

# PLAN D' ACTIONS 2024



[cad22.com](http://cad22.com)  
[cotesdarmor.com](http://cotesdarmor.com)  
[toutvivre-cotesdarmor.com](http://toutvivre-cotesdarmor.com)



## QUI SOMMES-NOUS ?



Nom

Agence de Développement  
Touristique et d'Attractivité

Prénom

Côtes d'Armor Destination

Statut

Association

Financier principal

Conseil Départemental des Côtes d'Armor

Présidente

Nathalie TRAVERT-LE ROUX

Conseil d'administration

44 membres représentants des collectivités  
locales, des organismes institutionnels du  
tourisme et des organisations professionnelles  
et acteurs du tourisme

Crédits photos : L'Oeil de Paco, CAD  
Réalisation : CAD  
Mock-up & illustrations : Freepik  
Impression : Roudenn Grafik  
Mars 2024



## Missions principales

Renforcer la notoriété du territoire  
Développer l'activité touristique  
Attirer des talents et professionnels  
de santé

## Organisation en 3 pôles

Ingénierie & Développement touristique  
Numérique & Digital  
Promotion & Attractivité

## Domaines d'actions

L'observation touristique  
L'accompagnement des professionnels : loisirs,  
affaires, groupes, randonnée  
La promotion touristique  
L'attractivité territoriale

Salariés 15

## SOMMAIRE

- 1 L'AGENCE, SES PRIORITÉS, SES ENGAGEMENTS | P2
- 2 L'OBSERVATION TOURISTIQUE ET L'INGÉNIERIE TERRITORIALE | P8
- 3 L'ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS | P12
- 4 LA PROMOTION TOURISTIQUE | P16
- 5 L'ATTRACTIVITÉ TERRITORIALE | P22
- 6 NOTRE FONCTIONNEMENT, NOS INSTANCES | P26

## L'ÉQUIPE



### FÉDÉRER

Rassembler nos partenaires autour de projets communs

### EXPÉRIMENTER

Oser la nouveauté et porter de nouveaux projets

### ÊTRE

#### PRAGMATIQUE

Apporter des réponses concrètes à des problématiques

### S'ADAPTER ET

#### SE RÉINVENTER

Pour répondre à la demande et aux évolutions des marchés

### ÊTRE SOLIDAIRE

#### ET CONVIVAL

Travailler en équipe et se rendre disponible pour les autres



# NOS ENGAGEMENTS RSE EN 2024

## ENGAGEMENT 1

Être un employeur responsable

1



Mettre en place une boîte à outils créative

2



Améliorer l'ergonomie des postes de travail

## ENGAGEMENT 2

Être un acteur à faible empreinte écologique

3



Réaliser un bilan carbone des mobilités de CAD

4



Diminuer l'impact carbone lié à nos pratiques numériques

5



Systematiser l'utilisation d'un outil de co-voiturage

## ENGAGEMENT 3

Être un acheteur éco-responsable à dimension sociale

6



Définir des familles d'achats du quotidien et identifier les critères à appliquer

## ENGAGEMENT 4

Être promoteur d'une destination durable

7



Survaloriser les offres responsables sur nos supports promotionnels

8



Se former aux impacts des évolutions climatiques sur le tourisme de demain

# ☰ NOS PRIORITÉS 2024

## 1 STRATÉGIE TERRITORIALE

### Construire le nouveau schéma de développement touristique du Département

Accompagnement du Conseil Départemental dans la définition du nouveau schéma de développement touristique des Côtes d'Armor à 5 ans (2024-2028) : réalisation du diagnostic, identification des enjeux et définition des axes d'action.



## 2 TOURISME DURABLE

### Développer une observation à 360° (économique, environnementale et sociétale)

Définition et mise en place d'outils de suivi et d'évaluation des retombées économiques, environnementales et sociétales de l'activité touristique en Côtes d'Armor, en partenariat avec les Offices de Tourisme et les EPCI costarmoricains.



## 3 PROMOTION TOURISTIQUE

### Mettre en œuvre la nouvelle campagne printemps-été « Côtes d'Armor, En prendre plein la vie »

Lancement au printemps d'une campagne multicanale en direction du Grand Ouest et de l'Île-de-France s'appuyant sur la valorisation d'offres engagées et commercialisables autour de filières spécifiques : création d'une collection, réalisation de supports promotionnels, définition et mise en place d'un plan médias.



