

Plan d'actions 2023

CÔTES D'ARMOR DESTINATION



Côtes d'Armor Destination

7 rue Saint-Benoît
22000 SAINT-BRIEUC
02 96 58 06 58

QUI SOMMES-NOUS ? *Carte d'identité*



Crédits photos : L'Oeil de Paco, CAD
Réalisation : CAD
Mock-up & illustrations : Freepik
Impression : Roudenn Grafik
Mars 2023



Missions principales

Développer l'activité touristique,
renforcer la notoriété des Côtes
d'Armor et attirer de nouveaux
talents et professionnels de santé

Salariés 16

Organisation en 3 pôles

Ingénierie & Développement touristique
Numérique & Digital
Promotion & Attractivité

Champs d'intervention

Analyse des marchés touristiques
Développement de filières : Affaire, Groupe,
Randonnée, Loisirs
Promotion touristique
Attractivité territoriale

Actions programmées

81 en 2023

Sommaire

1. L'AGENCE, SES ENGAGEMENTS ET PRIORITÉS | P2
2. L'OBSERVATION TOURISTIQUE & L'INGÉNIERIE TERRITORIALE | P8
3. L'ACCOMPAGNEMENT DE FILIÈRES PROFESSIONNELLES | P12
4. LA PROMOTION TOURISTIQUE | P16
5. L'ATTRACTIVITÉ TERRITORIALE | P22
6. VIE STATUTAIRE | P26

L'ÉQUIPE



CÉDRIC ROUVRAIS

SYLVIE PINAULT

MIRIEL MAUGÈRE

CHRISTIANE GUERVILLY

BÉNÉDICTE ABHERVÉ

YOHANN OUILGARS

CAROLE COJJEAN

YOUN-ÉLIE FROBER

NADÈGE DURAND

AMÉLIE ALLAIRE

SANDRINE NAUDIN

ARMONIE PERRO

OLIVIER FALCHIER

VINCENT CORRE

SOPHIE RIBOUCHON

NOS VALEURS

01 FÉDÉRER

RASSEMBLER NOS PARTENAIRES AUTOUR DE PROJETS COMMUNS

02 EXPÉRIMENTER

OSER LA NOUVEAUTÉ ET PORTER DE NOUVEAUX PROJETS

03 ÊTRE PRAGMATIQUE

APPORTER DES RÉPONSES CONCRÈTES À DES PROBLÉMATIQUES

04 S'ADAPTER & SE RÉINVENTER

POUR RÉPONDRE À LA DEMANDE ET AUX ÉVOLUTIONS DES MARCHÉS

05 ÊTRE SOLIDAIRE & CONVIVAL

TRAVAILLER EN ÉQUIPE ET SE RENDRE DISPONIBLE POUR LES AUTRES

NOS ENGAGEMENTS RSE en 2023

ENGAGEMENT 1 : ÊTRE UN EMPLOYEUR RESPONSABLE

1 
Digitaliser les outils
de gestion RH

2 
Renforcer la
transmission
d'informations

3 
Aménager une salle
de créativité

ENGAGEMENT 2 : ÊTRE UN ACTEUR À FAIBLE EMPREINTE ÉCOLOGIQUE

4 
Inciter au
co-voiturage

5 
Mesurer l'impact
carbone des
hébergements web

6 
S'engager dans la
semaine des mobilités
durables

ENGAGEMENT 3 : ÊTRE UN ACHETEUR ÉCO-RESPONSABLE À DIMENSION SOCIALE

7 
Former un salarié aux
achats responsables

8 
Intégrer des critères
de durabilité dans nos
appels d'offres

9 
Privilégier les achats
éco-responsables au
quotidien

ENGAGEMENT 4 : ÊTRE PROMOTEUR D'UNE DESTINATION DURABLE

10 
Diffuser le book des
bonnes pratiques de
tourisme durable

11 
Promouvoir les
expériences proposées
par les guides nature

NOS PRIORITÉS 2023

ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

CONSTRUIRE UNE NOUVELLE STRATÉGIE PROMOTIONNELLE À 3 ANS

Définition et mise en place d'une **stratégie marketing pour la promotion touristique** des Côtes d'Armor **sur 3 ans** (2023-2025) autour d'un **tourisme responsable et de 4 saisons**

CONSOLIDER L'ÉVÈNEMENT « LES MINUTES BLEUES »

Organisation de la **2^{ème} édition de l'évènement** avec un réseau de partenaires élargi et une programmation enrichie de **nouvelles expériences** à découvrir dans les sites de loisirs et de culture costarmoricains.

POURUIVRE LA CRÉATION D'OFFRES EXPÉRIENTIELLES SUR L'AUTOMNE-HIVER

Consolidation des ateliers d'écriture avec les Offices de Tourisme, **création d'offres** pour les personnes avec un **handicap**, **valorisation d'expériences** proposées par des **guides nature**

OBSERVATION TOURISTIQUE

CRÉER UNE « COLLECTION OBSERVATION » DÉDIÉE AUX PROFILS CLIENTS

Analyse et valorisation à l'échelle départementale et locale des résultats des études sur les **nouveaux comportements et attentes clients**.
Construction d'une **série de documents** dédiés et communication vers les acteurs du tourisme

LANCER UN NOUVEAU CONCEPT MARKETING « TALENTS »

