Enquête de fréquentation avec la méthode « flux orange »



Depuis plusieurs années, l'ADT s'appuie sur l'outil Flux Vision Tourisme, développé par Orange, pour suivre la fréquentation touristique sur l'ensemble du territoire. Basé sur l'analyse anonymisée des données de téléphonie mobile, ce dispositif permet de dénombrer le nombre de personnes présentes sur un périmètre donné, à un moment précis, et d'analyser les flux touristiques, notamment en complément des données issues des hébergements marchands.

Intégré à une démarche nationale portée par ADN Tourisme, cet outil a été pleinement mobilisé en 2025 pour :

- **Suivre les dynamiques de fréquentation dans le département**, notamment sur les périodes de haute saison et lors d'événements majeurs
- **Mieux comprendre les comportements de mobilité et les profils de visiteurs** (provenance, durée de séjour, mobilité intra-départementale)
- **Appuyer les territoires dans leurs décisions de gestion et de communication**

En 2025, l'ADT a franchi une nouvelle étape en ouvrant l'accès à un outil de data visualisation à plusieurs partenaires territoriaux (GMVA, AQTA, commune de Carnac), leur permettant de consulter directement les données sur leur périmètre et d'en tirer des analyses adaptées à leurs enjeux.

Cette ouverture contribue à une démarche de transparence, de mutualisation et de montée en compétence des territoires, au service d'une observation touristique partagée et opérationnelle.



Enquête hébergements locatifs – outil Lighthouse



Depuis 2016, les locations meublées sont devenues le premier mode d'hébergement marchand en Bretagne et dans le Morbihan, devant le camping. Ce constat, issu de l'enquête REFLET, a mis en lumière l'importance croissante de ce segment, encore hors du champ d'observation traditionnel de l'INSEE.

Face à cet enjeu, l'ADT s'est associée au Comité Régional du Tourisme de Bretagne et aux intercommunalités pour mettre en place un outil partagé de suivi. Cofinancé dans le cadre de la démarche France Tourisme Observation (FTO), cet outil – nommé Lighthouse – permet un suivi régulier et quantitatif de l'offre et de la fréquentation des meublés de tourisme sur l'ensemble du département.

Grâce à cet outil, l'ADT dispose désormais :

- D'un indicateur consolidé sur le nombre d'annonces actives ;
- D'un suivi des nuitées générées et de leur évolution dans le temps ;
- D'une vision affinée du marché locatif au service des territoires, professionnels et élus.

En 2025, l'ADT poursuit l'exploitation de Lighthouse, intégré à son observatoire départemental, pour accompagner une meilleure compréhension de cette filière en constante mutation et soutenir les décisions publiques en matière de régulation, de promotion ou d'aménagement.



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.



Etude Murmuration

Dans le cadre de son engagement vers un tourisme plus durable, l'ADT a mené en 2025 une mission innovante en partenariat avec la société Murmuration, spécialisée dans l'analyse d'indicateurs environnementaux à partir de données satellites.

Ce travail s'inscrit dans le prolongement du schéma de développement touristique 2024-2028 et alimente le projet de labellisation Green Destinations®, porté à l'échelle départementale.

Grâce au soutien de l'Agence Spatiale Européenne (ESA) via le programme Network of Resources, un rapport cartographique et analytique complet a été livré en 2025. Il fournit une série d'indicateurs sur l'évolution de l'occupation des sols, la pression sur les milieux naturels, la végétation, la qualité de l'air ou encore le stress hydrique, avec un historique de cinq ans.

Ce rapport constitue aujourd'hui une base précieuse pour nourrir les réflexions internes de l'ADT et des partenaires autour de la transition touristique.

Il alimente les travaux de fond sur :

- la structuration d'un outil d'indicateurs du tourisme durable,
- l'analyse des impacts territoriaux,
- et le positionnement environnemental du Morbihan à l'échelle internationale.