## 4 ATTRACTIVITÉ TALENTS ET SANTÉ

### Créer une nouvelle stratégie marketing à 3 ans (2024-2026)

Définition et mise en place d'un plan d'actions à 3 ans (2024-2026) visant à renforcer la notoriété et l'attractivité des Côtes d'Armor en direction de talents et de professionnels de santé, création d'un nouveau site web dédié et structuration d'un programme de prospection.





# NOS GRANDS RENDEZ-VOUS 2024

**2 FÉVRIER**  
**RENCONTRE VIRTUELLE**  
**"RENCONTREZ LE GRAND ARMOR"**  
 Rencontres entre des talents et des experts en changement de vie

**9-11 FÉVRIER**  
**SALON DU TOURISME DE RENNES**  
 Salon Grand Public

**7 AVRIL**  
**JOURNÉE DES LOISIRS**  
 Événement de lancement de la saison dans les sites de loisirs

**9 AVRIL**  
**BOURSE D'ÉCHANGES OT**  
 Diffusion et échange de documentations touristiques entre Offices de Tourisme

**17-18 AVRIL**  
**SALON SO ÉVÈNEMENT**  
 Tourisme d'Affaires/  
 Rencontres BtoB

**17 SEPTEMBRE**  
**WORKSHOP ANCV**  
 Rencontres entre des prestataires touristiques et de loisirs et des Comités d'Entreprises du Grand Ouest

**26 SEPTEMBRE**  
**AFTERWORK "MICE PLACE CITY" À NANTES**  
 Tourisme d'Affaires /  
 Rencontres BtoB

**27 OCTOBRE - 2 NOVEMBRE**  
**ÉVÈNEMENT**  
**"LES MINUTES BLEUES"**  
 Des visites insolites de sites de loisirs et de culture à l'heure bleue

**28 NOVEMBRE**  
**AFTERWORK « MICE PLACE CITY » À PARIS**  
 Tourisme d'Affaires /  
 Rencontres BtoB

**24 JANVIER**  
**WORKSHOP "VOYAGE FRAIZY" À PITHIVIERS**  
 Tourisme de Groupes

**22-24 MARS**  
**SALON DU RANDONNEUR DE LYON**  
 Salon Grand Public

**JUIN**  
**RENCONTRE VIRTUELLE "15 MINUTES AFFAIRES"**  
 Tourisme d'affaires /  
 Rencontres BtoB entre professionnels du Mice et entreprises

**OCTOBRE**  
**RENCONTRE DES ÉTUDIANTS EN MÉDECINE À BREST ET RENNES**  
 Opération de promotion dans les 2 universités de médecine

**8 OCTOBRE**  
**SOIRÉE**  
**"LES TROPHÉES DU TOURISME"**  
 Grand débat et remise de prix à 5 lauréats

**DÉCEMBRE**  
**LA RENCONTRE DES RÉSEAUX**  
 Soirée de convivialité BtoB



# 2

## L'OBSERVATION TOURISTIQUE ET L'INGÉNIERIE TERRITORIALE

### UN NOUVEAU SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE POUR LES CÔTES D'ARMOR

En 2024, le Département des Côtes d'Armor a décidé de définir un nouveau schéma de développement touristique à 5 ans (2024-2028). Il a confié à CAD la réalisation du diagnostic et la formulation des propositions d'actions.

#### UN SCHÉMA, POURQUOI ?

##### OBJECTIFS :

- 1 Partager avec les Collectivités et les professionnels les enjeux touristiques de demain.
- 2 Fixer une ligne claire et un cap de développement pour le tourisme en Côtes d'Armor.
- 3 Définir des priorités d'actions et d'investissements pour le Département répondant aux enjeux des collectivités et des professionnels.

##### DÉFIS :

Conforter l'activité touristique en Côtes d'Armor, **2<sup>ème</sup> économie** du département

Répondre aux **enjeux climatiques** de demain

Proposer un **tourisme équilibré**

##### CALENDRIER :

février à avril

Réalisation du diagnostic

mai-juin

Concertation avec les collectivités et professionnels

juillet-septembre

Définition des axes d'actions

octobre

Validation du schéma de développement touristique 2024-2028 par le Conseil Départemental

# L'OBSERVATION TOURISTIQUE : DE NOUVEAUX OUTILS POUR MIEUX RÉPONDRE AUX ENJEUX DE DEMAIN

## NOS OBJECTIFS EN 2024



Développer une observation à 360°

Utiliser la vidéo pour mieux communiquer sur la conjoncture touristique

Structurer et organiser la diffusion des études auprès des acteurs du tourisme

## L'OBSERVATION À 360°

Les enjeux sur l'observation touristique évoluent. Il est donc essentiel, en Côtes d'Armor, de repenser nos actions pour répondre aux attentes des territoires infra départementaux, et progresser dans nos outils et méthodes.