Renforcement des **actions de notoriété** s'appuyant sur un nouveau discours affirmé autour de l'**épanouissement** personnel et du **réseau**.
Développement de la **GRC** et consolidation de l'**accompagnement des talents**

DÉFINIR UN NOUVEAU DISPOSITIF PARTENARIAL SUR 3 ANS (2024-2027)

Réalisation du **bilan des campagnes Talents et Santé 2021-2023**, définition des contours d'un **nouveau dispositif partenarial à 3 ans** et lancement des **actions de démarchage**

NOS GRANDS RENDEZ-VOUS en 2023

1ER FEV - 16 & 21 MARS

**RENCONTRE DES ÉTUDIANTS
EN MÉDECINE À RENNES ET BREST**

Opération de promotion
dans 2 universités

27 & 28 FEV & 1ER MARS

**SÉMINAIRE DE CLÔTURE
« EXPÉRIENCE » À MORLAIX**

Rencontre franco-anglaise
des partenaires du
Programme Européen
Interreg Expérience

4 & 5 AVRIL

BOURSE D'ÉCHANGES OT

Diffusion et échange
de documentations
touristiques entre Offices
de Tourisme

9 AVRIL

JOURNÉE DES LOISIRS

Opération de lancement
de la saison dans les
sites de loisirs

12 & 13 AVRIL

SALON SO ÉVÈNEMENT À NANTES

Tourisme d'Affaires
& rencontres BtoB

JUILLET

**ACCUEIL DU COMITÉ TECHNIQUE
DE LA VÉLOMARITIME**

Journée d'échanges
et de travail autour de
l'itinéraire vélo

5 OCTOBRE

SOIRÉE « LES TROPHÉES DU TOURISME »

Grand débat et
remise de prix à 5 lauréats

OCTOBRE

**RENCONTRE DES ÉTUDIANTS
EN MÉDECINE À BREST ET RENNES**

Opération de promotion
dans 2 universités

OCTOBRE

**RENCONTRE VIRTUELLE
« 15 MINUTES AFFAIRES »**

Tourisme d'affaires / Rencontres
BtoB entre professionnels
du Mice et entreprises

01

27-29 JANV

SALON DU TOURISME DE RENNES
Salon Grand Public

02

16 MARS

**AFTERWORK « MICE PLACE CITY »
À PARIS**

Tourisme d'Affaires /
Rencontres BtoB

03

24 - 26 MARS

SALON DU RANDONNEUR DE LYON
Salon Grand Public

04

6 JUIN

WORKSHOP ANCV

Rencontres entre des
prestataires touristiques et
des Comités d'Entreprise
du Grand Ouest

06

19 JUIN

**SOIRÉE PARTENAIRES & NOUVEAUX
INSTALLÉS EN CÔTES D'ARMOR**
Soirée de convivialité

07

JUIN

JOURNÉE « LE MOI D'ESSAI »

Opération de rencontres
entre des talents et des
entreprises

09

SEPTEMBRE

LE « GRAND TOUR DE GARDE »

Journée d'accueil
d'étudiants en
médecine

10

28 OCT-5 NOV

ÉVÈNEMENT « LES MINUTES BLEUES »

Des visites insolites dans
des sites de loisirs et de
culture à l'heure bleue

11



Pour apporter un regard qualitatif sur les nouvelles tendances touristiques et mesurer la satisfaction des visiteurs, plusieurs études vont être restituées en 2023. Ces données vont permettre aux acteurs du tourisme d'enrichir leur connaissance du marché et d'adapter leurs stratégies commerciales et promotionnelles. Cette année, CAD va se mobiliser sur l'analyse, à l'échelle départementale et locale de ces informations, leur intégration dans les outils de suivi de l'observatoire et leur promotion en direction des collectivités et des professionnels costarmoricains.

BAROMÈTRE DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

CAD suit la conjoncture touristique à partir des données Flux Vision Orange, des enquêtes réalisées auprès des professionnels et des prévisions de réservations à 6 mois des locations en plateforme.



Suivez la conjoncture
touristique sur Armorstat
«Tendances du tourisme»

NOS OBJECTIFS 2023

ENQUÊTES

7 enquêtes menées auprès des professionnels
1 par mois, d'avril à octobre

BILANS

6 bilans formalisés dans l'année : Vacances d'hiver, Vacances de printemps, Mai-Juin, Bilan estival, Toussaint et arrière-saison, Noël

NEWSLETTERS

1 news « Observation » envoyée chaque mois
Destinataires : Collectivités, Organismes, OT, Professionnels

SUIVIS

Actualisation mensuelle des tableaux de bord de l'activité touristique
Flux touristiques / Réservations de location entre particuliers

ACTUALISATION DES OUTILS POUR LES PROFESSIONNELS, LES PORTEURS DE PROJET & LES TERRITOIRES

CAD met à disposition des professionnels des éléments nécessaires à l'analyse de leur positionnement et à l'élaboration de leur business plan. Elle propose également un panorama de l'activité touristique à l'échelle de chaque agglomération.

Au programme en 2023

Fiches Repères

Actualisation des 4 fiches

Hôtellerie | Hôtellerie de plein air
Chambres d'hôtes | Meublés de tourisme



Consultez nos fiches
sur www.cad22.com

Fréquentation des hébergements et sites de loisirs

Mise à jour régulière des tableaux de suivi

Hôtels | Campings | Locations en plateforme de réservation | Sites culturels et de loisirs | Sites naturels | Demandes dans les Offices de Tourisme



Accédez à tous les
tableaux de bord sur
Armorstat.com

Profilis touristiques des territoires

Actualisation et enrichissement des données

Types d'hébergements | TO | Flux touristiques | Avis des professionnels | Taxe de séjour collectée | Fréquentation des grands sites...