En 2026, ces données seront progressivement partagées avec les partenaires et intégrées à un dispositif d'observation du tourisme durable en cours d'élaboration. L'objectif est de fournir des indicateurs lisibles, territorialisés et reproductibles, pour accompagner les décisions des territoires et renforcer la gouvernance environnementale. Ces éléments viendront également soutenir le dossier de candidature Green Destinations, en apportant des preuves objectives de la trajectoire engagée.





L'accompagnement des professionnels



L'accompagnement des porteurs de projets privés et des communes

En 2025, l'ADT a accompagné **94 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.

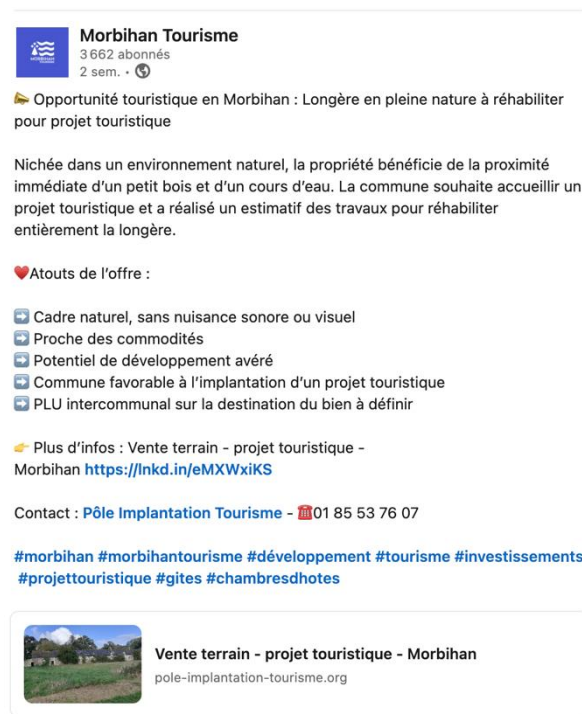
Parmi eux, 52 % envisagent une reprise d'équipement existant, 39 % une création et 8 % une location-gérance, avec un budget moyen compris entre 500 000 € et 1 M €. Les trois quarts des projets intègrent désormais une dimension RSE, signe d'une évolution vers un tourisme plus responsable.

Grâce à un partenariat ciblé avec **Ancoris**, l'ADT 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...

Résultats : 8 visites réalisées, 1 projet signé, 2 sous compromis, 3 en phase avancée, et de nombreux échanges prometteurs.

L'ADT a également participé aux appels à projets lancés par les Destinations Cœur de Bretagne, Brocéliande et Bretagne Sud Golfe du Morbihan.

Un des enjeux majeurs de la mission pour perdurer est d'identifier des sites à proposer aux porteurs de projets en recherche. Cette mission doit gagner davantage en notoriété pour que les communes identifient spontanément l'ADT dans la recherche d'opérateurs touristiques.



Morbihan Tourisme
3 662 abonnés
2 sem. · 🌐

👉 Opportunité touristique en Morbihan : Longère en pleine nature à réhabiliter pour projet touristique

Nichée dans un environnement naturel, la propriété bénéficie de la proximité immédiate d'un petit bois et d'un cours d'eau. La commune souhaite accueillir un projet touristique et a réalisé un estimatif des travaux pour réhabiliter entièrement la longère.


♥ Atouts de l'offre :

- 👉 Cadre naturel, sans nuisance sonore ou visuel
- 👉 Proche des commodités
- 👉 Potentiel de développement avéré
- 👉 Commune favorable à l'implantation d'un projet touristique
- 👉 PLU intercommunal sur la destination du bien à définir

👉 Plus d'infos : Vente terrain - projet touristique - Morbihan <https://lnkd.in/eMXWxiKS>

Contact : **Pôle Implantation Tourisme** - 📞 01 85 53 76 07

#morbihan #morbihantourisme #développement #tourisme #investissements #projettouristique #gites #chambresdhotels

 **Vente terrain - projet touristique - Morbihan**
pole-implantation-tourisme.org

Les diagnostics Marketing

Dans le cadre des packs services 2025, pour la 2^{ème} année consécutive, l'option « **Diagnostic marketing** » a été déployée.

