

BILAN D'ACTIVITÉS 2023

CÔTES D'ARMOR DESTINATION



Côtes d'Armor Destination

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

Sommaire

4 | Introduction

8 | Observation touristique et ingénierie territoriale

18 | Accompagnement des professionnels

26 | Promotion touristique

36 | Attractivité territoriale

42 | Agence et vie statutaire

Réalisation : Côtes d'Armor Destination | Édité en Mars 2024
Photos : L'Oeil de Paco
Mockup : Freepik



Nathalie TRAVERT-LE ROUX,
Présidente de Côtes d'Armor
Destination

Avec 26 millions de nuitées atteint, 2023 confirme l'attrait touristique des Côtes d'Armor. Nous ne pouvons que nous en réjouir. L'authenticité de notre territoire, sa culture et la beauté de ses paysages séduisent. L'engouement pour les festivals et les événements a été également remarquable nous rappelant comme la culture et les loisirs sont essentiels à la vie et à l'attractivité du territoire.

Toutefois, restons prudents. Chez les professionnels, les retours sont plus nuancés. L'inflation, la météo et la tempête Ciaran ont joué les trouble-fêtes, en particulier à l'été et à l'automne, impactant directement les activités de plein air, la restauration et touchant nos plus beaux sites naturels.

Ces événements nous remettent en mémoire que le secteur touristique est soumis aux aléas économiques, climatiques et qu'il est nécessaire de continuer à travailler, main dans la main, avec les partenaires publics et privés, au développement et à la promotion d'un tourisme durable, responsable et expérientiel.

La satisfaction client et la préservation de notre patrimoine constituent nos priorités. C'est le chemin qu'a emprunté CAD en 2023, et ce qu'elle continuera de porter en 2024, en développant les coopérations sur les filières touristiques, en initiant des opérations événementielles sur les 4 saisons, en construisant une observation à 360° et en déployant, progressivement, la nouvelle stratégie d'image départementale « Côtes d'Armor, en prendre plein la vie ».

Parce que la volonté est de continuer à accompagner le secteur du tourisme, le Département définira, en 2024, en lien étroit avec Côtes d'Armor Destination, un nouveau schéma de développement fixant un cap pour le tourisme de demain en Côtes d'Armor.

Notre ambition sera de proposer des actions permettant de conforter l'activité touristique, de répondre aux enjeux climatiques à venir et de proposer un tourisme équilibré. Un projet que nous bâtirons à vos côtés.

Belle année touristique à tous !

Nathalie TRAVERT-LE ROUX

Qui sommes-nous ?

en Bref

Côtes d'Armor Destination est l'Agence de Développement Touristique et d'Attractivité des Côtes d'Armor. Association financée par le Conseil Départemental, elle a pour rôle d'accompagner le développement de l'activité touristique en Côtes d'Armor, d'y attirer des touristes, des habitants, des talents, et de faire rayonner son image à l'échelle nationale.

 Statut Association	 Financier principal Le Conseil Départemental des Côtes d'Armor
15 salariés	
3 PÔLES Ingénierie & Développement Touristique Numérique & Digital Promotion & Attractivité	
81 actions menées	238 adhérents en 2023

Quelles sont nos missions ?

1 OBSERVER / ANALYSER LES MARCHÉS TOURISTIQUES

L'Agence met à disposition des professionnels et des territoires, des éléments d'analyse et d'observation des flux touristiques, de l'évolution de l'offre, des tendances et attentes clients

3 RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE ET LA VISIBILITÉ DU TERRITOIRE

Côtes d'Armor Destination mène toute l'année des actions de promotion auprès des clientèles cibles sur des marchés affinitaires et géographiques prioritaires (Grand-Ouest et Île-de-France).

2 ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS SUR DES FILIÈRES PRIORITAIRES

Groupes, Séminaires, Randonnées, Loisirs

CAD se positionne comme apporteur d'affaires pour les professionnels du tourisme d'affaires, de groupes, les loisirs et la randonnée. Pour chaque filière, un référent anime le réseau, engage des actions de promotion et de démarchage.

4 ATTIRER DE NOUVEAUX TALENTS ET DES PROFESSIONNELS DE SANTÉ EN CÔTES D'ARMOR

L'Agence pilote des campagnes d'attractivité vers le bassin francilien et le Grand-Ouest, en partenariat avec un réseau d'entreprises et de territoires costarmoricains.

NOS ACTIONS RSE EN 2023

En 2023, CAD a déployé son premier 1^{er} plan d'actions RSE.



Objectif
atteint



Partiellement
atteint



Poursuite de
l'action en 2024

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
hébergement 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

Création d'une **nouvelle signature territoriale « Côtes d'Armor, en prendre plein la vie »** et mise en place d'une **nouvelle stratégie de promotion touristique (2023-2025)** autour d'un **tourisme responsable et de 4 saisons.**

CONSOLIDER L'ÉVÉNEMENT « LES MINUTES BLEUES »

Organisation de la **2^{ème} édition de l'événement** avec un réseau de partenaires élargi à 17 sites de loisirs et de culture et à 5 Offices de tourisme costarmoricains.

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

Création et mise en valeur de nouvelles expériences Automne-Hiver avec les Offices de Tourisme et les professionnels. Travail spécifique réalisé sur les offres et itinéraires dédiés aux personnes à mobilité réduite.

OBSERVATION TOURISTIQUE

CRÉER UNE « COLLECTION OBSERVATION » DÉDIÉE AUX PROFILS CLIENTS

Réalisation et diffusion par newsletter, tout au long de l'année, d'une série de documents d'observation dédiés à **l'analyse des comportements, attentes et avis clients.**

LANCER UN NOUVEAU CONCEPT MARKETING « TALENTS »

Définition et mise en place d'une **stratégie promotionnelle** s'appuyant sur le concept **« Le Moi en Côtes d'Armor »** et déclinée en 2023 sur l'ensemble des nouveaux supports promotionnels web et vidéos.

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

Réalisation du **bilan des campagnes Talents et Santé 2021-2023** et présentation aux nouveaux partenaires. Définition d'un nouveau projet 2024-2026 et mise en place des **actions de démarchage.**

ATTRACTIVITÉ TALENTS & SANTÉ

NOS GRANDS RDV EN 2023

1ER FEV - 16 & 24 MARS
**RENCONTRE DES ÉTUDIANTS
EN MÉDECINE À RENNES ET BREST**
Opération de promotion
dans 2 universités

1ER & 2 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

4 & 5 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

10 & 12 OCTOBRE
**RENCONTRE VIRTUELLE
« 15 MINUTES AFFAIRES »**
Tourisme d'affaires / Rencon-
tres BtoB entre professionnels
du Mice et entreprises

13 OCTOBRE
JOURNÉE « LE MOI D'ESSAIS »
Opération de rencontres entre
des talents et des 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

09

15 SEPTEMBRE
LE « GRAND TOUR DE GARDE »
Journée d'accueil
d'étudiants en
médecine

10

30 & 31 OCTOBRE
VOYAGE PRESSE « LES MINUTES BLEUES »
Accueil de journalistes de
la presse touristique

11

29 OCT-4 NOV
ÉVÈNEMENT « LES MINUTES BLEUES »
Des visites insolites dans
des sites de loisirs et de
culture à l'heure bleue

**ANALYSER LE MARCHÉ DU TOURISME
EN CÔTES D'ARMOR ET ACCOMPAGNER
LES TERRITOIRES DANS LEUR DÉVELOPPEMENT**



L'OBSERVATOIRE DU TOURISME : DES OUTILS AU SERVICE DES COLLECTIVITÉS ET DES PROFESSIONNELS

Côtes d'Armor Destination anime l'observatoire du tourisme des Côtes d'Armor. Outil au service des professionnels, des collectivités et des porteurs de projet, il permet à chacun d'appréhender le marché, de connaître les tendances de consommation et de suivre la fréquentation touristique du territoire.

Les productions de l'observatoire du tourisme servent à répondre notamment aux questions suivantes :

- S'informer de la conjoncture touristique du département
- Connaître les profils de clientèle, leurs attentes et comportements
- Connaître l'offre d'hébergements, d'activités de loisirs et leurs fréquentations
- Mesurer la fréquentation des grands sites et véloroutes voies vertes
- Connaître le niveau de perception de la taxe de séjour dans les territoires
- Construire un business plan

Le baromètre de l'activité touristique

8 enquêtes réalisées auprès des professionnels

+ de 100 répondants par vague

6 bilans de saison formalisés au terme de chaque période de vacances scolaires

Un tableau de bord actualisé chaque mois pour suivre la conjoncture départementale

Les portraits de territoire

- Des **tableaux de bord actualisés** chaque mois pour **suivre la conjoncture** dans les territoires.
- **6 bilans annuels** réalisés pour les EPCI/OT (*Leff Armor Communauté, Lannion-Trégor Communauté, Saint-Brieuc Armor Agglomération, Dinan Agglomération, Guingamp-Paimpol Agglomération, Lamballe Terre & Mer*)



Les outils pour les pros

- Des tableaux de bord actualisés régulièrement pour **suivre la fréquentation des hébergements et sites de loisirs**.
- **4 fiches « Repère »** en ligne (hôtellerie, camping, gîtes, chambres d'hôtes).