Découvrez l'Observatoire
des territoires sur
Armorstat.com

ARMORSTAT, L'OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE & TOURISTIQUE DES CÔTES D'ARMOR

Armorstat est le site de référence pour tout savoir sur les Côtes d'Armor et ses territoires. Il est animé conjointement par l'ADAC (Agence Départementale d'Appui aux Collectivités) et Côtes d'Armor Destination. Les analyses de conjoncture, les tableaux de bord des territoires et les études réalisées par CAD sont mises en ligne sur Armorstat.com et accessibles par tous.

www.armorstat.com



PRIORITÉ

CREATION D'UNE « COLLECTION » DEDIEE AUX PROFILS ET COMPORTEMENTS CLIENTS



2023

EN 2023, CAD PROPOSERA UNE SÉRIE DE DOCUMENTS SUR LES NOUVEAUX COMPORTEMENTS ET ATTENTES DES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN BRETAGNE

MARS-AVRIL

LES PANORAMAS « JEUNES »

GÉNÉRATIONS ALPHA (0-12 ANS), Z (13-22 ANS) ET Y (23-43 ANS)

Que représentent-ils pour le tourisme costarmoricain ?
Quels sont leurs centres d'intérêt ?
Quelles sont leurs attentes et comment les satisfaire ?

JUIN À DÉCEMBRE

LES FICHES « REFLET »

CLIENTÈLES TOURISTIQUES ET EXCURSIONNISTES

PAR PROFIL EN CÔTES D'ARMOR

Déclinaison à l'échelle départementale des résultats de la nouvelle étude REFLET 2022 - Partenariat CRT Bretagne

MAI

LE PANORAMA DES « AVIS CLIENTS » SUR LE WEB

Analyse des expériences en Côtes d'Armor à partir des avis clients postés sur Internet par saison et par type de prestation (hébergements, équipements de loisirs et sites de visites)

Partenariat TCI Research - TRAVELSAT



+ D'INFOS
SUR
WWW.CAD22.COM



PILOTE

Le CRT Bretagne, en partenariat avec les Agences Départementales de Développement Touristique et les Offices de tourisme

FINANCEURS 22

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DES CÔTES D'ARMOR

CÔTES D'ARMOR DESTINATION VIA LE PROGRAMME EUROPÉEN INTERREG EXPÉRIENCE

11 MOIS

D'ENQUÊTES SUR LE TERRAIN

FEV

DE FÉVRIER À DÉCEMBRE 2022

DEC



PLUS DE 40 000 QUESTIONNAIRES COMPLÉTÉS POUR LA BRETAGNE DONT 5 000 EN CÔTES D'ARMOR



338 POINTS ENQUÊTÉS

en Bretagne dont 60 EN CÔTES D'ARMOR

DANS DES SITES DIVERSIFIÉS



...ET DANS LES OFFICES DE TOURISME, SUR LES MARCHÉS, DANS LES GARES, DANS LES CENTRES NAUTIQUES...

1

OBJECTIFS

DISPOSER D'UNE PHOTOGRAPHIE DES VISITEURS EN BRETAGNE

(excursionnistes, touristes, clientèle affaires, résidences secondaires...)

- PROFILS DÉTAILLÉS
- COMPORTEMENTS
- MOTIVATIONS
- SATISFACTION...

2

APPRÉHENDER LES ÉVOLUTIONS DE COMPORTEMENTS DES CLIENTÈLES

depuis 2016

- COMPORTEMENTS DE RÉSERVATION
- HÉBERGEMENTS PRIVILÉGIÉS
- ASPIRATIONS TOURISME DURABLE
- IMPACTS LGV, BREXIT, COVID-19



LES PREMIERS RÉSULTATS SONT PRÉVUS POUR LE PRINTEMPS

Ils seront déclinés à l'échelle des Côtes d'Armor par CAD en 5 publications à partir de juin 2023

3. L'ACCOMPAGNEMENT DE FILIÈRES PROFESSIONNELLES



En 2023, l'Agence poursuivra son accompagnement des professionnels sur 4 filières : Affaires, Groupes, Randonnée et Loisirs. Elle anime chaque réseau, engage des actions de promotion et de démarchage.

LA FILIÈRE « AFFAIRES »

3 OBJECTIFS EN 2023

POURUIVRE LE DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU

ACCENTUER LES ACTIONS DE PROSPECTION EN DIRECTION DU GRAND OUEST ET DE L'ÎLE-DE-FRANCE

RENFORCER LE SUIVI DES CONTACTS RENCONTRÉS LORS DES OPÉRATIONS DE DÉMARCHAGE

LE PROGRAMME 2023

Promotion de l'offre séminaires en Côtes d'Armor

Animation du site web et campagnes newsletters

Participation à Mice Place City Paris

Afterwork / Rencontres BtoB & agences réceptives

Salon So Événements Nantes

RDV programmés et rencontres avec des entreprises de l'Ouest

Démarchage commercial BZH

Prospection et démarchage téléphonique

Rencontre virtuelle

« 15 minutes Affaires »

RDV entre professionnels costarmoricains et entreprises

LE RÉSEAU « CÔTES D'ARMOR AFFAIRES » *en bref*

Qui ?