5 professionnels du tourisme ont bénéficié de cette option. Cette année, seuls des sites de loisirs ont utilisé l'option « Diagnostic marketing », aucune demande de la part d'un hébergement touristique. A noter un diagnostic réalisé pour le Domaine de Suscinio, site départemental, pour lequel une étude plus approfondie a été réalisée.

Pour rappel, 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 sur 3 volets : l'étude de ses clientèles, ses actions de communication et 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.

Par ailleurs, l'ADT participe activement au Groupe de Travail « Marketing » du Club Ingénierie d'ADN Tourisme. Cela permet d'avoir des retours d'expériences et d'améliorer nos propres procédures.

Qu'est-ce que le diagnostic marketing ?

Qu'est-ce que le marketing ?

"Ensemble des **actions** qui ont pour objet de connaître, de prévoir et, éventuellement, de **stimuler les besoins des consommateurs** à l'égard des biens et services et **d'adapter la production et la commercialisation** ainsi précisés", définition donnée par Larousse 2023.

Objectif 1

Réaliser un **état des lieux des stratégies et outils** : scan de votre positionnement et de la connaissance de vos **clientèles**, votre **communication** papier et web, votre **mise en marché**, vos relations sur le territoire et **mise en réseau**.

Objectif 2

Pistes pour **améliorer** sa communication et sa commercialisation : conseils techniques, nouveaux outils et services.



Structuration d'un cadre lisible pour valoriser l'offre touristique durable

Après une phase de repositionnement amorcée en 2024, Green Morbihan® a poursuivi en 2025 sa structuration en tant qu'outil de valorisation des démarches touristiques engagées, conciliant attractivité territoriale, qualité d'accueil et intégration progressive des dimensions liées au développement durable.

Portée par l'ADT, la marque a fait l'objet cette année d'un travail de fond sur sa lisibilité et sa visibilité.

Un nouvel espace dédié sur le site morbihan.com a été créé, conçu comme une vitrine claire et accessible des acteurs engagés. Ce portail permet aujourd'hui de mettre en lumière **156 professionnels du département labellisés** à travers des démarches reconnues telles que Clé Verte, Écolabel Européen, Pavillon Bleu ou Green Globe.



Structuration d'un cadre lisible pour valoriser l'offre touristique durable

Autres actions déployées pour accompagner cette montée en visibilité :

- Un **dossier de presse** a été réalisé en partenariat avec l'agence Sylvie Blin, afin de positionner clairement la marque dans l'écosystème touristique morbihannais
- Un travail sur le **référencement naturel** (SEO) de la page Green Morbihan a été conduit avec l'agence Cybercité, afin d'améliorer sa visibilité
- Une nouvelle prestation gratuite de **coaching vers les labels environnementaux**, à destination des professionnels du tourisme. Ce service propose un échange personnalisé, la présentation de plusieurs labels adaptés au profil de la structure, et une première orientation sur les coûts, délais et engagements attendus
- L'écriture d'un **scénario** en collaboration avec l'agence Impact Studio dans l'objectif de faire réaliser un film promotionnel « Le Morbihan, naturellement » en 2026



En 2025, Green Morbihan® s'est affirmée comme un cadre fédérateur et pragmatique, permettant aux acteurs du territoire d'intégrer progressivement les enjeux du tourisme durable, tout en valorisant leur engagement auprès des clientèles et partenaires.

Le Morbihan engagé dans la démarche de labellisation Green Destinations®

En 2025, l'ADT a engagé le territoire dans une démarche structurante : **la candidature au label international Green Destinations®**. Ce projet s'inscrit dans le prolongement du schéma de développement touristique 2024-2028 et de la dynamique portée par Green Morbihan®, avec l'objectif de structurer une trajectoire départementale plus durable, lisible et partagée.