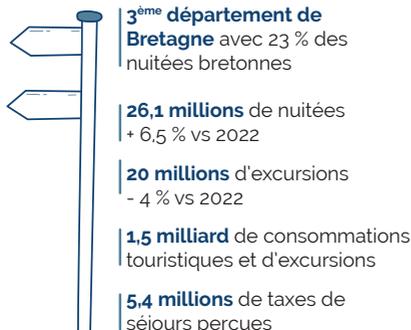
LE BILAN DE L'OBSERVATOIRE EN 2023



2023 : L'ANNÉE TOURISTIQUE EN CHIFFRES

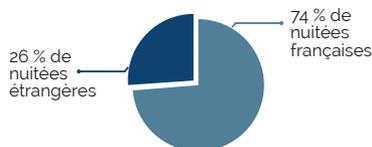
Baromètre de l'activité touristique en 2023

Économie touristique



La clientèle

- 74 % de nuitées françaises**
(31 % Île-de-France / 17 % Bretagne / 10 % Pays-de-la-Loire)
- 26 % de nuitées étrangères**
(24 % Allemagne / 17 % Royaume-Uni / 9 % Belgique)



Offre touristique

- 422 697 lits touristiques** dont 70 % sur le littoral
- 500 km** de véloroutes et voies vertes
- 400 km** de GR®34
- 4 000 événements** culturels et sportifs
- 14 930** anneaux de plaisance



Loisirs et hébergements

- 150 campings** accueillant 2,4 millions de nuitées (+ 6 % vs 2022)
- 161 hôtels** accueillant 1,1 million de nuitées (- 2022)
- 8 200 locations en plateformes** accueillant 1 million de nuits (+ 16 % vs 2022)
- 75 sites culturels et de loisirs** cumulant 2,6 millions de visites
- 2,8 millions de passages** sur les sites naturels et sentiers de randonnée



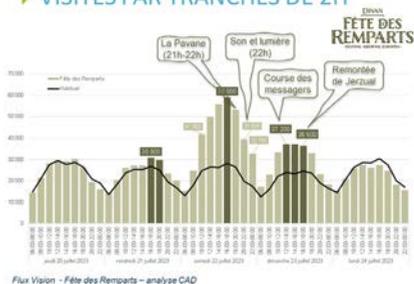
PANORAMA DES ÉTUDES 2023

Les études Flux Vision Événements

4 événements ont sollicité CAD en 2023 pour réaliser une analyse quantitative et qualitative de fréquentation en s'appuyant sur :

- Le **dispositif Flux Vision** qui permet de mesurer la fréquentation et les mobilités entre les territoires à partir de l'utilisation du réseau mobile Orange.
- Des **enquêtes visiteurs** auprès des festivaliers pour connaître leurs profils, comportements, motivations et appréciations.

VISITES PAR TRANCHE DE 2H



Les événements étudiés en 2023 par CAD :



Étude Palais des Congrès de Perros-Guirec

La Ville de Perros-Guirec a sollicité le concours de Côtes d'Armor Destination afin de réaliser une **étude sur le marché du tourisme d'affaires** détaillant :

- **L'offre** de tourisme d'affaires en France et en Bretagne
- **Le marché** (profil des manifestations, prix pratiques, nouveaux comportements clients)
- **Le positionnement** de Perros-Guirec

Ces éléments ont permis d'apporter un éclairage sur le marché, les enjeux actuels du tourisme d'affaires et le positionnement de la station et du Palais des Congrès dans l'écosystème costarmoricain et breton.



UNE SÉRIE DÉDIÉE AUX PROFILS ET COMPORTEMENTS DES CLIENTÈLES



2023

EN 2023, CAD A PROPOSÉ UNE SÉRIE DE DOCUMENTS DÉDIÉS AUX NOUVEAUX COMPORTEMENTS ET ATTENTES DES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN BRETAGNE.

7-28 MARS / 18 AVRIL

LES PANORAMAS « JEUNES »

Les marchés du tourisme et des loisirs doivent en permanence s'adapter aux comportements de consommation des clients. **La nouvelle collection des fiches « Génération » apporte des éclairages sur les comportements et attentes des clientèles Alpha, Y et Z.**

13-26 JUIN / 21 NOVEMBRE

LES FICHES REFLET 2022

6 ans après REFLET 2016, l'enquête REFLET 2022 apporte une photographie actualisée et détaillée des touristes ayant séjourné en Bretagne et en Côtes d'Armor en 2022. L'enquête s'appuie sur l'analyse de 27 985 questionnaires de touristes ayant séjourné en Bretagne dont 5 407 en Côtes d'Armor. **Les 3 premières déclinaisons ont porté sur les portraits des touristes, leur comportement et leur origine géographique.**

9-23 MAI

LES ÉTUDES « E-REPUTATION » ET « AVIS CLIENTS » SUR LE WEB

CAD a confié à l'Agence TCI Research une étude sur l'e-reputation et les avis des clients postés sur les grandes plateformes d'opinion afin de mesurer la qualité des expériences vécues par les touristes et d'évaluer, entre autres, la sensibilité des clientèles aux dimensions liées à la durabilité.

Quelques chiffres

8

flash news
envoyés

429

fiches
téléchargées
en 2023



Accédez à
**l'observatoire
touristique sur
cad22.com**

Replet ENQUÊTE
TOURISME
2022
BRETAGNE®

TCI Research
Travel Competitive Intelligence



Interreg EU
France (Normandie) England
EXPERIENCE
Horizon Europe - Investissements d'avenir

ZOOM SUR L'ÉTUDE « AVIS CLIENTS » SUR LE WEB

TCI Research a analysé, pendant une année pleine, plus de **96 000 avis** et évalué **750 prestataires costarmoricens** (hébergement, loisirs, restauration). L'objectif de l'étude était de mesurer et comparer la qualité des expériences touristiques, en particulier les produits expérientiels ou engagés dans des démarches de durabilité.

Les principales conclusions

- Avec 86,7 %, **les Côtes d'Armor affichent le meilleur score de satisfaction de Bretagne**, bien supérieur à la norme France (85 %).
- Les filières patrimoine naturel, loisirs, lieux de visites comme les Offices de tourisme performant particulièrement bien.
- **Les expériences vécues en automne/hiver sont significativement mieux perçues** pour la plupart des filières que le printemps/été.
- **Les établissements marqués Expérience bénéficient de performances supérieures** aux autres établissements.
- C'est aussi le cas pour les établissements engagés dans les démarches liées à la durabilité.



ZOOM SUR L'ÉTUDE « REFLET »

TOURISME



50,80 €
consommation
par personne
et par jour
(42.10 € en 2016)



Une **durée
de séjour** de
6,1 jours
(6,6 en 2016)



81 %
des séjours
sur le littoral



30 % de
primo-visiteurs



Des **clientèles
de couple** puis
de famille :
44 % de couple,
39 % de famille
(44 % en 2016)



Un **âge moyen**
de 45 ans



Le **locatif**
1^{er} mode
d'hébergement



85 %
des séjours
en voiture



68 %
des séjours
préparés sur
internet



Satisfaction
globale des
touristes :
8,9/10

EXCURSIONNISME



26 €
consommation
par personne et
par excursion



44 %
de familles



90 %
des excursions
en voiture



3 activités
pratiquées
en moyenne
(d'abord la
promenade à
pied et un
restaurant)

CONSOLIDATION DE NOTRE IMPLICATION AU SEIN DU CLUB INGÉNIERIE D'ADN TOURISME

Pour la 3^{ème} année, CAD a participé activement au Club ingénierie d'ADN Tourisme. Deux travaux principaux ont été menés, à destination des membres du club :

- La finalisation d'un **outil seuil de rentabilité** pour les meublés de tourisme.
- L'intégration et la participation au groupe de travail territoires durables, visant à réaliser un guide pour l'élaboration d'un **diagnostic de tourisme durable** à l'échelle des EPCI.



LE GUIDE DE L'INGÉNIERIE DÉPARTEMENTALE : UN NOUVEL OUTIL À DESTINATION DES MAIRES



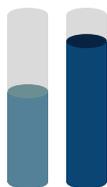
En 2023, CAD a collaboré, aux côtés de 5 partenaires, à la réalisation d'un **guide pratique** à destination des **collectivités territoriales** afin de mieux faire connaître les services qu'elles sont en capacité d'apporter ou d'effectuer.

Le guide est en ligne sur les sites de chaque structure départementale et fera l'objet d'une diffusion en version papier aux maires costarmoricains dans le courant du 1^{er} trimestre 2024.

Les partenaires du projet



LA FINALISATION DU PROGRAMME INTERREG EXPÉRIENCE



FINALISATION DE 190 EXPÉRIENCES
AUTOMNE-HIVER DONT UN TIERS DE
HANDI EXPÉRIENCES RÉDIGÉES

CRÉATION D'UNE SOLUTION
« DERNIER KILOMÈTRE » EN
PARTENARIAT AVEC LA VILLE DE
SAINT-BRIEUC



CRÉATION DE 20 ITINÉRAIRES / IDÉES
SÉJOUR AUTOMNE-HIVER, DE 1 À 3 JOURS,
DONT 7 ACCESSIBLES AUX PERSONNES À
MOBILITÉ RÉDUITE

LA MISE EN PLACE DE 2 ATELIERS
D'ÉCRITURE EN STORYTELLING AVEC
LES OFFICES DE TOURISME ANIMÉS
PAR L'AGENCE CENT DÉTOURS



RÉALISATION D'UNE MISSION
PHOTO AUTOMNE-HIVER, VENANT
FINALISER LA COLLECTION DE
450 PHOTOS SUR LES 3 ANS

LA CRÉATION DE 10 VIDÉOS
D'EXPÉRIENCES À VIVRE EN
AUTOMNE-HIVER EN CÔTES D'ARMOR



LA CO-ORGANISATION AVEC MORLAIX
TOURISME, MORLAIX COMMUNAUTÉ,
ET BRITTANY FERRIES DU SÉMINAIRE
DE CLÔTURE SUR MORLAIX

RÉDACTION ET RESTITUTION
DES RAPPORTS FINAUX AUX
INSTITUTIONS EUROPÉENNES



LA RÉALISATION D'UNE VIDÉO BILAN DES 3 ANS
ET DEMI DU PROGRAMME (2019-2023)



EUROPEAN UNION



Retrouvez le bilan en
images du Programme
Interreg Expérience
en Côtes d'Armor

METROMINUTO : UNE CARTE POUR LES MOBILITÉS ACTIVES

Métrominuto est une **carte piétonne schématique** basée sur l'esthétique des plans des lignes du métro. Les points d'intérêt du territoire sont reliés entre eux par des temps de parcours à pied, voire à vélo (lorsqu'un trajet dépasse les 20 minutes à pied).

L'objectif est de **valoriser l'accessibilité de la ville et les mobilités actives** dans le cadre d'un séjour touristique, en identifiant les points d'intérêt stratégiques que sont la gare, la cathédrale ou les édifices religieux majeurs, le musée, le port, les parcs, les points d'accès aux grands itinéraires de randonnée...

La **ville de Saint-Brieuc**, porte d'entrée des Côtes d'Armor avec la gare TGV, et confrontée aux problématiques de **valorisation d'un tourisme en centre-ville**, est apparue comme un territoire expérimental intéressant dans le cadre de ce projet.

2023 une année test

Avec l'aide d'un **groupe de travail** associant les services de la Ville, de l'Office de tourisme et de CAD, animé par Julien De Labaca – facilitateur de mobilités, une carte synoptique a été réalisée. Elle a été déployée auprès des habitants et des touristes.