### NOS ENJEUX :

- Développer une observation à 360° intégrant les enjeux économiques, environnementaux et sociétaux,
- Améliorer la transmission de l'information auprès des élus, des professionnels du tourisme et des porteurs de projets,
- Impulser de nouveaux projets communs avec les EPCI et les OT.

Pour mener à bien ce travail, CAD a mis en place un groupe de travail réunissant les offices de tourisme et les responsables de développement touristique des EPCI.

## LE BAROMÈTRE DU TOURISME EN VIDÉO

En 2024, CAD souhaite utiliser la vidéo pour communiquer sur la conjoncture touristique du département. Des capsules de 5 minutes seront diffusées auprès des lecteurs de la newsletter Observation. Elles offriront une synthèse des tendances du moment.

Pour vous inscrire à la newsletter :



# LE CALENDRIER DE L'OBSERVATOIRE 2024

CAD proposera une série de documents sur les profils clients.

JANVIER

Fiches synthétiques pour mieux connaître les caractéristiques de chaque type d'établissement (Hôtellerie, Campings, Chambres d'hôtes, Gîtes) et construire son business plan.

LES FICHES « REPÈRES »  
POUR LES PORTEURS DE  
PROJETS TOURISTIQUES

LES PANORAMAS  
« HÉBERGEMENTS »

Chiffres clés, niveaux de fréquentation (nombre de nuitées, taux d'occupation, chiffre d'affaires...) et profils clients (origine, durée de séjour...) par type d'hébergement.

FÉVRIER  
-  
MARS

AVRIL  
-  
MAI

Chiffres clés et comportement des clientèles par types de loisirs (fréquentation des sites de culture et de loisirs, des sites naturels, des offices de tourisme...)

LES PANORAMAS  
« LOISIRS »

ÉTUDE « VÉLOROUTES  
VOIES VERTES »

Déclinaison à l'échelle départementale des résultats de la nouvelle étude sur les usagers des véloroutes voies vertes bretonnes.

JUIN  
-  
JUILLET

SEPTEMBRE  
-  
DÉCEMBRE

Fiches synthétiques pour mieux connaître les profils des touristes et excursionnistes qui fréquentent les Côtes d'Armor : leurs provenances, les modes d'hébergements privilégiés, leurs attentes en termes d'activités, leurs dépenses, leurs modes de déplacements...

LES FICHES  
« CLIENTÈLE »



Tourisme  
BRETAGNE



Côtes d'Armor  
le Département



## L'OBSERVATOIRE DU TOURISME EN BREF

L'observatoire du tourisme est un outil au service des professionnels, des collectivités et des porteurs de projets pour leur permettre d'appréhender le marché, de connaître les tendances de consommation et de suivre, quasi en temps réel (J+5), la fréquentation touristique du territoire.



**CAD** pilote et anime  
l'observatoire du tourisme



Le **Conseil départemental**  
des Côtes d'Armor le finance

L'observatoire du tourisme est accessible  
sur [cad22.com](http://cad22.com) et [Armorstat.com](http://Armorstat.com)



Accès gratuit et  
illimité pour tous



Mises à jour  
mensuelles



Données à l'échelle des  
communes, des EPCI,  
du département

### À QUI S'ADRESSE-T-IL ?

**Aux décideurs publics**  
(collectivités)

**Aux décideurs privés**  
(entreprises, porteurs  
de projets...)

**Au grand public**  
(presse, associations,  
enseignants, étudiants,  
particuliers...)

### QUELS OUTILS ?

- Des chiffres clés et bilans de conjoncture
- Des tableaux de bord de fréquentation des hébergements et sites de loisirs
- Des portraits de territoire à l'échelle des OT et Communautés
- Des fiches « Repères » sur l'offre d'hébergement
- Des données sur les clientèles touristiques
- Des études thématiques

### POUR QUELS USAGES ?

- S'informer de la conjoncture touristique du département
- Connaître les profils de clientèle, leurs attentes et comportements
- Connaître l'offre d'hébergement, d'activités de loisirs et leur fréquentation
- 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
- Suivre les nouvelles tendances touristiques