Reconnu par le Global Sustainable Tourism Council (GSTC), le label Green Destinations® repose sur une évaluation approfondie de la destination selon plus de **80 critères**, regroupés en six grands axes : gouvernance, environnement et climat, nature et paysages, culture et traditions, cadre de vie, et performance des entreprises. Il constitue aujourd'hui un référentiel reconnu à l'échelle mondiale en matière de gestion touristique durable.

En 2025, la première étape de la démarche a été franchie avec **la réalisation d'un diagnostic complet**, visant à recenser les actions déjà engagées à l'échelle départementale et à identifier les marges de progression. Cette phase a permis de mobiliser de nombreux partenaires territoriaux, EPCI, offices de tourisme et collectivités, dans un esprit de coopération et de mise en commun des initiatives.

L'année a également été consacrée à la préparation du dossier technique de candidature, à travers un travail rigoureux de collecte de données, d'analyse des politiques locales et de formalisation des documents attendus par le label.

Cette candidature vise à valoriser l'engagement collectif du Morbihan en faveur d'un développement touristique ancré dans son territoire, soucieux de ses ressources, et attentif à la qualité de vie des habitants comme des visiteurs.



Le Morbihan engagé dans la démarche de labellisation Green Destinations®

Congrès Green Destinations® : une participation pour renforcer notre trajectoire

Les 29 et 30 septembre 2025, l'ADT a participé au congrès international Green Destinations® à Montpellier, aux côtés de nombreuses destinations engagées dans la transition touristique.

Ce temps fort a permis de conforter la trajectoire du Morbihan vers une offre plus durable, d'alimenter les réflexions en cours autour de la candidature au label Green Destinations et de nourrir les échanges avec des acteurs innovants venus de toute la France.



**GREEN
DESTINATIONS**
2025 OCCITANIE
Montpellier, 28-30 September





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 2025, l'association comptait **61 membres actifs** (stable par rapport à 2024).





Bilan des actions 2025



🌊 Journée des loisirs : dimanche 6 avril 2025

C'est une opération de promotion régionale à destination des habitants.

Véritable vitrine pour les structures partenaires de l'évènement, elle permet de lancer la saison touristique et faire connaître les sites de loisirs de proximité auprès des habitants.

Fixée chaque année le premier dimanche du mois d'avril, le Morbihan a insufflé la création d'une offre promotionnelle forte et unique ce jour-là, pour marquer les esprits et pérenniser l'opération dans le temps : une entrée gratuite pour une entrée achetée, sur simple communication du mot de passe JDL2025 le jour-j.

Cette offre est valable auprès de tous les sites participants à l'opération (35 sites en Morbihan, 100 sites sur la Bretagne en 2025).

Promotion de l'opération :

- Campagne sponsorisée Meta (Facebook et Instagram) : du **21 mars au 6 avril 2025**
- Article dans la newsletter professionnelle de l'ADT en mars
- E-mailing envoyé aux hébergeurs et offices de tourisme morbihannais en mars
- Header sur la home page de morbihan.com
- Edition et diffusion de **15 000 flyers** recto/verso sur les commerces de proximité
- La page Journée des Loisirs, **25 500 vues** par an

**Dimanche
6 avril
2025**

6^e édition **JOURNÉE
des loisirs**

Morbihan

Graphisme : IDPULS

Mot de passe
JDL2025
À valoir sur place

**Plus de 30 sites
vous accueillent !**
www.journeesdesloisirs.fr

Offre spéciale
**1 entrée achetée
= 1 entrée offerte***
*sur le tarif le plus bas

4

🌊 Coupons de réductions [en version papier]

L'opération « couponing » permet aux visiteurs de bénéficier d'offres promotionnelles dans les établissements de loisirs morbihannais participants à l'opération.

Promotion de l'opération :

- Impression de **130 000 exemplaires**
- Diffusion de **80 000 exemplaires insérés dans le guide loisirs** dans les offices de tourisme, hôtels, campings, villages vacances en Morbihan
- Diffusion de **50 000 flyers dans les commerces de proximité**, dans les supermarchés et hypermarchés en Morbihan et communes limitrophes : **300 points de dépôts.**
- Insertion de l'opération couponing « Entrez c'est ouvert » à l'intérieur du guide La Bretagne des enfants - édition Bretagne, édité par Le Télégramme chaque année
 - ✓ Brochure éditée à 90 000 exemplaires
 - ✓ Distribution à partir de mai 2024 sur les commerces de proximité en Morbihan : 540 points de dépôts.