Des **plans étaient disponibles** à l'Office de tourisme, d'autres ont été mis en ligne sur le web et affichés en ville, notamment à la gare, le long du GR®34, dans les vitrines des commerçants du centre-ville, dans la rue Saint-Guillaume et aux sorties des parkings.

L'été et l'automne ont permis de **tester l'outil grandeur nature** et de recueillir les retours au travers d'un questionnaire. Début 2024, le bilan est en cours. Les suites données au dispositif seront validées dans le courant du 1^{er} semestre.



**ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS DES
FILIÈRES GROUPES, AFFAIRES, LOISIRS ET
RANDONNÉES DANS LA PROMOTION ET
LA COMMERCIALISATION DE LEURS OFFRES**

ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS



FILÈRE AFFAIRES : COUP D'ACCÉLÉRATEUR SUR LE DÉMARCHAGE

Depuis plusieurs années, CAD est engagé dans le tourisme d'affaires. Le réseau compte, fin 2023, une soixantaine de professionnels (lieux de séminaires, activités de team building, agences réceptives et centres de congrès). CAD se positionne comme apporteur d'affaires.

Les objectifs 2023

- Poursuivre 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 lors des opérations de démarchage

Au total, les actions menées ont permis de générer 69 contacts dont 31 demandes de devis transférées auprès de 77 professionnels.

Retour sur les salons et évènements

MICE Place City - Paris - 16 mars

CAD a pu présenter une offre de séminaires atypiques lors d'une soirée speed meeting. 80 décideurs parisiens et 15 exposants étaient présents. Cet évènement a permis à CAD de rencontrer 10 contacts hyper-qualifiés.

So Évènements - Nantes - 12 et 13 avril

CAD a renforcé sa visibilité à Nantes pour la 2^{ème} année consécutive. 1,5 jour d'échanges avec des entreprises locales et nationales et 20 rendez-vous programmés pour valoriser les professionnels du MICE en Côtes d'Armor.

« 15 MIN AFFAIRES » - Rencontre Virtuelle - 10 et 12 octobre

Cette opération a permis, sur un temps court et sans déplacement, de mettre en relation des entreprises à la recherche d'offres Séminaires et Team Building avec 9 prestataires costarmoricains. Le bilan est une nouvelle fois positif : 10 entreprises inscrites et 42 rendez-vous réalisés. Une 3^{ème} édition est programmée en 2024.

Le site affaires.cotesdamor.com en bref



**4 newsletters
envoyées à 5 500
entreprises**
*19,2 % d'ouverture
en moyenne*



12 007 visites
*+ 77 % par
rapport à 2022*



**18 500
pages vues**
*sur le site affaires.
cotesdamor.com*



**1 089 clics
vers les sites des
partenaires**



**Accédez
au site
affaires**

FILIÈRE GROUPES : UN PARTENARIAT RENFORCÉ

AVEC LES TERRITOIRES

Les objectifs 2023

- Renforcer notre positionnement sur le marché « Autocariste »
- Renforcer le partenariat avec les Offices de tourisme immatriculés
- Tester le marché des mini-groupes

Renforcer le réseau

3 réunions de travail avec les Offices de tourisme immatriculés ont été organisées autour de l'harmonisation, le renouvellement des offres et l'échange d'expériences. Le bilan de ces rencontres est positif. Ce travail collectif et collaboratif se poursuivra en 2024.

Tester le mini-groupe

Cible de clientèle identifiée en 2022, 8 produits spécifiques ont été créés et 30 agences démarchées. Après 2 ans de test, le bilan dressé par l'agence est le suivant :

- Volonté des agences de travailler en direct avec les professionnels
- Marché correspondant à des séjours individuels

Face à ce constat, CAD a décidé de se recentrer sur le marché groupes.

Visibilité et démarchage sur le marché groupes

Avec l'intégration de nouveaux produits, le format de la brochure et de la newsletter a été revisité. Deux propositions de séjours en Côtes d'Armor ont été intégrées dans la brochure 2024 des Voyages Fraizy. **Au total, les actions menées ont permis de générer 30 contacts dont 20 demandes de groupes transférées auprès de 24 partenaires.** L'achat de fichiers prospects qualifiés CCAS et UTL ont permis d'enrichir la base de données. Pour la 1^{ère} année, CAD a renforcé la visibilité de ses services sur l'annuaire national et les newsletters #PartezEnFrance du média spécialisé Tourmag.

Le site groupes.cotesdarmor.com en bref



Accédez
au site
groupes



Année de transition au sein de l'agence, la mission « Groupes » est dorénavant assurée par Muriel Maugère, également en charge de la filière « Affaires ».

LA RANDONNÉE : PROMOTION DES MOBILITÉS DOUCES

Développement des grands itinéraires

La Vélomaritime

CAD est impliqué dans le financement et le suivi de La Vélomaritime. L'agence anime notamment le site www.lavelomaritime.fr et les réseaux sociaux Facebook et Instagram de l'ensemble de l'itinéraire. **Le site a reçu plus de 256 500 visites en 2023**. La Vélomaritime reste également l'itinéraire le plus consulté du portail national du tourisme à vélo France Vélo Tourisme avec 518 000 pages vues.

En juillet, **CAD a organisé l'accueil du Comité technique de La Vélomaritime à Saint-Brieuc** sur 2 jours. Au programme : différents ateliers dont la priorisation des actions 2024 et le fonctionnement du comité d'itinéraire. Les partenaires ont particulièrement apprécié la visite technique à vélo des deux ouvrages d'Harel de La Noë (les viaducs de Douvenant et des Ponts-Neufs).



La Vélodyssée

L'agence est impliquée dans le Comité de pilotage de la Vélodyssée qui se réunit tous les 2 mois pour acter les orientations du projet. Après une année 2022 difficile, marquée au niveau national par les incendies et la dégradation de l'itinéraire sur une partie de la façade atlantique, La Vélodyssée a repris ses actions avec notamment la 2^{ème} année de mise en œuvre du « Passeport ». C'est un véritable succès en 2023 avec 3 500 passeports commandés et retirés auprès des Offices de tourisme (x5 par rapport à 2022).

Promotion de la randonnée en Côtes d'Armor

Les pages « balades et randos » sur cotesdarmor.com ont continué à progresser en 2023 (+ 18 % de visites sur un an). Une campagne webmarketing a permis de valoriser des suggestions de parcours en itinérance (à pied sur le GR[®]34 et le tour du Lac de Guerlédan, à vélo sur les grands itinéraires).

rando.cotesdarmor.com en chiffres :



Des chiffres records pour le label « Accueil Vélo »

CAD est chargé du déploiement et de l'animation de la marque nationale Accueil Vélo sur les Côtes d'Armor en lien étroit avec les Offices de tourisme et Tourisme Bretagne. Avec plus de 140 prestataires labellisés, **les Côtes d'Armor est le 15^{ème} département français et le 1^{er} département breton**.

Mon Tro Breizh[®], un nouveau grand itinéraire de randonnée pédestre



Avec 420 km d'itinéraire, les Côtes d'Armor est le **1^{er} département breton à voir son tracé entièrement ouvert**. Pour accompagner la montée en puissance de cet itinéraire, CAD a co-piloté avec l'association Mon Tro Breizh et le Département deux Comités techniques associant les 6 EPCI et les 7 OT concernés.

FILIÈRE LOISIRS : VERS LA CONSOLIDATION DES ÉVÉNEMENTS

CAD a poursuivi ses missions en 2023 dans l'objectif de **fédérer** toujours plus les **acteurs des loisirs et de la culture** autour d'actions collectives.

La Journée des Loisirs

La **4^{ème} édition** régionale s'est tenue le dimanche 9 avril 2023. Cette action a pour objectif de lancer la saison des loisirs et de communiquer auprès des bretons, 1^{ère} clientèle de ces sites. Organisée en partenariat avec les autres départements bretons, **30 sites costarmoricains** y ont pris part et proposé une remise exceptionnelle : 1 entrée achetée = 1 entrée offerte. Les trois quarts des prestataires participants ont enregistré une **fréquentation en hausse** par rapport à l'édition 2022.



Une campagne de promotion « presse » mutualisée sur l'été

31 sites de loisirs ont mutualisé leurs moyens pour **co-financer l'achat d'encarts publicitaires** dans les suppléments Été des journaux Ouest-France et des hebdomadaires du groupe Actu.fr. L'opération a été coordonnée par CAD qui a également assuré la création graphique des visuels.

La Rencontre ANCV, un workshop à destination des CSE

Le 6 juin, CAD a organisé en partenariat avec les ADT du Morbihan et d'Ille-et-Vilaine, la **13^{ème} Rencontre ANCV** à Paimpont. 40 prestataires bretons dont **7 costarmoricains** ont pu **rencontrer près de 100 personnes** représentant 50 CSE de Bretagne et des départements limitrophes.

Ils ont participé à la 13^{ème} Rencontre ANCV à Paimpont :

- Office de Tourisme Bretagne Centre
- Cité des Télécoms
- Dinavig
- Kaouann
- Domaine du Hac
- Haras de Lamballe
- SPA Marin de Pléneuf-Val-André

Les pages « Loisirs » de cotesdarmor.com en bref

Des campagnes de webmarketing sur les réseaux sociaux aux vacances de février, d'avril et d'été ont permis de valoriser les sites et activités de loisirs ouverts **générant plus de 4 700 clics**.



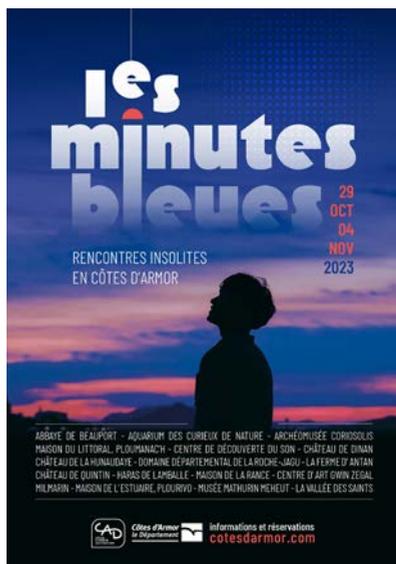
LES MINUTES BLEUES, UNE 2^{ÈME} ÉDITION RÉUSSIE

Du 29 octobre au 4 novembre 2023, Côtes d'Armor Destination, en collaboration avec 17 sites culturels et de loisirs et 5 Offices de tourisme costarmoricains, a organisé la 2^{ème} édition de l'événement « Les Minutes Bleues » afin de lancer de manière originale et expérientielle la saison touristique Automne-Hiver.