### POUR PLUS D'INFOS :

**Vincent CORRE**

Chargé d'observation  
02 96 62 72 13  
[vcorre@cad22.com](mailto:vcorre@cad22.com)



Retrouvez-nous sur  
[Armorstat.com](http://Armorstat.com)



# 3

## L'ACCOMPAGNEMENT

## DES PROFESSIONNELS



### DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL : DES OUTILS POUR LES PROFESSIONNELS

La promotion et commercialisation en ligne sont désormais incontournables pour se faire connaître et se vendre auprès des clientèles touristiques. Pour accompagner les professionnels sur cette voie, Côtes d'Armor Destination met à leur disposition deux outils.

#### LES WIDGETS TOURISME

Des modules qui permettent d'afficher, en temps réel, sur les sites web des professionnels des informations touristiques (agenda des manifestations, activités de loisirs...). Développés par CAD, ces outils sont mis à disposition des partenaires de l'agence gratuitement.

#### NOTRE OBJECTIF EN 2024 :

Poursuivre le déploiement des widgets sur les sites des hébergeurs (hôtels, campings, gîtes...) et des collectivités locales (communes...).

#### LES OUTILS DE VENTE EN LIGNE

CAD a développé, depuis 5 ans, un partenariat avec un prestataire (Eloha) permettant de proposer, aux professionnels, un outil concret de vente en ligne à un tarif négocié.

#### NOTRE OBJECTIF EN 2024 :

Continuer à accompagner les acteurs du loisir à se digitaliser, en mettant notamment à leur disposition cet outil de vente en ligne.



**Club de Canoë-Kayak de la MJC du Plateau**  
SAINT-BRIEUC

[VOIR DÉTAIL](#)



## FILIÈRE « AFFAIRES » : COUP D'ACCÉLÉRATEUR SUR LE DÉMARCHAGE

### 3 OBJECTIFS EN 2024

- 1 Poursuivre le développement du réseau des partenaires de la filière MICE
- 2 Développer les actions partenariales et commerciales avec les OT et prestataires
- 3 Augmenter le nombre de contacts clients

#### SALON

##### AVRIL

Participation à So Événements à Rennes

#### ÉVÉNEMENT VIRTUEL

##### JUIN

Organisation de « 15 minutes Affaires »

#### AFTERWORK

##### SEPTEMBRE ET NOVEMBRE

Participation aux Mice Place City de Nantes et de Paris

#### WEB

Promotion des offres séminaires et team building sur [affaires.cotesdarmor.com](http://affaires.cotesdarmor.com)

#### NEWS

Envoi de newsletters vers l'Île-de-France et le Grand-Ouest



[affaires.cotesdarmor.com](http://affaires.cotesdarmor.com)

## FILIÈRE « GROUPES » : RENFORCER LES LIENS AVEC LES ACTEURS DU SECTEUR

### 3 OBJECTIFS EN 2024

- 1 Renforcer les liens avec les partenaires du réseau (OT et professionnels)
- 2 Refondre et enrichir les supports promotionnels et commerciaux
- 3 Développer les liens avec les autocaristes et associations

#### WORKSHOP

Participation au workshop de Voyage Fraizy à Pithiviers

#### ANIMATION

Organisation de rencontres et formations avec les responsables « Groupes » des OT

#### DÉMARCHAGE

Envoi de 4 newsletters avec relances téléphoniques auprès des associations et autocaristes

#### BENCHMARK

Visites sur des salons « Groupes / CE » et workshop.

#### PROMOTION DE L'OFFRE

Mise en avant, chaque mois, sur le site « Tour mag » d'un produit « Groupes ». Animation du site [groupes.cotesdarmor.com](http://groupes.cotesdarmor.com)



[groupes.cotesdarmor.com](http://groupes.cotesdarmor.com)



# FILIÈRE « RANDONNÉE » : COUP DE PROJECTEUR SUR LES GRANDS ITINÉRAIRES

## OBJECTIFS 2024

- 1 Lancement de l'itinéraire de randonnée « Mon Tro Breizh »
- 2 Restitution de l'étude Véloroute Voies vertes dans les territoires
- 3 Grands itinéraires : préparer le renouvellement des partenariats



1

### MON TRO BREIZH

- Animation d'un groupe de travail associant Département, EPCI et OT.
- Travaux autour de la structuration de l'itinéraire et de sa promotion.