RÉDUCTIONS DANS
+ DE 50 SITES
DE LOISIRS EN MORBIHAN !



2025

Brochure et actions envers les groupes seniors et CSE

Édition

Brochure « groupes » éditée à **2100 exemplaires** avec **55 membres participants**

Diffusion

- Diffusion de la brochure groupes sur des salons CSE : Forum Cezam, salon CSE Lanester et Rennes.
- Envoi de la brochure à **1100 clubs de retraités** des départements bretons et Loire-Atlantique et sur **190 EHPADs** du Morbihan et communes limitrophes.
- Envoi de la brochure auprès de **220 autocaristes** du Grand Ouest.
- Envoi de la brochure auprès **d'une centaine de CCAS** en Morbihan



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 2025, le groupe comptait plus de **15 000 abonnés** contre 14 000 en 2024, 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 ;

Fin 2025, le groupe comptait **260 abonnés**



Des loisirs toute l'année

Une page est dédiée sur morbihan.com au recensement des 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

BRETAGNE®

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 ❄️

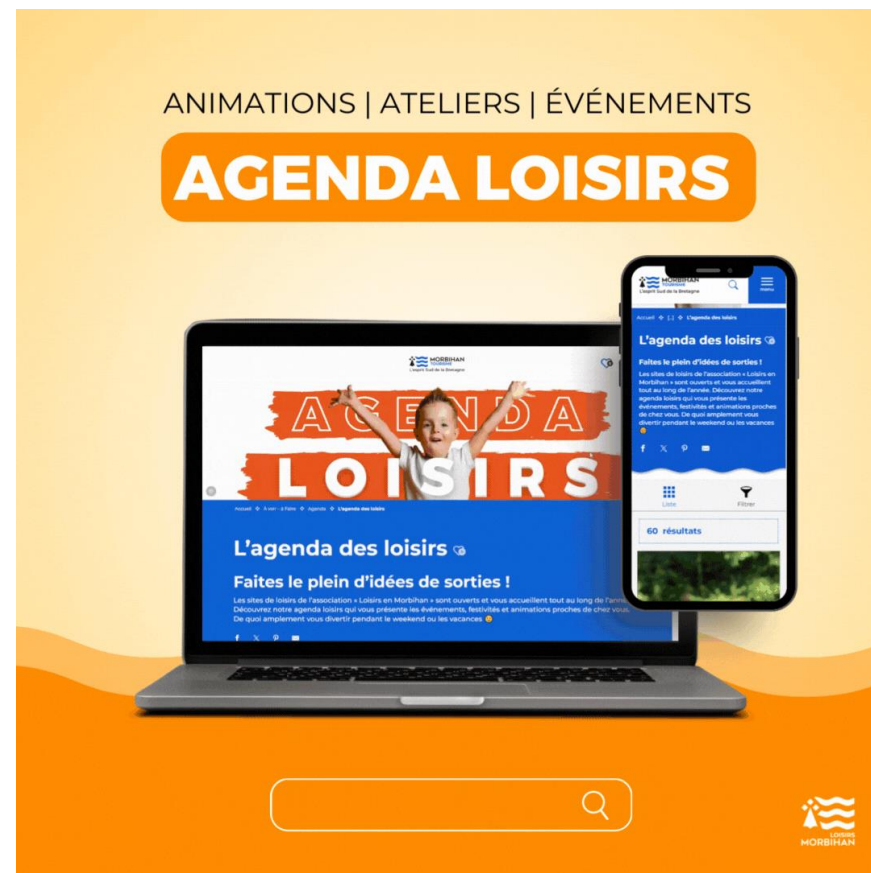
Musées, parcs à thèmes, escape games, bateaux, parcs animaliers, châteaux... Il y a encore tant à voir et à faire.