Il s'agit d'un événement proposant une série d'expériences de visites surprenantes, inédites et privilégiées dans des sites culturels et naturels de renom, baignés dans la lumière bleue de l'aube ou du crépuscule. C'est aussi, pour les sites partenaires, la création d'un réseau autour d'un projet fédérateur.

Les partenaires de la 2^{ème} édition des Minutes Bleues

L'Abbaye de Beauport à Paimpol, L'Aquarium des Curieux de Nature à Belle-Isle-en-Terre, Le Château de Dinan, Le Château de Quintin, L'ArchéoMusée Coriosolis à Corseul, La Maison du Littoral à Ploumanac'h, Milmarin à Ploubazlanec, La Vallée des Saints à Carnoët, Le Domaine départemental de La Roche-Jagu à Ploëzal, Le Musée Mathurin Méheut et Le Haras de Lamballe, La Ferme d'Antan et Le Château de la Hunaudaye à Plédéliac, La Maison de la Rance à Lanvallay, Le Centre d'art GwinZegal à Guingamp, La Maison de l'Estuaire à Plourivo, Le Centre de Découverte du Son à Cavan et les Offices de tourisme de Falaises d'Armor, Saint-Quay-Portrieux, Dinan-Cap Fréhel, Baie de Saint-Brieuc et du Kreiz-Breizh.



Un bilan encourageant, malgré la tempête Ciaran

850

VISITEURS
SUR 7 JOURS

ont participé aux 54
expériences de visite

★ INDICE DE
SATISFACTION
DES VISITEURS :
★ ★ ★ 9.3/10

TAUX DE REMPLISSAGE : 87%

12 rdv annulés à la suite
de la tempête Ciaran



UN PLAN MÉDIAS AMBITIEUX :

- AFFICHAGE
- ENCARTS PUBLICITAIRES
- WEBMARKETING SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
- RELATIONS PRESSE

DES OUTILS POUR FAVORISER LA COMMUNICATION ET LA COMMERCIALISATION EN LIGNE

Au travers de partenariats, CAD a développé des outils mis à disposition des professionnels pour les accompagner dans leur communication et leur commercialisation.

Le widget tourisme

Le widget tourisme est un dispositif permettant de publier sur un site web des données touristiques mises à jour automatiquement. Ces données sont issues de la base de données départementale et sont proposées en 3 catégories.

Agenda



Visite de la cidrerie "Le Verger de Kernivinen"

PERROS-GUIREC

[VOIR DÉTAIL](#)

Activités de loisirs



Club de Canoë-Kayak de la MJC du Plateau

SAINT-BRIEUC

[VOIR DÉTAIL](#)

Expériences Automne-Hiver



Se lover dans une cabane de Quénécan

BON REPOS SUR BLAVET

[VOIR DÉTAIL](#)

Pour personnaliser un widget, il faut aller sur widget.cad22.com. Le générateur permet de personnaliser les couleurs, le design et le contenu. Le code HTML généré doit être collé à l'intérieur d'une page d'un site web.

Fin 2023, 32 structures / professionnels avaient installé au moins un widget.

Elloha, pour vendre en ligne

Débuté en 2019, CAD a poursuivi son partenariat avec Elloha. Cet accord permet d'accompagner les professionnels du département (hébergeurs ou activités de loisirs) dans la digitalisation, en leur proposant de s'équiper d'un outil de vente en ligne à des tarifs préférentiels.

La version de base intitulée « startup » est gratuite et idéale pour débiter. 2 autres versions payantes proposent des outils avancés de diffusion, de marketing et de GRC.

En 2023, 18 709 ventes ont généré près de 2 millions d'euros de chiffre d'affaires dans l'outil Elloha pour les Côtes d'Armor.

UN ACCOMPAGNEMENT AUX PORTEURS DE PROJET

Suivi des projets costarmoricains pour le Fonds ADEME

Un appel à projets a été lancé par l'ADEME dans le cadre du plan Destination France. CAD a répondu favorablement à la sollicitation d'ADN Tourisme pour être identifié comme référent pour les porteurs de projet des Côtes d'Armor.

L'appel à projet avait pour vocation de soutenir les TPE / PME, via des subventions à l'investissement et à l'ingénierie, le développement d'offres touristiques durables émergentes, s'inscrivant dans une démarche de Slow tourisme ou d'Écotourisme.

Sur les Côtes d'Armor, 22 porteurs de projets ont pris contact avec CAD et 6 ont déposé un dossier sur la plateforme AGIR. La liste des lauréats est attendue pour février 2024.



Des outils d'observation pour les porteurs de projet

Toute l'année, CAD met à disposition des outils d'observation pour aider à se situer dans l'offre des Côtes d'Armor, identifier les taux d'occupation par type d'hébergement, le chiffre d'affaires moyen généré ou encore les attentes des clientèles.

CAD travaille avec un réseau de référents, spécialisés selon les projets, pour aider à leur mise en place. **49 porteurs de projets ont réalisé une demande auprès de CAD en 2023.**



Retrouvez ces fiches
« repères » ici :

L'espace pro (cad22.com) de CAD et newsletters réalisées

Le site cad22.com présente l'Agence, ses missions et actions, son actualité et l'espace presse. **Il a reçu en 2023 près de 26 000 visites (41 000 pages vues).**

L'audience du site est soutenue par l'envoi régulier de newsletters. En 2023, **9 lettres « Tourisme & Attractivité »** présentant les actualités de CAD, **8 « Flash info Observatoire »** annonçant la publication d'études touristiques et **5 « Flash info »** ont été envoyées.

PROMOUVOIR LA DESTINATION
CÔTES D'ARMOR ET ATTIRER
DE NOUVELLES CLIENTÈLES



TOURINSOFT

CAD finance et anime le logiciel Tourinsoft à l'échelle départementale. Cet outil, installé dans tous les Offices de tourisme, permet de :

- Partager, mettre en commun et diffuser des données d'informations touristiques : hébergement, loisirs, animation, restauration, randonnée
- Répondre à des demandes touristiques permettant de générer des statistiques et des données clients
- Travailler sur des actions e-marketing grâce à des modules d'emails, de marketing automation

Les 13 Offices de tourisme utilisent quotidiennement Tourinsoft pour traiter les demandes accueil : guichet, téléphone, mail et pour produire et collecter les données touristiques publiées sur leurs sites internet.

Depuis de nombreuses années, CAD anime le réseau départemental : paramétrages, formations, administration, hotline, conseils, vérification de la qualité des données...

Ce dispositif s'inscrit dans le système d'informations régional animé par le CRT. CAD participe au Comité technique organisé tous les 2 mois.

En 2023, le nouveau module accueil a été mis en place : plus ergonomique et moderne, il propose surtout la génération de mini-sites personnalisés comme la réponse à des demandes touristiques. CAD a accompagné ce basculement en assurant un accompagnement personnalisé auprès de certains Offices de tourisme.

Exemples d'accompagnements personnalisés réalisés en 2023 par CAD



BRETAGNE
BAIE DE SAINT-BRIEUC
PAIMPOL-LES CAPS

Destination

Baie de Saint-Brieuc- Paimpol-Les Caps

Projet numérique EasyBaie :
création de champs,
paramétrages des flux



OT de Pléneuf-Val-André

Paramétrage de l'outil,
formations, créations de
nouveaux champs,
paramétrages des flux
pour leur nouveau site web



Perros-Guirec

Côte de Granit Rose

OT de Perros-Guirec

Formation de l'équipe au
nouveau module Accueil



OT de la Baie de Saint-Brieuc

Mise en place de
champs spécifiques
à la démarche du
tourisme d'affaires



OT de la Côte de Granit Rose

Accompagnement
à la création
d'e-brochures PDF



OT Kreiz Breizh

Accompagnement à
la mise en place d'un
questionnaire de
collecte de données
«fêtes et manifestations»

MISE EN PLACE D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE PROMOTIONNELLE SUR 3 ANS (2023-2025)

Dans un nouveau contexte et face aux nouvelles aspirations des consommateurs, CAD a travaillé à la définition d'une nouvelle stratégie promotionnelle. L'Agence Signe des Temps a été retenue pour collaborer sur ce projet.

Les objectifs de CAD

- Définir un nouveau positionnement marketing plus compétitif autour d'une promesse Côtes d'Armor et d'offres identitaires et nouvelles.
- Adopter une **nouvelle signature promotionnelle** pour l'attractivité touristique des Côtes d'Armor qui pourra également incarner l'attractivité résidentielle.
- Créer un **nouvel univers créatif**, visuel, inspirant et esthétique.
- Déterminer un **plan médias à 3 ans** s'appuyant chaque année sur 2 campagnes promotionnelles Printemps-Été et Automne-Hiver.
- Proposer **de nouvelles offres expérientielles et filières** construites en partenariat avec les Offices de tourisme et les professionnels.

La nouvelle promesse :

« Les Côtes d'Armor, l'expérience immédiate & intense de la Bretagne »

Inclusive

- Par l'hospitalité et la culture
- La promesse d'une immersion dans la vie locale et dans la culture bretonne

Accessible

- Proche et facile d'accès
- Une Bretagne « à taille humaine » qui permet d'avoir tout, près de soi

Proche de mes valeurs

- Par l'innovation et le durable
- Une Bretagne authentique, ancrée dans ses racines et préservée

Intense

- Dans les expériences à vivre
- Une grande diversité d'activités, de paysages, d'ambiances

La nouvelle signature : « Côtes d'Armor, En prendre plein la vie »

« En Côtes d'Armor, chacun est invité à « EN PRENDRE PLEIN LA VIE », à partager un art de vivre, à trouver un nouveau souffle, à ouvrir grand les yeux, le cœur et les papilles. Une philosophie de vie au quotidien, une promesse à 360°, une belle histoire à vivre ensuite, le temps d'un séjour ou le temps d'une vie. »

Cette promesse se traduit dans un nouveau logo qui reprend :

- Les couleurs « bleu » et « vert » du Département
- Les trois traits qui représentent la Bretagne
- Les codes de la « marinière »

CÔTES D'ARMOR
EN PRENDRE PLEIN LA VIE

La nouvelle stratégie promotionnelle

La nouvelle stratégie promotionnelle se décline autour de deux axes.