### VÉLOMARITIME & VÉLODYSSÉE

- Participation aux comités techniques et de pilotage
- Animation du site web national de la Véloamaritime.

2

3

### LABEL ACCUEIL VÉLO

- Participation aux réflexions sur les évolutions du label Accueil Vélo.
- Animation du réseau des évaluateurs en Côtes d'Armor.
- Contrôle et validation des audits réalisés par les OT.

### ÉTUDE VÉLOROUTE VOIES VERTES

Restitution de l'étude en Côtes d'Armor et déclinaison des données à l'échelle départementale

4

5

### PROMOTION DE LA RANDONNÉE

- Actualisation des guides « hébergements » et « idées de parcours ».
- Campagnes digitales sur les RS et envoi de newsletters dédiées.



Découvrez les  
grands itinéraires sur  
[rando.cotesdarmor.com](http://rando.cotesdarmor.com)

## OBJECTIFS CHIFFRÉS 2024

Atteindre 350 000 visites sur le site web de la Véloamaritime

43 700 abonnés Facebook (+ 10%)

10 800 abonnés Instagram (+ 10%)

## INFO :

Côtes d'Armor Destination et le Département des Côtes d'Armor financent la Véloodyssée et la Véloamaritime à hauteur respective de 15 000 et de 10 000 €.

## FILIÈRE « LOISIRS » : VERS UNE CONSOLIDATION DES ACTIONS PARTENARIALES

En 2024, l'objectif est de continuer à fédérer les acteurs des loisirs et de la culture autour d'actions collectives.

AVRIL

### ORGANISATION DE LA 5<sup>ÈME</sup> JOURNÉE DES LOISIRS

Événement de lancement de la saison touristique dans les sites de loisirs 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.

JUILLET-AOÛT

SEPTEMBRE

### ORGANISATION DES RENCONTRES ANCV À PLEUMEUR-BODOU

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

### ORGANISATION DE L'ÉVÈNEMENT « LES MINUTES BLEUES »

Festival culturel sur 5 jours proposant des visites inédites de sites de loisirs et de culture au lever du jour et au coucher du soleil.

OCTOBRE

AVRIL À OCTOBRE

### PROMOTION DE L'OFFRE DE LOISIRS

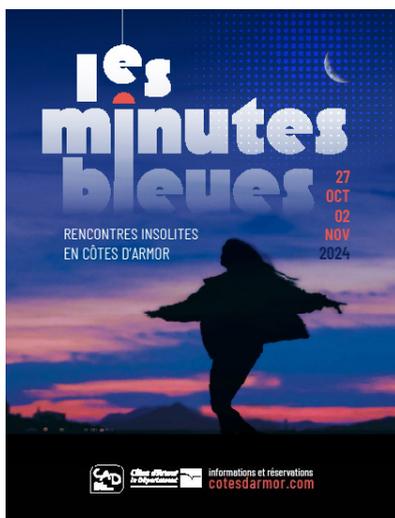
Envoi de newsletters et campagnes digitales sur les réseaux sociaux

## LES MINUTES BLEUES - 3<sup>ÈME</sup> ÉDITION

L'événement « Les Minutes Bleues » a été lancé par CAD en 2022, en partenariat avec plusieurs sites de loisirs et de culture costarmoricains. À l'automne, au moment du passage à l'heure d'hiver et durant 5 jours, les plus grands sites costarmoricains ouvrent leurs portes et proposent des visites inédites et insolites dans la lumière bleue de l'aurore et du crépuscule. De dimension départementale, cet événement commence à s'installer comme l'un des grands RDV culturels de l'année.

## OBJECTIFS 2024

- 1 Élargir le cercle des partenaires
- 2 Développer les partenariats médias
- 3 Dépasser les 1 000 visiteurs



En 2024, nous vous donnons RDV du 27 octobre au 2 novembre. Infos et réservations sur : [cotesdarmor.com](http://cotesdarmor.com)



## LA PROMOTION TOURISTIQUE

# 4

### ==== PRIORITÉ : DÉPLOIEMENT DE LA NOUVELLE STRATÉGIE PROMOTIONNELLE SUR 3 ANS (2024-2026)

En 2023, CAD a dévoilé sa nouvelle stratégie d'image avec un tout nouveau logo et une nouvelle signature : Côtes d'Armor, en prendre plein la vie ! Imaginé par l'agence Signe des Temps, elle va se déployer progressivement pour promouvoir un territoire vivant, vrai, un art de vivre typiquement costarmoricain et des valeurs durables à partager avec les visiteurs.