55
PARTENAIRES

**HÉBERGEMENTS, ACTIVITÉS
DE TEAM BUILDING, AGENCES
ÉVÈNEMENTIELLES**

**DANS TOUTES LES
Côtes d'Armor**

Découvrez toute l'offre « Affaires » sur
www.affaires.cotesdarmor.com

LA FILIÈRE « GROUPES »

Cette année, l'Agence poursuivra son action autour de 2 grands axes :

MARCHÉ « MINI-GROUPES »

Enrichissement du catalogue des séjours Création en partenariat avec les OT et professionnels

Analyse des débouchés « marché »

Démarchage auprès d'agences de voyages sur 2 cibles : agences Grand Ouest et agences spécialisées sur le bien-être

Bilan & positionnement

Au terme d'une période « test » de 2 ans, l'Agence dressera un bilan et actera son positionnement sur ce marché pour 2024

MARCHÉ « GROUPES »

Renforcement du partenariat avec les Offices de Tourisme

Animation du réseau « Groupes »
Échanges et réflexions sur des actions partagées

Promotion des offres

Animation du site web « Groupes »
Campagne annuelle Tour Mag

Promotion commerciale

Enrichissement des bases de données « prospects » et campagnes de démarchages « autocaristes »

Retrouvez les offres et brochures Groupes et mini-groupes sur www.groupes.cotesdarmor.com

LA FILIÈRE « RANDONNÉES »

L'Agence consolidera, en 2023, son positionnement en faveur du développement de la randonnée vélo et pédestre.

Financement des grands itinéraires vélo La Vélomaritime et La Vélodyssée

Implication dans les instances nationales pour l'animation, la valorisation et le développement de services autour de ces itinéraires.

Animation du site web et des réseaux sociaux de La Vélomaritime pour l'ensemble de l'itinéraire français

Animation des réseaux pour la labélisation « Accueil vélo » en partenariat avec les Offices de Tourisme et le CRT Bretagne

Promotion du tourisme de randonnée et à vélo

Enrichissement du site rando.cotesdarmor.com

Campagnes webmarketing
Participation au Salon de la randonnée à Lyon

Travail spécifique autour de l'itinéraire Mon Tro Breizh



Découvrez les grands itinéraires sur rando.cotesdarmor.com

LA FILIÈRE «LOISIRS»

ORGANISATION DE LA 4^{ÈME} JOURNÉE DES LOISIRS EN CÔTES D'ARMOR

Opération de lancement de la saison touristique dans les sites de loisirs en partenariat avec les autres départements bretons

PARTICIPATION AUX RENCONTRES ANCV

Workshop à destination des Comités d'Entreprises en partenariat avec les autres départements bretons

MISE EN PLACE D'UNE CAMPAGNE DE PROMOTION MUTUALISÉE

Achats d'espaces publicitaires partagés entre sites de loisirs pour toucher les costarmoricains et touristes en séjour durant tout l'été

LES MINUTES BLEUES

UN ÉVÈNEMENT UNIQUE EN CÔTES D'ARMOR



1 SEMAINE DE RDV PENDANT LES

VACANCES D'AUTOMNE POUR FÊTER EN DOUCEUR LE PASSAGE À L'HEURE D'HIVER

CRÉÉ EN 2022



DES VISITES UNIQUES, INÉDITES, INSOLITES

DANS DES SITES DE LOISIRS ET DE CULTURE



ABBAYES, CHÂTEAUX, MUSÉES, SITES NATURELS...



À L'HEURE BLEUE

AU LEVER DU JOUR ET AU COUCHER DU SOLEIL

DANS LA LUMIÈRE BLEUE DE L'AUBE OU DU CRÉPUSCULE

— Nos objectifs en 2023

Lancer la deuxième édition

Pérenniser l'évènement dans le temps

Augmenter le nombre de sites partenaires

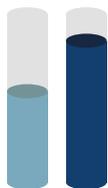
+ de sites de loisirs (8 en 2022)
+ d'Offices (3 en 2022)

Enrichir la programmation de nouvelles visites

Exclusives en Automne-Hiver
(55 RDV proposés en 2022)

Densifier la communication

Faire connaître l'évènement à un public plus large



**FINALISER LA CRÉATION DE
190 EXPÉRIENCES
À VIVRE EN AUTOMNE-HIVER
EN CÔTES D'ARMOR**

**PROPOSER UNE SOLUTION
« DERNIER KILOMÈTRE »
AUX VISITEURS AVEC LA CRÉATION D'UN
« MÉTROMINUTO »
EN PARTENARIAT AVEC
LA VILLE DE SAINT-BRIEUC**



**METTRE EN LIGNE 20 NOUVEAUX ITINÉRAIRES
TOURISTIQUES SUR COTESDARMOR.COM**



**ENRICHIR LES SUPPORTS DE
PROMOTION ET PERSONNIFIER
LES EXPÉRIENCES PAR LA
PRODUCTION DE NOUVELLES
PHOTOS ET VIDÉOS**

**CRÉER ET VALORISER DES OFFRES
ACCESSIBLES À TOUS
LES « HANDI EXPÉRIENCES »**



**ORGANISER UN ÉVÈNEMENT DE CLÔTURE
EN CÔTES D'ARMOR ET À L'ÉCHELLE DU PROJET
ASSOCIANT LES PARTENAIRES FRANCO-ANGLAIS**



**DRESSER LE BILAN
DES 3 ANS ET DEMI DU PROJET
(2019-2023)**



**RÉALISER ET RESTITUER
LE RAPPORT FINAL
EXPÉRIENCE AUX
INSTITUTIONS EUROPÉENNES**



**LANCER LA COLLECTION AUTOMNE-HIVER 2023-2024
ET POURSUIVRE LA DYNAMIQUE ENGAGÉE AUTOUR DU
DÉVELOPPEMENT D'UN TOURISME DE 4 SAISONS**