AXE 1 : Poursuivre le travail de notoriété

Des actions de communication web en fil rouge sur l'année s'appuyant sur les grands sites des Côtes d'Armor, son patrimoine naturel et historique, pour continuer à faire connaître la destination.



Ouvrir sa coquille comme un local



Légende vivante

AXE 2 : Illustrer la diversité et la richesse des activités proposées par la preuve et par l'exemple

2 campagnes de communication spécifiques seront menées au Printemps-Été et à l'Automne-Hiver autour d'offres et de filières expérientielles et engagées.



Les Bains d'Armor



Les cahiers de vacances

JANVIER-DÉCEMBRE

NOTORIÉTÉ

Promotion web
Filières et sites
emblématiques

CAMPAGNE PRINTEMPS-ÉTÉ

Collection d'offres autour
de 6 filières

- Cocooning
- Comme un local
- Légendes vivantes
- Secrets de fabrication en Bretagne costarmoricaine
- Histoire de France version Bretagne
- En connexion avec la nature

MARS-JUIN

OCTOBRE-DÉCEMBRE

CAMPAGNE AUTOMNE-HIVER

Collection d'offres autour
de 6 filières

- Le régime costarmoricain
- Les éco balades
- Immersion nature
- Les bains d'Armor
- Les cahiers de vacances
- La Breizh Connection

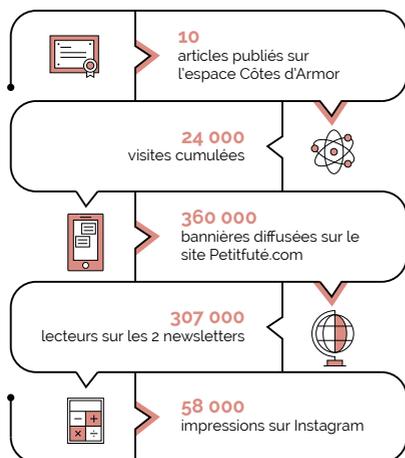
PROMOTION TOURISTIQUE PRINTEMPS-ÉTÉ : 2 CAMPAGNES SUR LES GUIDES LE PETIT FUTÉ ET LONELY PLANET

Pour la seconde année, Côtes d'Armor Destination a collaboré avec le guide touristique le Petit Futé via son site petitfute.com pour toucher une nouvelle clientèle francophone à la recherche d'idée de séjour. L'Agence s'est également appuyée sur Lonely Planet pour valoriser la randonnée et le cyclo tourisme.

Les Côtes d'Armor sur Le Petit Futé

En 2023, la collaboration avec Le Petit Futé s'est déclinée en :

- Un espace dédié aux Côtes d'Armor sur petitfute.com accessible depuis le menu
- Des bannières et habillages ciblés sur les pages Grand Ouest et îles Anglo-Normandes
- Un encart sur les newsletters hebdomadaires du Petit Futé de mai et octobre
- Un post sponsorisé Instagram sur la page du Petit Futé



Retrouvez cette
collaboration ici :

petit futé



L'opération avec le Petit Futé s'est déroulée en deux temps : du 02/05 au 02/06 pour la période estivale et du 01/10 au 01/11 pour la saison automne-hiver.

La randonnée et le tourisme à vélo sur Lonely Planet

La randonnée pédestre et le cyclotourisme sont deux axes importants dans la promotion touristique du département. Ainsi, tous les ans Côtes d'Armor Destination met en place une campagne de webmarketing pour faire découvrir le territoire via ces filières. Cette année, CAD a travaillé avec Lonely Planet pour les valoriser via :

- Un article sur la page d'accueil de lonelyplanet.com (8 000 vues)
- Des posts sur leurs réseaux sociaux Facebook et Twitter (X)
- Un article dans la newsletter Lonely Planet

Retrouvez cette
collaboration ici :



lonely planet



LA NOUVELLE STRATÉGIE TOURISTIQUE DEPLOYÉE POUR LA CAMPAGNE AUTOMNE-HIVER 2023-2024

Le 16 octobre, Côtes d'Armor Destination a lancé la nouvelle Collection « Automne-Hiver » 2023-2024. Une campagne de promotion digitale s'est déployée sur les réseaux sociaux et dans les gares de Paris Montparnasse, Rennes et Nantes.

Des expériences sur le web et les réseaux sociaux

CAD a lancé la nouvelle campagne par la diffusion d'un teaser Automne-Hiver sur YouTube, Instagram et Facebook. Il a été vu plus de **100 000 fois** sur les réseaux sociaux. La communication a été complétée par la diffusion, de novembre à février, de **10 vidéos d'expériences à vivre en Côtes d'Armor**.

Les 10 vidéos d'expériences

- Ice swimming à Plouha, la plage est un sport d'hiver !
- Coquille Saint-Jacques à Erquy, ne ratez pas l'ouverture
- Roz Marine, Stress coefficient zéro à Perros-Guirec
- La Vallée des Saints, inscrivez-vous aux Granit Awards
- Oh oh oh à Bon Repos, Noël illuminé dans une Abbaye
- Filer la laine à La petite filature bretonne
- Breizh Hour au Château du Guildo
- Ne vous faites pas prier à la Chapelle Saint-Yves
- Percer le secret de nos armoires au Château de Quintin
- Rencontrer les Korrigans dans la vallée des Traouïéro

A visionner sur la
chaîne YouTube
de Côtes d'Armor
Destination :



Une présence dans les gares

Pour lancer la campagne et travailler la notoriété, les Côtes d'Armor se sont affichées dans les gares de Nantes, Rennes, Brest et Paris Montparnasse durant 1 semaine au mois d'octobre, **Les 3 vidéos de 10 secondes ont été diffusées 204 849 fois**.



Une campagne sur le site du Routard

Pour promouvoir des idées d'expériences à vivre en Côtes d'Armor, du 13 novembre au 13 décembre, CAD a mis en place un nouveau partenariat avec le Guide Le Routard à travers la valorisation de 4 expériences dans un article, une newsletter et du display.



Retrouvez la
campagne ici :



Un dossier de presse dédié

Le dossier de presse dédié à la Collection Automne-Hiver a été réalisé et diffusé à la presse touristique nationale et locale.



Retrouvez
le dossier de
presse ici :

MARKETING DIGITAL :

POUR CONSOLIDER LA NOTORIÉTÉ DES CÔTES D'ARMOR

cotesdarmor.com, le cap des 2 millions de visites franchi !

Avec **plus de 2 millions de visites en 2023**, cotesdarmor.com s'est affirmé comme le **site de référence dédié au tourisme dans le département** que ce soit pour les visiteurs extérieurs mais aussi pour les habitants.

Les pages dédiées aux sites incontournables ainsi que les pages Agenda trustent le classement des pages les plus consultées. Par ailleurs, le nombre de pages SIT provenant de Tourinsoft a doublé en 1 an ce qui démontre toute l'importance d'avoir une donnée de qualité pour répondre aux utilisateurs.



Campagne de webmarketing

32 actions de webmarketing ont été mises en place en 2023. La priorité ? Augmenter le trafic sur cotesdarmor.com. Elles se classent dans 4 grandes thématiques :

- Le référencement payant ou SEA qui consiste à diffuser des annonces ciblées sur les pages de résultat des moteurs de recherche.
- Le netlinking qui consiste à créer du contenu sur des sites à fort trafic pour accroître le nombre de liens pointant vers un site internet afin d'augmenter sa notoriété auprès des moteurs de recherche.
- Les campagnes de notoriété pour mettre en avant le département ainsi que ses atouts.
- Les campagnes de promotion des activités et services (*idées cadeaux, idées d'activités en séjour*)

32 campagnes webmarketing en 2023

15 millions d'impressions

13,5 % du trafic de cotesdarmor.com

Au total, en 2023, CAD aura effectué **124 publications** sur les réseaux sociaux qui auront générés **9,9 millions d'impressions**.

CONSOLIDATION DE LA GRC

L'Agence a poursuivi la GRC collaborative départementale débutée en 2021. **Deux nouveaux Offices de tourisme ont rejoint la démarche** : Pléneuf-Val-André et Dinan Cap Fréhel, portant ainsi à 9 le nombre de partenaires.

Cette démarche se traduit par une montée en compétence des différents partenaires (RGPD, procédures d'abonnement et de collecte, automatisation...) et par l'envoi de **4 newsletters collaboratives** « les coups de cœur des Offices de tourisme ». Cette newsletter envoyée chaque trimestre comprend un article dédié à chaque territoire. Avec des taux d'ouverture de 43 % et de clic de 11,5 %, c'est un contenu qui a trouvé sa place auprès des lecteurs.

Par ailleurs, un programme de newsletters à destination du grand public a été établi pour l'année 2023. Deux types de news ont été envoyées : vers les prospects localisés en France (1 par trimestre) et vers les prospects bretons (1 par mois). Elles comptabilisent un taux d'ouverture à 43 % et de clics à 12 %. Différentes actions ont été menées pour augmenter l'audience de ces newsletters : **la base prospects est ainsi passée de 20 500 contacts à 32 779 fin 2023 (+ 60 %)**.



1 newsletter envoyée
chaque mois aux
clientèles touristiques



32 779 contacts
en base fin 2023

RENNES & LYON, LES CÔTES D'ARMOR SUR LE TERRAIN

Salon du Tourisme de Rennes

Sur un stand de 27 m² CAD était accompagné de **8 partenaires** : Office de Tourisme Bretagne Côte de Granit Rose, Office de Tourisme de Perros-Guirec, Office de Tourisme de la Baie de Saint-Brieuc, Office Bretagne Centre Tourisme, Office de Tourisme du Kreiz Breizh, Camping des Hautes Grées à Erquy, La Vallée des Saints à Carnoët, Les Maisons de Louis à Paimpol. Malgré une forte baisse de la fréquentation en 2023 (17 486 visiteurs contre 37 733 en 2020), **le public s'est montré très intéressé par le territoire**.