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.

Agenda des loisirs

Créé fin 2021 sur morbihan.com :

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







MORBIHAN
AFFAIRES

Évènements & séminaires



Morbihan Affaires

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

En date du 31 décembre 2025, le regroupement incluait **99 membres** (9 nouveaux en 2025). Il est présidé par Cédric Guillotin, directeur de Lorient Bretagne Sud Expo Congrès.

Dans la continuité du club Loisirs en Morbihan, Morbihan Affaires® jouit d'un appui de l'ADT, tant financier – avec une contribution de 30 000 € – qu'humain, par la mise à disposition 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,
- œuvrer 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.





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.

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

- réorganisation des pages,
- optimisation des balises title,
- audit complet du répertoire pour des optimisations.

Morbihan Affaires a été accompagné en 2025 par l'agence CyberCité pour l'optimisation des référencement naturels et payants du répertoire Affaires. Accompagnement qui a porté ses fruits car la fréquentation du site a bondi, passant de 12 000 visiteurs à **27 000 visiteurs**.



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](#)

Principaux indicateurs VS N-1



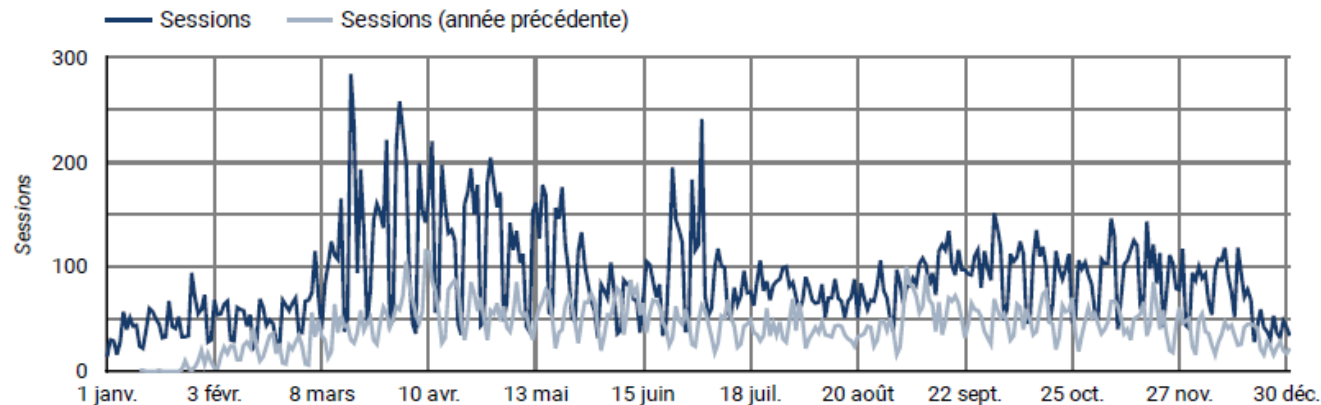
27 000 visiteurs (vs 12 000 en 2024)

Bon taux d'engagement 52,82 %

58% du trafic via référencement naturel

57 % des consultations via mobile

Evolution du trafic dans le temps (VS N-1)





Opérations de promotion



Plan d'actions au national

23 janvier 2025 :

Pure France au Pavillon Dauphine à Paris
Journée de rencontre et RDV avec des agences événementielles et entreprises.
Une vingtaine de RDV effectués.



20 mars 2025 :

Soirée Events L'afterwork à l'Aquarium de Paris
(anciennement Mice Place City)
Evènements atypiques et originaux
Une quinzaine de contacts (agences et entreprises)



Plan d'actions au national

4-6 novembre 2025 :

Séminaire expo

Avec la présence de

Lorient Evénements

Maison Obono

Thalazur Carnac

Hôtel Le Diana

Hôtel Le Cardinal

Et la Boite à Sourires pour
l'animation Photobooth

Edition 2025 avec une belle
fréquentation sur
les 2 premières journées.