4. PROMOTION TOURISTIQUE



La promotion touristique des Côtes d'Armor est au cœur des missions de l'Agence. En 2023, l'objectif est de continuer à construire la notoriété des Côtes d'Armor en s'appuyant sur ses grands sites et marqueurs identitaires, tout en développant une stratégie promotionnelle autour d'un tourisme responsable et de 4 saisons.

PRIORITÉ DÉFINITION D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE PROMOTIONNELLE SUR 3 ANS (2023-2025)

3 OBJECTIFS EN 2023

DÉFINIR UN POSITIONNEMENT MARKETING TOURISTIQUE pour les Côtes d'Armor
Mise en place d'une signature et d'une charte

ADOPTER UN CONCEPT PROMOTIONNEL SUR LE PRINTEMPS-ÉTÉ s'appuyant sur des filières identifiées porteuses d'un tourisme responsable

DÉTERMINER UN PLAN MÉDIAS SUR 3 ANS et le mettre en œuvre dès 2023 à travers 2 campagnes promotionnelles annuelles Printemps-Eté et Automne-Hiver

IDENTIFIER ET PROMOUVOIR DES OFFRES EXPÉRIENTIELLES en partenariat avec les Offices de tourisme et les professionnels

Ce travail sera mené en collaboration avec l'Agence Signe des Temps



SALONS DU TOURISME- LES COTES D'ARMOR À RENNES ET LYON EN 2023

CAD et ses partenaires ont décidé de participer à 2 salons grand public en 2023. En janvier à Rennes, pour séduire et fidéliser des visiteurs de proximité et à Lyon, en mars, pour sensibiliser une nouvelle clientèle long séjour adepte de randonnée

Salon du Tourisme de Rennes

Sur un stand « Côtes d'Armor », CAD sera accompagnée de 8 partenaires : OT Bretagne Côte de Granit Rose | OT de Perros-Guirec | OT Baie de Saint-Brieuc | OT Bretagne Centre Tourisme | OT du Kreiz-Breizh | Camping des Hautes Grées à Erquy | La Vallée des Saints à Carnoët | Les Maisons de Louis à Paimpol

Salon du Randonneur de Lyon

L'offre de randonnée pédestre et à vélo des Côtes d'Armor ainsi que les services associés seront valorisés avec 7 partenaires : OT Bretagne Côte de Granit Rose | OT de Perros-Guirec | OT de la Baie de Saint-Brieuc | OT Bretagne Centre Tourisme | OT Guingamp Baie de Paimpol | Agence Kaouann à Dinan | Gîtes de France - Côtes d'Armor

CARTE TOURISTIQUE

170 000
EXEMPLAIRES ÉDITÉS

115 000
FRANÇAIS



35 000
ANGLAIS



20 000
ALLEMAND



Distribution aux OT lors d'une bourse d'échanges

Les 4 & 5 avril

23 annonceurs partenaires

100 % de renouvellement par rapport à l'édition précédente

Livraison en mai et septembre

Après des adhérents de l'Agence

Refonte du verso du support

Valorisation d'expériences dans les destinations et intégration de suggestions d'itinéraires randonnées

RENFORCEMENT DE LA MISSION PRESSE

En 2023, CAD renforce ses missions en direction de la presse.

**Mise en place
d'un partenariat**
avec une agence
de presse sur Paris

**Deux dossiers
de presse réalisés**
Complétés de commu-
niques tout au long de
l'année
Diffusion presse touristique
nationale et locale

**Programmation d'un
accueil de presse**
« **Groupes** »
Et d'accueils individuels
de journalistes

Objectif

Renforcer la visibilité
des Côtes d'Armor dans
les médias touristiques
nationaux

TROPHÉES DU TOURISME - LANCEMENT DE LA 5^{ÈME} ÉDITION

CAD renouvelle, en 2023, sa participation à l'organisation des Trophées du Tourisme aux côtés du Crédit Agricole des Côtes d'Armor, de Cerfrance, de Couëdic-Madoré Holding (Brit Hôtel), des Gîtes de France, de la CCI des Côtes d'Armor, de Saint-Brieuc Expo Congrès et de la Chambre d'Agriculture des Côtes d'Armor.

— AU PROGRAMME —

UN GRAND TÉMOIGNAGE

LA REMISE DES PRIX AUX LAURÉATS

UN MOMENT DE CONVIVIALITÉ ET DE PARTAGE

Nouveauté

EN COMPLÉMENT, CAD PILOTERA
LA MISE EN ŒUVRE D'UNE
MISSION PHOTOS OFFERTE, PAR
L'ENSEMBLE DES PARTENAIRES, AUX
LAURÉATS RÉCOMPENSÉS DEPUIS
LE LANCEMENT DES TROPHÉES DU
TOURISME.