Salon du Randonneur de Lyon

Au regard de l'intérêt que portent chaque année les « Rhônalpins » aux Côtes d'Armor, CAD a reconduit sa présence au Salon du Randonneur de Lyon sur un stand de 24 m². L'agence était accompagnée de **7 partenaires** : Office de Tourisme de la Baie de Saint-Brieuc, Office de Tourisme de Perros-Guirec, Office de Tourisme Bretagne Côte de Granit Rose, Office Bretagne Centre Tourisme, Office de Tourisme Guingamp-Baie de Paimpol, Agence Kaouann à Dinan et Gîtes de France Côtes d'Armor. Les visiteurs étaient au RDV avec 14 092 visiteurs enregistrés sur les 3 jours contre 13 438 en 2022. **Ce salon est très intéressant, tant en termes de quantité de contacts qu'en termes de qualité avec un grand nombre de demandes de primo-visiteurs** et un intérêt marqué pour des séjours hors saison.

CARTE TOURISTIQUE

170 000
EXEMPLAIRES ÉDITÉS

115 000
FRANÇAIS



35 000
ANGLAIS



20 000
ALLEMAND



- Distribution aux Offices de tourisme lors d'une bourse d'échanges les 4 et 5 avril
- Livraison en mai et septembre auprès des adhérents de l'agence
- 23 annonceurs partenaires / 100 % de renouvellement
- Refonte du verso du support

UNE ANNÉE RECORD POUR LES TROPHÉES DU TOURISME

Les Trophées du Tourisme récompensent des parcours professionnels, des initiatives collectives, des diversifications touristiques ou encore des innovations qui participent à l'attractivité touristique et à la notoriété des Côtes d'Armor.

Le 5 octobre 2023, la soirée a réuni **370 personnes au Palais des Congrès et des Expositions de la Baie de Saint-Brieuc**, un record ! Cette 5^{ème} édition a récompensé 5 structures qui par leurs initiatives originales contribuent à donner du sens à un tourisme responsable basé sur la transmission des savoir-faire et l'émerveillement des sens.

- **Aventure humaine** : AUBERGE DE CREC'H BEC - Pleumeur-Bodou
- **Innovation** : ÉCOCENTRE TRÉGOR - Pleumeur-Bodou
- **Richesses du territoire** : HARAS DE LAMBALLE - Lamballe-Armor
- **Promotion / Attractivité** : L'ABBAYE DE BEAUPORT - Paimpol
- **Prix spécial du jury** : LES BALLONS ROUGES - Lamballe-Armor



L'édition 2023 était introduite par le sociologue **Jean Viard**. Il nous a fait part de ses analyses optimistes sur les grandes mutations de la société, dans un contexte de changement climatique, et de ces impacts sur l'attractivité touristique de la Bretagne. Notre atout, à préserver, l'authenticité !

À savoir

Les Trophées sont organisés par **7 partenaires réunis en association** : Cerfrance Côtes d'Armor, Crédit Agricole Côtes d'Armor, Côtes d'Armor Destination, Couédic-Madoré Holding, Gîtes de France en Bretagne, Saint-Brieuc Expo Congrès, Chambre de Commerce et d'Industrie des Côtes d'Armor.

RELATION PRESSE : UN NOUVEAU PARTENARIAT AVEC UNE AGENCE SPÉCIALISÉE

En 2023, CAD a renouvelé son partenariat avec l'agence Silfra Communication pour un an. Sur l'ensemble de l'année, **2 dossiers et 10 communiqués** ont été transmis à la presse locale et nationale pour promouvoir la destination et les événements locaux (l'été indien, les Minutes Bleues, 3 escapades à tester, la Journée des Loisirs, les grands événements de l'été, les bains d'hiver, la Saint-Valentin...)

Cet automne, CAD a organisé deux accueils presse pour promouvoir la destination Côtes d'Armor auprès des clientèles sensibles à l'art de vivre et à la culture.

Accueil presse : Les Minutes Bleues

Les 30 et 31 octobre 2023, 4 journalistes de la presse touristique et de l'art de vivre ont parcouru les Côtes d'Armor et découvert un riche programme expérientiel et culturel.



Accueil presse : Gilles Pudlowski

Du 28 au 30 novembre 2023, le critique gastronomique a rencontré des chefs et artisans de bouche costarmoricains, s'est immiscé en cuisine et a dégusté de nombreux produits et créations. Suivi par près de 120 000 passionnés, Gilles Pudlowski a publié sur son compte Instagram ses différentes rencontres et les a développées sur son blog « **Les pieds dans le plat** ».



Au total, en 2023, CAD a reçu et traité **88 demandes** comprenant pour certaines le financement de nuitées et la préparation de programmes de nuitées.

RENFORCER LA NOTORIÉTÉ DES CÔTES D'ARMOR
ET Y ATTIRER DES TALENTS, DES FAMILLES
ET DES PROFESSIONNELLS DE SANTÉ

ATTRACTIVITÉ TERRITORIALE



ATTRACTIVITÉ TALENTS : LE « MOI » EN CÔTES D'ARMOR

« Tout vivre en Côtes d'Armor » est une démarche de marketing territorial associant les collectivités locales, des entreprises costarmoricaines et CAD avec un objectif commun : construire la notoriété des Côtes d'Armor au niveau national et attirer de nouveaux talents (salariés, cadres, porteurs de projets...).

Priorités 2023

Donner plus de visibilité au territoire

Investir en notoriété

Accompagner et installer

Mobiliser les partenaires

Avec un discours affirmé

Créer un nouveau concept

Préparer l'avenir

Définir un nouveau projet partenarial

Le plan d'actions mis en place a allié notoriété et accueil

Replay

Notoriété, renforcer l'image des Côtes d'Armor

Un nouveau **spot promotionnel** a été réalisé et diffusé sur les médias nationaux France TV Replay et MY TF1 en juin et **durant 1 mois**. S'appuyant sur le nouveau concept « le Moi en Côtes d'Armor », il a atteint **1,03 million de diffusions**.

Réseaux sociaux

En 2023, les Côtes d'Armor ont investi TikTok. Pendant 8 mois (d'avril à novembre), **8 vidéos portraits de costarmoricains** ont été diffusées. Cette communication s'est intégrée dans une stratégie promotionnelle plus globale sur les réseaux sociaux où **chaque mois 4 posts étaient réalisés autour d'une thématique** :

- **Avril** : le Moi qui change tout
- **Mai** : le Moi des bonjours au marché
- **Juin** : le Moi du métier qui fait rêver
- **Juillet** : le Moi de la famille d'abord
- **Août** : le Moi de tous les sports



3,4 millions de vues
des vidéos sur TikTok



676 000 comptes
atteints sur Facebook

Pour voir ou
revoir la vidéo :



Retrouvez toutes nos
vidéos sur YouTube



Paris je te quitte & LAOU

En 2023, CAD a poursuivi ses partenariats avec les sites nationaux dédiés au changement de vie : « LAOU » et « Paris je te quitte ». On y retrouve des témoignages de personnes ayant quitté Paris pour s'installer sur le territoire et des pages consacrées à la qualité de vie, l'emploi et le logement sur le département.

Événement

Placée sous le signe de la convivialité, **CAD a organisé, le 19 juin, au Château de Quintin, une soirée d'accueil de nouveaux costarmoricains accompagnés par la mission Tout vivre en Côtes d'Armor**. Moments d'échanges avec les familles nouvellement installées en Côtes d'Armor, les partenaires et ambassadeurs des campagnes, cette soirée a consacré également un cycle de 3 ans de promotion pour les Côtes d'Armor. Au total, une quarantaine de personnes étaient présentes.



Événement

« Le Moi d'essais », une journée d'accueil pour des candidats à l'installation

Le 13 octobre, Côtes d'Armor Destination a organisé **une journée d'accueil pour 13 candidats à l'installation en Côtes d'Armor**. Ils ont pu rencontrer des entreprises et collectivités ainsi que des salariés récemment installés sur le département. Ces rencontres ont été complétées par des rendez-vous individuels sur l'emploi avec l'agence de recrutement Randstad et l'immobilier avec Square Habitat Bretagne. Elles ont été particulièrement appréciées par les 2 groupes de candidats venus en « explorateur familial » et ont permis de confirmer leur intérêt pour venir vivre et travailler en Côtes d'Armor.



Mission photos

En décembre, CAD a réalisé une mission photos avec le photographe **L'œil de Paco**. Les **200 clichés retenus** permettront d'alimenter le site web et les futurs supports de promotion des Côtes d'Armor.



Accompagnement

En 2023, **CAD a accompagné 304 familles souhaitant s'installer en Côtes d'Armor**. Ce travail, mené en partenariat avec les acteurs de terrain (agences de recrutement, professionnels de l'immobilier, le Centre de gestion des Côtes d'Armor, Action Logement...) se traduit concrètement par des rendez-vous téléphoniques et l'orientation vers les bons partenaires selon la demande. Le prospect peut rappeler tout au long de son parcours d'installation pour avoir accès à des informations personnalisées.



**304 personnes
accompagnées en 2023**



**57 familles installées
entre 2021 et 2023**

Vers un nouveau projet 2024-2026

En 2023, CAD a dressé le **bilan en vidéo des 3 années du plan d'actions**. L'Agence a également travaillé sur un nouveau projet 2024-2026 et engagé des rencontres avec les collectivités partenaires et des entreprises.

**Bilan vidéo
2021-2023 ici :**



Les partenaires « Tout vivre en Côtes d'Armor » 2021-2023



ATTRACTIVITÉ SANTÉ : LES ÉTUDIANTS EN MÉDECINE

AU CŒUR DU PLAN D'ACTIONS

Missionnée depuis 2021 par le Département pour construire une image positive de l'exercice de la médecine en Côtes d'Armor et y attirer des médecins et des professionnels de santé, la **3^{ème} année de la campagne « Exercer comme soignant en Côtes d'Armor »** a vu s'accroître les actions en direction des étudiants.

Priorités 2023

- Poursuivre le travail de notoriété engagé depuis 2 ans
- Accentuer les présences auprès des étudiants internes et externes
- Valoriser et mettre en avant notre carte maitresse : le réseau & l'accueil

Une présence renforcée auprès des étudiants

Les Côtes d'Armor dans les facs de médecine de Rennes et de Brest

En février et mars 2023, CAD était dans les **facs de Brest et de Rennes** lors des journées de présentation des spécialités pour les étudiants du second cycle. L'objectif de ces opérations est de **mieux connaître les attentes des étudiants**, les sensibiliser à l'organisation de la santé en Côtes d'Armor, à l'exercice coordonné qui se professionnalise sensiblement au sein des territoires costarmoricains et à l'offre de stages d'Externat et Internat.