Plan d'actions en région

29 -30 avril 2025 : So Evenement Nantes

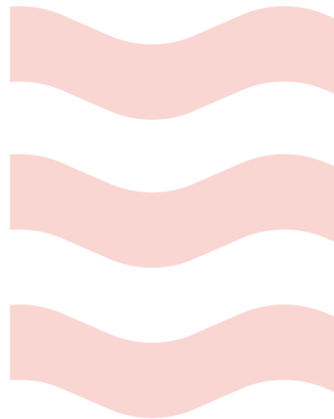
Présence de Morbihan Affaires et de nombreux membres :

Sofitel Quiberon Thalassa
Parc de Branféré
Bureau des Congrès de Lorient
Domaine de Locguénole & Spa
Hôtel Le Celtique
FunBreizh
Domaine Le Mezo
Thalazur Carnac
Yves Rocher La Gacilly
Maison OBo
+ See You Vannes sur un espace à part.

25 septembre 2025 : Soirée Events L'afterwork à Rennes

Présence de Morbihan Affaires et du Bureau des Congrès Lorient - BtoBreizh et La Sellor

Bonne édition avec de nombreux contacts qualifiés.



🌊 Plan d'actions en local : 1^{er} semestre

11 mars 2025 :

Petit déjeuner suivi d'une conférence sur le bilan carbone d'un événement à la Grange Café

Une trentaine de participants lors de ce petit déjeuner
Et intervention de Jeanne Rioux de Yellow impact Sailing sur des outils de bilan carbone



1er avril 2025 :

Soirée Roadshow au Domaine Le Mezo dans la tente Saharienne

Une quinzaine de membres ont pu mettre en avant leur activité lors de cette soirée
104 personnes membres du réseau - 59 invités



26 mai 2025 :

Parade d'ouverture de La Semaine du Golfe, d 12h à 16h30

Sortie avec Izenah Croisières au départ de Port Blanc
120 personnes (68 membres et 52 invités)



Plan d'actions en local : 1^{er} semestre

2- 3 juillet 2025 : Eductour Agences événementielles en partenariat avec See You Vannes Affaires et Congrès et Lorient BtoBreizh. 15 agences participantes.

Soirée Réseau

2 juillet 2025 à Thalazur Carnac :

Présence des 15 agences événementielles et d'environ 80 membres



🌊 Plan d'actions en local : 2^{ème} semestre

9 septembre 2025 : Soirée Afterwork au Domaine de Suscinio

Découverte guidée du Domaine de Suscinio et Escape Game proposé par Celt'Aventures.
56 membres et 25 invités

14 octobre 2025 : Petit déjeuner à Ty Event Guidel (20 structures inscrites)

Speed meeting entre les membres du réseau,
suivi d'un teaser sur la prise de parole en public avec A pleine Voix.

30 octobre 2025 : Petit déjeuner en partenariat avec Quartier Libre à la Maison Obono – 30 personnes (invités et membres du réseau)

Pitch de 3 conférenciers sur le collectif.

20 novembre 2025 : Soirée Afterwork au Haras National d'Hennebont

Découverte libre du Haras National suivi d'une animation équestre dans la nouvelle salle événementielle « l'écrin ».
80 membres présents et 60 invités agences et entreprises.



🌊 Plan d'actions en local : 2^{ème} semestre

Les « soirées Réseau » des territoires

Vannes : **Territoire de réseaux** le 23 septembre 2025

Pontivy : **Fédéréresaux** Le 18 septembre 2025

Lorient : soirée réseau **Connect'in**, le 18 novembre 2025 avec la participation de quelques membres





Formations



Les formations

En janvier et février **7 sessions de formations** ont été mises en place sur l'IA et LinkedIn.
Une soixantaine de personnes ont pu participer à ces formations

Les 2 et 9 décembre : **atelier prise de parole** avec « A pleine voix »
Une trentaine de participants





Retrouver toutes les infos pro sur :
www.morbihan-pro.com