PROMOTION SUR LE WEB

En 2023, la stratégie digitale de Côtes d'Armor Destination engagée il y a 5 ans se poursuit avec comme objectif principal de générer du trafic sur cotesdarmor.com.



www.cotesdarmor.com

Enrichissement des contenus touristiques du site

Déploiement d'une stratégie de net-linking débutée en 2022

Optimisation technique du site web pour permettre d'améliorer son référencement naturel

Campagnes webmarketing

22 campagnes programmées en 2023

Référencement sur les moteurs de recherche Google et Microsoft

Promotion des 7 sites incontournables, des filières (équipements de loisirs, randonnée) et des partenaires sur les Réseaux Sociaux (Facebook, Instagram, TikTok et Pinterest) via des campagnes ciblées

Partenariats avec les guides touristiques nationaux (Petit Futé, Lonely Planet) pour promouvoir les Côtes d'Armor sur leurs supports digitaux

Réseaux Sociaux

Relance de notre positionnement sur le réseau Pinterest

Développement des communautés sur Instagram, Facebook et TikTok

Maintien de notre taux d'engagement, parmi les plus hauts des ADT français.

Objectifs

Stabiliser la fréquentation du site à **1,8 million de visites**
20 000 abonnés Instagram
75 000 abonnés Facebook

GESTION DE LA RELATION CLIENTS

En 2023, CAD va poursuivre ses actions visant à rendre plus efficiente sa Gestion de la Relation Clients et enrichir ses fichiers de prospects.

Consolidation de la GRC départementale mutualisée

Accueil de nouveaux OT partenaires

Amélioration de la qualification des prospects

Affinités / Intérêt / Périodes de séjour

Élargissement des sources de collecte

Objectifs : fichier de 25 000 prospects en fin d'année

Envoi de 11 newsletters dans l'année

Cibles Grand Ouest et France

ACCOMPAGNEMENT À LA DIGITALISATION COMMERCIALE

Installation de la solution Elloha pour les acteurs costarmoricains sur demande

Travail mené en partenariat avec le CRT (co-financement)

Gratuité proposée aux adhérents sur le module de base

Objectif

Permettre aux professionnels costarmoricains de se commercialiser en ligne

TOURINSOFT

CAD pilote le Système d'Information Touristique à l'échelle départementale. Ce dispositif multi-partenarial permet d'alimenter l'ensemble des sites internet des Offices, des Agences Départementales de développement Touristique et du CRT Bretagne.

Le rôle de l'Agence

Être l'interface avec le prestataire de l'outil

Suivre les évolutions du logiciel

Animer le réseau des OT des Côtes d'Armor

Répondre aux demandes techniques au quotidien

Former des partenaires aux évolutions du logiciel

Renseigner et conseiller sur les nouvelles fonctionnalités de l'outil

Les accompagner dans l'appropriation des évolutions

LES PROJETS 2023

Livraison du nouveau module « accueil » permettant aux OT d'apporter des conseils individualisés aux visiteurs (mise en place de carnets de voyage)

Livraison du nouveau module de « base de données » pour améliorer l'utilisation de l'outil

LE WIDGET, *késako* ?

Professionnels du tourisme, affichez les informations touristiques des Côtes d'Armor en temps réel sur votre site web

Widget Tourisme Côtes d'Armor

Les informations touristiques des Côtes d'Armor
en temps réel sur votre site

Un widget ?

Un widget, c'est un module **gratuit** qui s'intègre sur votre site web pour apporter des informations complémentaires à vos internautes.



Mise à jour
automatique
en temps réel



Personnalisable



Facile à intégrer
soi-même

Quelles possibilités ?

l'agenda
des manifestations

les activités
de loisirs

les expériences
costarmoricaines

autour de votre établissement

Je crée mon Widget

1

Je me rends sur

www.widget.cad22.com



2

Je personnalise mon
widget
(couleurs, nature de
l'information...)

*Un lien est généré
automatiquement*

3

Je copie/colle le lien
et l'intègre sur mon site
Internet
*Aussi facilement
que l'intégration
d'une vidéo Youtube !*

Pour + d'infos

Olivier FALCHIER
Côtes d'Armor Destination
02 96 62 72 14 - ofalchier@cad22.com

5. ATTRACTIVITÉ TERRITORIALE



En 2023, l'objectif est de renforcer le travail de notoriété du territoire, toujours par l'exemple, avec un discours affirmé autour de l'épanouissement personnel et de préparer la mise en place d'un nouveau dispositif partenarial sur 3 ans pour les campagnes Talents et Santé.

ATTRACTIVITÉ « SANTÉ »

LES ÉTUDIANTS EN MÉDECINE AU CŒUR DU PLAN D' ACTIONS 2023

3 GRANDS OBJECTIFS

POURUIVRE LE TRAVAIL DE NOTORIÉTÉ ENGAGÉ DEPUIS 2 ANS

ACCENTUER LES PRÉSENCES AUPRÈS DES ÉTUDIANTS INTERNES ET EXTERNES

VALORISER ET METTRE EN AVANT NOTRE CARTE MAÎTRESSE : LE RÉSEAU & L'ACCUEIL

UNE COMMUNICATION RENFORCÉE VERS LES ÉTUDIANTS

À la rencontre des étudiants sur leurs lieux d'études

Présences dans les Universités de Brest et Rennes en février, mars et octobre avec l'appui des professionnels (AUMG – Assistant Universitaire de Médecine Générale) et des Facultés.