« Le Grand Tour de Garde », une opération de séduction et d'information pour 15 futurs médecins

Le 15 septembre, Côtes d'Armor Destination a organisé une journée conviviale pour 15 étudiants en médecine générale des Facultés de Rennes et de Brest. **Cet accueil avait pour objectifs d'informer ces futurs médecins sur les stages, les différents modes d'exercice proposés en Côtes d'Armor et de créer du lien avec les professionnels** en exercice : médecins libéraux et salariés, maîtres de stage universitaire, représentants de Communauté Professionnelle Territoire de Santé (CPTS). Suite à la journée, les retours des étudiants sont particulièrement positifs, tant sur la nature des activités proposées que sur la mise en relation avec des professionnels.

Le gif réalisé pour communiquer sur l'événement a été vu 305 000 fois et a permis d'atteindre 30 000 comptes sur Facebook.



Une communication axée sur l'esprit collaboratif et la qualité d'accueil

Une campagne sur les réseaux sociaux privilégiant la qualité de vie

En 2021 et 2022, les messages « professionnels » avaient été privilégiés sur les réseaux sociaux. D'autres visuels, en clin d'œil sur la profession mais valorisant la qualité de vie ont été poussés cette année. **Ils ont permis d'atteindre près de 219 000 comptes sur Facebook et 119 000 sur LinkedIn.**



Un nouveau spot radio

« Faire du bien aux médecins » déclinant en texte les visuels de la campagne réseaux sociaux autour de la garde de nuit, des urgences de l'après-midi et des salles de repos a été diffusé au printemps en pré-roll sur les plateformes audio (Deezer, Spotify, Soundcloud), des web radio et podcasts. Plus de **600 000 spots** ont été délivrés durant le mois d'avril avec **un taux d'écoute de 96,3 %**.

Une vidéo

« Bienvenue en Côtes d'Armor » mettant en scène des professionnels de santé souhaitant la bienvenue à leurs futurs collègues a été sponsorisée sur les réseaux sociaux d'avril à juin et de septembre à octobre. Très appréciée, elle a permis d'atteindre **115 000 comptes** sur LinkedIn, **290 000** sur Facebook et a généré plus de **120 000** interactions.



41 professionnels de santé accompagnés en 2023



7 installés entre 2021 et 2023

À savoir

Les **campagnes Talents et Santé** sont **définies en partenariat** avec le Conseil Départemental des Côtes d'Armor, les Communautés de communes et d'agglomération costarmoricaines, les entreprises co-financeuses, et travaillées avec des structures de santé dont l'Agence Régionale de Santé, le Conseil départemental de l'ordre des médecins, l'Hôpital Yves Le Foll ainsi que les Universités de Rennes et Brest.

ATTRACTIVITÉ : TOUTVIVRE-COTESDARMOR.COM, LE SITE DE LA PROMOTION TERRITORIALE ET DE LA PROSPECTION DE TALENTS ET SOIGNANTS

Toutvivre-cotesdarmor.com présente les atouts du département et des territoires qui le composent. Il apporte aux familles qui souhaitent s'installer en Côtes d'Armor des informations sur la qualité de vie, l'environnement économique, l'emploi, les principales villes, les offres de loisirs, la santé, les écoles... et des premiers contacts utiles à leur projet d'emménagement.

1/3 des connexions depuis les réseaux sociaux

En 2023, le site a enregistré **74 000 visites (+65 % / 2022)** et **102 000 pages vues**. Ces bons résultats sont en partie imputables aux campagnes de communication « Le Moi en Côtes d'Armor » déployées tout au long de l'année sur les réseaux sociaux pour attirer des talents et la campagne « Bienvenue en Côtes d'Armor » s'adressant aux professionnels de santé.

Exercer comme soignant, la page la plus vue en 2023

Avec près plus de **16 000 visites** la page « **Exercer comme soignant** » a été la plus consultée devant l'Accueil du site (11 100), Trouver un emploi (9 140), Votre projet et Contactez-nous (9 000).

Les **pages Villes** qui présentent les agglomérations costarmoricaines (**6 500 visites**) suscitent également de l'intérêt avec des temps moyens de connexion s'approchant des 1 minute 30.

Ressources appréciées des candidats à l'installation et également des entreprises qui recrutent en Côtes d'Armor **les guides « S'installer à » ont été téléchargés 741 fois**.

Une audience d'actifs

Les visiteurs sont majoritairement **des actifs, âgés de moins de 45 ans** pour 60 % d'entre eux. Ils viennent d'abord d'Ile de France (52 %) puis de Bretagne (18 %) et dans une moindre mesure de toutes les régions françaises.



**Exercer comme soignant,
la page la plus vue
en 2023**

**Pour consulter
la page :**



VIE DE L'AGENCE : NOTRE ÉQUIPE,
NOS INSTANCES, NOTRE BUDGET



L'ÉQUIPE

Organigramme au 31 décembre 2023

DIRECTION



Nadège DURAND
Directrice



Sandrine NAUDIN
Assistante
de Direction



Cédric ROUVRAIS
Finances et RH

PÔLE INGÉNIERIE & DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE



Bénédicte ABHERVÉ
Responsable de Pôle
Projets Publics /
Équipements structurants



Sophie RIBOUCHON
Développement touristique
Équipements de loisirs /
Randonnées



Vincent CORRE
Développement
touristique
Observation
RSE



Muriel MAUGÈRE
Développement
Groupes et Affaires

PÔLE NUMÉRIQUE & DIGITAL



Olivier FALCHIER
Responsable de Pôle
Systèmes d'informations /
Projets digitaux



Yannick QUILGARS
Communication
digitale
Attractivité / Agence



Youn-Élie FROGER
Communication
digitale
Tourisme /
Webmarketing



Amélie ALLAIRE
Communication
digitale
Filières / Gestion
Relation Clients



Carole COJEAN
Gestion des Bases
de Données
et partenariats

PÔLE PROMOTION & ATTRACTIVITÉ



Nadège DURAND
Responsable de Pôle
Promotion / Attractivité



Christiane GUERVILLY
Attractivité Territoriale
Talents / Santé



Armonie PERRO
Communication
Éditions / Presse

DÉPARTS :



Sylvie PINAULT
Assistante de
Direction
Départ en retraite



Léonie LANOË
Communication
Éditions / Presse
Fin d'alternance

Collectivités publiques (14)

Mme Nathalie TRAVERT-LE ROUX - CD22 Canton de Lamballe-Armor
 M. Patrice KERVAON - CD22 Canton de Lannion
 Mme Juliana SAN GÉROTÉO - CD22 Canton de Saint-Brieuc 1
 M. Erven LÉON - CD22 Canton de Perros-Guirec
 Mme Marie-Christine COTIN - CD22 Canton de Plancoët
 M. Philippe HERCOUËT - Conseiller régional
 Mme Bénédicte BOIRON - Lannion-Trégor Communauté
 M. Joël HEUZÉ - Leff Armor Communauté
 M. Denis HAMAYON - Saint-Brieuc Armor Agglomération
 Mme Josette CONNAN - Guingamp-Paimpol Agglomération
 Mme Sandra LE NOUVEL - CDC du Kreiz Breizh
 M. Xavier HAMON - Loudéac Communauté Bretagne Centre
 M. Pierre LESNARD - Lamballe Terre & Mer
 M. Didier LECHIEN - Dinan Agglomération

Organismes institutionnels du tourisme (14)

M. Didier ALNO - OT de Perros-Guirec
 Mme Sophie LATHUILLIÈRE - OT de Saint-Quay-Portrieux
 Mme Laurence CORSON - OT Falaises d'Armor
 Mme Laure MITNIK - Binic-Étables-sur-Mer Tourisme
 M. Mickaël DABET - OT Loudéac Bretagne Centre
 Mme Chrystele BROCHERIOUX - OT Baie de Saint-Brieuc
 M. Kristian CHENARD - Tourisme Kreiz-Breizh Communauté
 Mme Johanna NEUMAGER - OT de l'Île de Bréhat
 M. Dominique LE THÉRISIEN - Dinan Cap Fréhel Tourisme
 Mme Laurence HÉBERT - OT Bretagne Côte de Granit Rose
 M. Jean-Charles ORVEILLON - OT Cap d'Erquy - Val-André
 Mme Anne-Lise CORLOUER - OT Guingamp Baie de Paimpol
 Mme Hélène TURMEL - Pléneuf-Val-André Tourisme
 M. Antoine CARIOU - Tourisme Bretagne

Organisations professionnelles & touristiques (9)

Mme Marie-Christine LE CRUBIÈRE - Chambre d'Agriculture
 Mme Jeanne-Noëlle LAMOUR - Chambre de Commerce et d'Industrie
 M. Bernard OMNES - Chambre de Métiers et de l'Artisanat
 Mme Sklaërenn BEAUTO - MEDEF 22
 M. Marc FRELAUX - FNAIM
 M. Yann COUZIGOU - UMIH 22
 M. Jean-Luc FINANCE - UBHPA
 Mme Lucienne BOCQUÉHO - Gîtes de France
 M. Matthieu NICOL - UD CGT (2023)

Personnalités qualifiées (7)

M. Philippe QUINTIN - Attractivité
 M. Guillaume BLAISE - Culture
 M. Jacques CHAUMET - Séminaires/Groupes
 M. Erwan GEFFROY - Équipements de Loisirs
 M. Lionel ROUSSELOT - Licence Pro Tourisme
 M. Martial BIZEUL - Hôtellerie
 Mme Nathalie HUGUET - Équipements de Loisirs

Les membres du Bureau de CAD au 31 décembre 2023

Composition du Bureau (8)

Nathalie TRAVERT-LE ROUX - **Présidente**

Vice-Présidente du Conseil départemental, Canton de Lamballe-Armor

Denis HAMAYON - **Vice-Président**

Vice-Président « Tourisme » Saint-Brieuc Armor Agglomération

Bénédicte BOIRON - **Trésorière**

Vice-Présidente « Tourisme » Lannion-Trégor Communauté

Jeanne-Noëlle LAMOUR - **Secrétaire**

Élue de la CCI, Dirigeante Au Char à Bancs - Plélo

Didier LECHIEN - **Membre**

Vice-Président « Tourisme » Dinan Agglomération

Patrice KERVAON - **Membre**

Vice-Président du Conseil départemental, Canton de Lannion

Jacques CHAUMET - **Membre**

Chef d'entreprise, Hôtel Aigue Marine - Tréguier

Mickaël DABET - **Membre**

Président de l'Office de Tourisme Bretagne Centre

Calendrier des réunions statutaires en 2023

Bureau

1 ^{er} février	21 septembre
28 février	4 octobre
29 mars	20 novembre
7 juin	13 décembre

Conseil d'Administration

29 mars
4 octobre
13 décembre

Assemblée Générale

7 juin

Retour sur l'Assemblée Générale à Perros-Guirec

Le 7 juin, CAD a eu le plaisir d'organiser son Assemblée Générale au sein de l'établissement Roz Marine à Perros-Guirec. Cette rencontre a été l'occasion de faire découvrir cette nouvelle thalasso costarmoricaine aux 67 partenaires présents, de présenter le bilan de l'année et les grands axes d'actions de l'agence qui fixent le cap jusqu'en 2024. Avec Dominique Hummel, elle a été aussi un moment riche d'enseignements et de méthodes pour faire de la satisfaction client un réel levier de croissance, tant pour les professionnels que pour les destinations touristiques.



NOTRE BILAN EN CHIFFRES

Chaque année, CAD se fixe des priorités et des objectifs quantitatifs.
Retour sur les résultats 2023 :

OBJECTIFS 2023	Résultats 2022	Objectifs 2023	Bilan 2023
Nombre de partenaires « Les Minutes Bleues »	11	15	17 sites + 5 OT = 22
Qualité des études touristiques / Taux de satisfaction des utilisateurs	-	> 80%	85%
Nombre de visites sur le site : cotesdarmor.com	1 800 000	1 800 000	2 093 508 (+ 16% vs 2022)
Nombre d'abonnés aux newsletters « tourisme »	20 500	25 000	32 779
Nombre de visites sur le site : toutvivre-cotesdarmor.com	44 884 (+ 32 235 sur le site LAOU)	60 000	74 091 (+ 65% vs 2022)
Nombre de visites sur la rubrique « Santé » du site Tout Vivre	9 394	10 000	20 942 (x 2,3 vs 2022)



NOS ADHÉRENTS EN 2023

Entreprises et organismes (228)

Abbaye de Beauport - Abbaye de Bon Repos - Aigue Marine Hôtel Spa Restaurant - Aquarium des Curieux de Nature - Aquarium marin de Trégastel - ArchéoMusée Coriosolis - Armor Navigation - Armoripark - Au Bon Saint-Nicolas - Au Char à Bancs - Auberge de Jeunesse de Saint-Brieuc - Auberge de La Hardouinais/Ar Duen - AUDACC - Balade Bike - Belambra Clubs Trégastel - Best Western Armor Park Dinan - Best Western Les Bains Hôtel & Spa - Biscuiterie de la Côte d'Émeraude - Biscuiterie Maison Brieuc - Biscuiterie Menou - Bretagne Commerce International - Brit Hôtel Langueux - Brit Hôtel Lannion-Perros - Brit Hôtel Le Galion & Spa - Brit Hôtel Plérin - BZH Wake Park - Cabinet Salliou - Camping Armor Loisirs - Camping Beauséjour - Camping Bellevue - Camping Bellevue Mer - Camping de Gouarec - Camping de la Vallée du Douardu - Camping des Hautes Grées - Camping des Rosaires - Camping des Vallées - Camping du Gouffre - Camping du Lac - Camping du Minihy - Camping Eden Villages Cap de Bréhat - Camping La Tourelle - Camping Le Domaine des Jonquilles - Camping Le Frèche à l'Âne - Camping Le Korong - Camping Le Neptune - Camping Le Vallon aux Merlettes - Camping Le Varlen - Camping Le Varquez-sur-Mer - Camping Les Blés d'Or - Camping Les Madières - Camping Les Mouettes - Camping Les Roches - Camping Municipal de La Verte Vallée - Camping Municipal de Landrellec - Camping Municipal du Dourlin - Camping Municipal La Hallerais - Camping Panorama du Rohou - Camping Paradis Bellevue - Camping Paradis Les Capucines - Camping Saint Pabu Plage - Camping Sandaya Le Ranolien - Camping Tourony - Camping Traou Méléder - Camping Val de Landrouët - Camping-Spa Les Hauts de Port-Blanc - CCI des Côtes d'Armor - Centre de Congrès de Saint-Quay-Portrieux - Centre de découverte du Son - Centre du Baly/Rèves de Mer - Centre Technique Bretagne Henri Guérin - Cerfrance Côtes d'Armor - Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Côtes d'Armor - Chambre d'Agriculture des Côtes d'Armor - Château de Dinan - Château de Hac - Château de la Hunaudaye - Château de Quintin - Cité des Télécoms - Clévances Côtes d'Armor - Commespace - Contact Hôtel Le Lion d'Or - Crédit Agricole des Côtes d'Armor - Diduañ - Dina'vig - Distillerie Warengem - Domaine de Trestraou - Ecocentre Trégor - Ecologie Le Keréden - Edgar Hôtel & Spa - Escapade Glaz - Ferme d'Antan - Festival du Chant de Marin - Flower Camping Le Mat - FNAIM 22 - Funbreizh - Gîte d'étape «Tagar'étape» - Gîtes de France Côtes d'Armor - Gîtes d'étape L'Orée du Bois et Ty Bris - Gîtes Les Hirondelles - Glamping Terre & Mer - Goélia/Résidence les 7 îles - Golfhôtel de Saint-Samson - Groupe Bleu Mercure - Guerlédan Parc Aventure - Haras National de Lamballe - Heure & K Escape Game - Hisse et Ho ! - Hôtel restaurant Best Western - Hôtel restaurant Ibis Styles Plérin - Hôtel restaurant Le Bellevue - Hôtel restaurant Le Castel Beau Site - Hôtel restaurant Le Commerce - Hôtel restaurant Le Manoir du Sphinx - Hôtel restaurant Les Routiers - Hôtel restaurant L'Esquem - Hôtel restaurant Saint-Guirec et de la Plage - Hôtel & Résidence Cerise Lannion - Hôtel Arcadia - Hôtel Au Bon Accueil - Hôtel B&B - Hôtel Best Western Plus Les Terrasses de Bréhat - Hôtel Campanile Saint-Brieuc Centre Gare - Hôtel Champ de Mars - Hôtel De Clisson - Hôtel de Diane Restaurant «Le 1925» - Hôtel de La Plage Miléade - Hôtel de la Porte Saint-Malo - Hôtel de l'Europe - Hôtel de Perros - Hôtel des Rochers - Hôtel du Château - Hôtel Hermitage - Hôtel Ibis Lannion Côte de Granit Rose - Hôtel Ibis Styles Centre - Hôtel Kastell Dinec'h - Hôtel Ker Izel - Hôtel Ker Moor - Hôtel K'Loys - Hôtel Kyriad - Hôtel Kyriad Direct - Hôtel La Demeure - Hôtel Le Beauséjour - Hôtel Le Benhuyc - Hôtel Le Kreisker - Hôtel Le Nautica - Hôtel Les Costans - Hôtel Les Sternes - Hôtel Manoir de Kermodest - Hôtel Manoir de Rigourdaïne - Hôtel Novotel - Hôtel Port-Jacquet - Hôtel Première Classe - Hôtel Quick Palace - Hôtel Saint-Quay - Hôtel Spa Marin du Val André Thalasso Resort - Ilago - IUT de Saint-Brieuc - J'irai jouer chez vous - Kerlabo Kart - Kovalex - La Briqueterie - La Combe aux Ânes - La Ferme de Kerloury - La Maison des Faluns - La Savonnerie d'Armor - La Stabulle Gîte d'Étable - La Vallée des Saints - L'Abbaye - Labbé by Graou - L'Abri du Sillon - L'Agapa Hôtel Restaurant Spa - Lantic Parc Aventure - Le Du Services - Le Grand Hôtel de Port Blanc - Le Jardin Zen du Quistillic - Le Lucôtel Restaurant Le Goareva - Le Pakebot - Le Panier Iodé - Le Village Gaulois - Cabinet Lemasson & Associés - Les Bruyères d'Erquy - Les P'tis Bateaux du Trieux - Les Rhodogites du Goëlo - Les Vedettes de Bréhat - Les Vélos de la Baie - Les Verreries de Bréhat - Location de vélo Kaouann - Logis Hôtel du Parc - Maison de la Baie - Maison Nature de la Rance - Maison Pêche et Nature des Côtes d'Armor - Mathieu Kergourlay Restaurant & Hôtel de Boisgelin - Medef Côtes d'Armor - Mediapilote - Milmarin - Montgolfière Expérience/Cavok - Musée de la Résistance en Argoat - Musée de l'École de Bothoa - Musée Mathurin Méheut - OGA de Cornouaille et d'Armor - Parc du Radôme - Parcours Aventure Vivons Perchés - Pêche Evasion - Photonics Bretagne - Planétarium de Bretagne - Rando Gîte de Lanmodez - Résidence du Château de Beausais - Résidence Vacancéole Duguesclin - Roudenn Grafik - Saint-Brieuc Expo Congrès - Saint Cast Aventure - SBN - Septième ciel parachutisme - Sophrologue E. Le Rat - Sur Mer Bréhat - ADIT Technopole Anticipa - Terrarium de Kerdanet - UBHPA 22 - UMIH 22 - Villa Les Hydrangeas - Village Club Miléade - Village de gîtes Stereden - Village Vacances Le Val de Landrouët - Vitel Menuiseries - Voiles & Traditions - VVF Villages La Côte d'Émeraude - West Camping - Zooparc de Trégomeur

Offices de Tourisme (13)

Binic-Étables-sur-Mer Tourisme - Dinan Cap Fréhel Tourisme - Pléneuf-Val-André Tourisme - OT Bretagne Centre Tourisme - OT Bretagne Côte de Granit Rose - OT Cap d'Erquy-Val André - OT de la Baie de Saint-Brieuc - OT de l'île de Bréhat - OT Falaises d'Armor - OT Guingamp-Baie de Paimpol - OT Kreiz Breizh - OT Perros-Guirec - OT Saint-Quay-Portrieux



© 2014 Le Parc



Côtes d'Armor Destination
7 rue Saint-Benoît
22000 SAINT-BRIEUC
02 96 58 06 58