Objectif

Sensibiliser les étudiants à l'organisation de la santé en Côtes d'Armor, à l'exercice coordonné qui se professionnalise au sein des territoires costarmoricains et à l'offre de stages d'Externat et Internat.

Un évènement conjuguant rencontres professionnelles et activités de loisirs
CAD souhaite organiser une journée évènement, à destination des étudiants en médecine de Bretagne. Elle alliera rencontres professionnelles, activités de loisirs et découverte du territoire.

Objectif

Séduire et créer de nouveaux liens avec les étudiants.

UN PLAN MÉDIA VISANT ÉGALEMENT LES PROFESSIONNELS

SPOT RADIO

DIFFUSÉ EN PRÉ-ROLL SUR
LES PLATEFORMES AUDIO
(DEEZER, SPOTIFY, SOUN-
DCLOUD), DES WEB RADIO ET
PODCASTS

PRINTEMPS

FACEBOOK ET LINKEDIN

UNE CAMPAGNE EN FIL ROUGE
/ POSTS FIXES ET NOUVELLE
VIDÉO PROMOTIONNELLE

AVRIL À OCTOBRE

SEA

ACHAT DE MOTS CLÉS
GOOGLE

AVRIL À OCTOBRE

BILAN

BILAN 2021-2023 : UNE VIDÉO DES ACTIONS ET RÉSULTATS



Retrouvez la campagne
d'attractivité Santé



À savoir

LA CAMPAGNE SANTÉ EST DÉFINIE EN PARTENARIAT AVEC LE CONSEIL DÉPARTEMENTAL, FINANCEUR DU PROJET, ET TRAVILLÉE AVEC DES STRUCTURES DE SANTÉ DONT L'ARS, L'ORDRE DES MÉDECINS, L'HÔPITAL YVES LE FOLL, LES UNIVERSITÉS DE RENNES ET BREST, AINSI QU'AVEC LES COMMUNAUTÉS DE COMMUNES ET D'AGGLOMÉRATION DES CÔTES D'ARMOR.

PRIORITÉ ATTRACTIVITÉ « TALENTS »

PRIORITÉS 2023

DONNER PLUS DE VISIBILITÉ AU TERRITOIRE TOUJOURS PAR L'EXEMPLE

Investir en notoriété

AVEC UN DISCOURS AFFIRMÉ

Créer un nouveau concept

NE PAS RELÂCHER SUR L'ACCOMPAGNEMENT

Mobiliser les partenaires

PRÉPARER L'AVENIR

Définir un nouveau projet partenarial à 3 ans

UN PLAN D'ACTIONS ALLIANT NOTORIÉTÉ ET ACCUEIL

REPLAY

UNE CAMPAGNE SUR MYTF1
ET FRANCE.TV AUTOUR
D'UN NOUVEAU CONCEPT
PROMOTIONNEL ET D'UNE
NOUVELLE VIDÉO

MAI OU JUIN

TIKTOK

SE POSITIONNER À
TRAVERS UNE SÉRIE
DE COURTES VIDÉOS DE
NÉO-COSTARMORICAINS

MAI OU JUIN

FACEBOOK

COMMUNICATION EN FIL
ROUGE / POSTS FIXES ET
VIDÉO

AVRIL À NOVEMBRE

PARIS JE TE QUITTE

TOUCHER UNE CIBLE
INTENTIONNISTE

JANVIER À OCTOBRE

ÉVÉNEMENT

OPÉRATION « EMPLOI » EN
CÔTES D'ARMOR

AU PRINTEMPS

ÉVÉNEMENT

UNE SOIRÉE D'ACCUEIL DES
NOUVEAUX INSTALLÉS

AU PRINTEMPS

GUIDES D'INSTALLATION

CRÉATION DE 1 OU 2 NOU-
VEAUX GUIDES INFRA-DÉ-
PARTEMENTAUX

BILAN 2021-2023

UNE VIDÉO DES ACTIONS ET
RÉSULTATS



Retrouvez la campagne
« Tout vivre
en Côtes d'Armor »

« TOUT VIVRE EN CÔTES D'ARMOR », EN QUELQUES MOTS ?

UNE DÉMARCHE LANCÉE EN **2015**

OBJECTIFS

1

OBJECTIF 1

RÉFORCER
LA NOTORIÉTÉ
DES CÔTES D'ARMOR

2

OBJECTIF 2

ATTIRER
DE NOUVEAUX
TALENTS

3

OBJECTIF 3

SÉDUIRE DES
PROFESSIONNELS
DE SANTÉ

7 250
FANS 

4 000
ABONNÉS 

600 PERSONNES
ACCOMPAGNÉES DEPUIS
2019

50 INSTALLATIONS
EFFECTIVES
IDENTIFIÉES

AGIR POUR QUI ?

DES ENTREPRISES EN RECHERCHE DE NOUVELLES COMPÉTENCES

DES COLLECTIVITÉS SOUHAITANT ACCUEILLIR DE NOUVELLES FAMILLES

LES COSTARMORICAINS POUR AMÉLIORER LEUR ACCÈS AUX SOINS

ACTIONS

NOTORIÉTÉ

DES CAMPAGNES D'IMAGE EN TV, REPLAY, AUDIO ET SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR SUSCITER L'INTÉRÊT ET POSITIONNER LES CÔTES D'ARMOR PARMIS LES DESTINATIONS POSSIBLES DU GRAND OUEST

PROSPECTION

DES ACTIONS WEBMARKETING ET DES OPÉRATIONS DE DÉMARCHAGE POUR IDENTIFIER DES CANDIDATS À L'INSTALLATION EN BRETAGNE

INSTALLATION

DES RENCONTRES ET UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ, EN LIEN AVEC LES ACTEURS DE TERRAIN, POUR CEUX QUI SONT PRÊTS À SAUTER LE PAS

DES OUTILS

UN SITE WEB DÉDIÉ À L'ATTRACTIVITÉ TALENTS ET SANTÉ
WWW.TOUTVIVRE-COTESDARMOR.COM
41 TÉMOIGNAGES DE COSTARMORICAINS EN LIGNE
UNE COLLECTION DE GUIDES « S'INSTALLER À... »

20 PARTENAIRES PUBLICS
ET PRIVÉS
CO-FINANCEURS



6. VIE STATUTAIRE



COMPOSITION DU BUREAU (8 MEMBRES)

Présidente

Nathalie

TRAVERT-LE ROUX

Vice-Présidente
« Tourisme » au Conseil
Départemental, Canton
de Lamballe-Armor

Vice-Président

Denis HAMAYON

Vice-Président
« Tourisme » à
Saint-Brieuc Armor
Agglomération

Trésorière

Bénédicte BOIRON

Vice-Présidente
« Tourisme » à Lannion-
Trégor Communauté

Secrétaire

Jeanne-Noëlle

LAMOUR

Élue Chambre
de Commerce et
d'Industrie
Dirigeante Au Char à
Bancs - Plélo

Membres

Patrice KERVAON

Vice-Président
« Culture » au Conseil
Départemental, Canton
de Lannion

Jacques CHAUMET

Chef d'entreprise -
Hôtel Aigue Marine -
Tréguier

Mickaël DABET

Président de l'Office
de Tourisme Bretagne
Centre

Didier LECHIEN

Vice-Président
« Tourisme » à Dinan
Agglomération

au 31 décembre 2022

Collectivités Publiques**Nathalie TRAVERT-LE ROUX**

Vice-Présidente du CD22, Canton Lamballe-Armor

Patrice KERVAON, Vice-Président du CD22, Conseiller Départemental Canton de Lannion**Juliana SAN GÉROTÉO**, Conseillère Départementale Canton de Saint-Brieuc 1**Erven LÉON**, Conseiller Départemental Canton de Perros-Guirec**Marie-Christine COTIN**, Conseillère Départementale Canton de Plancoët**Philippe HERCOUËT**, Conseiller Régional**Bénédicte BOIRON**, Lannion Trégor Communauté**Joël HEUZÉ**, Lef Armor Communauté**Denis HAMAYON**, Saint-Brieuc Armor Agglomération**Josette CONNAN**, Guingamp-Paimpol Agglomération**Sandra LE NOUVEL**, CDC du Kreiz Breizh**Xavier HAMON**, Loudéac Communauté Bretagne Centre**Pierre LESNARD**, Lamballe Terre & Mer**Didier LECHIEN**, Dinan Agglomération**Organismes institutionnels du tourisme****Didier ALNO**, OT de Perros-Guirec**Sophie LATHUILLIÈRE**, OT de Saint-Quay-Portrieux**Laurence CORSON**, OT Falaises d'Armor**Laure MITNIK**, Binic-Étables-sur-Mer Tourisme**Mickaël DABET**, OT Loudéac Bretagne Centre**[Désignation en cours]**, OT Baie de Saint-Brieuc**Kristian CHENARD**, Tourisme Kreiz-Breizh Communauté**Johanna NEUMAGER**, OT de l'Île de Bréhat**Dominique LE THÉRISIEN**, Dinan Cap Fréhel Tourisme**Laurence HÉBERT**, OT Bretagne Côte De Granit Rose**Jean-Charles ORVEILLON**, OT Cap d'Erquy-Val-André**Anne-Lise CORLOUER**, OT Guingamp Baie de Paimpol**Hélène TURMEL**, OT Pléneuf-Val-André**Antoine CARIOU**, Comité Régional du Tourisme**Organisations Professionnelles & Touristiques****Marie-Christine LE CRUBIÈRE**, Chambre d'Agriculture**Jeanne-Noëlle LAMOUR**, Chambre de Commerce et d'Industrie**Bernard OMNÈS**, Chambre de Métiers et de l'artisanat**Sklaërenn BEAUTO**, MEDEF 22**Marc FRELAUX**, FNAIM**Yann COUZIGOU**, UMIH 22**Jean-Luc FINANCE**, UBHPA**Lucienne BOCQUÉHO**, Gîtes de France Côtes d'Armor**Nathalie HUGUET**, ACEL**Matthieu NICOL**, UD CGT**Personnalités qualifiées****Philippe QUINTIN**, Attractivité**Guillaume BLAISE**, La Passerelle**Jacques CHAUMET**, Hôtel Aigue Marine**Erwan GEFFROY**, Armor Navigation**Jean-Pierre VALÈS**, Réseau Tourisme**Pascal PELLAN**, Académie des Technologies**Lionel ROUSSELOT**, Licence Pro Tourisme Mazier

www.cad22.com
www.cotesdarmor.com
www.toutvivre-cotesdarmor.com



Côtes d'Armor Destination

7 rue Saint-Benoît
22000 SAINT-BRIEUC
02 96 58 06 58