#### NOTRE STRATÉGIE

- 1 Continuer à **construire la notoriété des Côtes d'Armor** autour de nos **sites emblématiques** par des actions en fil rouge sur l'année.
- 2 Promouvoir un **tourisme de 4 saisons** au travers de 2 campagnes annuelles « printemps-été » et « automne-hiver » s'appuyant sur la **valorisation d'offres** expérientielles et commercialisables en ligne.
- 3 Être promoteur sur le **printemps-été d'offres engagées** et responsables.

#### COEUR DE CIBLE

Familles  
Couples sans enfants  
Du Grand Ouest et franciliens

#### INTÉRÊTS

Amoureux de la nature et des grands espaces  
Conscience écologique  
Besoins de ralentir le rythme  
En quête de vacances apprenantes

# LA NOTORIÉTÉ AU CŒUR DE LA COMMUNICATION DIGITALE

## 3 OBJECTIFS EN 2024

- 1 Assoir cotesdarmor.com comme le site touristique de référence du territoire
- 2 Créer du trafic sur le site web
- 3 Mieux valoriser nos partenaires proposant des offres commercialisables en ligne

### COTESDARMOR.COM

Evolution du site web pour améliorer le parcours client et mieux valoriser les offres

### SITES AFFINITAIRES

Des campagnes sur des sites touristiques (affinitaires et à fort trafic) pour toucher un public intentionniste.

### RÉSEAUX SOCIAUX

30 campagnes webmarketing pour valoriser les grands sites, les activités et loisirs. 2 opérations spéciales à dimension « commerciale » : Saint-Valentin, Noël.

### SEA

Achat de mots clés Google pour générer du visitorat sur le site.

## PRINTEMPS-ÉTÉ, AUTOMNE-HIVER : 2 CAMPAGNES AUTOUR DE 2 SAISONS

En 2024, CAD mènera 2 campagnes promotionnelles spécifiques s'appuyant sur des filières expérientielles.



**Création d'une collection d'offres** pour chacune des saisons en partenariat avec les OT



Réalisation d'un **guide Printemps-Eté** et actualisation du **guide Automne-Hiver**



Réalisation de **supports promotionnels** (visuels, vidéos, site web...)



Pilotage d'une mission photos **Printemps-Eté**



Définition et déploiement d'un **plan médias** pour chaque saison



cotesdarmor.com

# SALONS : LES CÔTES D'ARMOR À RENNES ET À LYON

En 2024, CAD renouvelle ses participations aux salons « Voyages et outdoor » à Rennes et du Randonneur de Lyon aux côtés d'Offices de tourisme et de professionnels.

## VOYAGES ET OUTDOOR, LE SALON DU TOURISME DE RENNES : 9-11 FÉVRIER

### L'OBJECTIF :

Séduire et fidéliser une clientèle de proximité et qui porte un intérêt sur les activités de loisirs et courts séjours.

Sur le stand « Côtes d'Armor » CAD sera accompagnée de 8 partenaires : OT Bretagne Côte de Granit Rose, OT Perros-Guirec, OT Baie de Saint-Brieuc, OT du Kreiz Breizh, OT Guingamp-Baie de Paimpol, Hôtel Castel Beau Site, Le Jardin Zen du Quistillic.



## LE SALON DU RANDONNEUR À LYON : 22-24 MARS

### L'OBJECTIF :

Sensibiliser et qualifier une nouvelle clientèle long séjour adepte de randonnée. Sur le stand « Côtes d'Armor » CAD sera accompagnée de 6 partenaires : OT Bretagne Côte de Granit Rose, OT Perros-Guirec, OT Bretagne Centre Tourisme, OT Guingamp-Baie de Paimpol, Agence Kauuann, Gîtes de France Côtes d'Armor.

## CARTE TOURISTIQUE

**160 000**  
EXEMPLAIRES ÉDITÉS

**105 000**  
FRANÇAIS



**35 000**  
ANGLAIS



**20 000**  
ALLEMAND



↪ Distribuée aux OT lors d'une bourse d'échanges en avril

↪ Livrée aux adhérents de l'agence en mai

## RELATION CLIENT : DES ACTIONS POUR RESTER EN CONTACT PERMANENT AVEC LA CLIENTÈLE



**12 newsletters**  
programmées en 2024



**Dont 4**  
en coopération avec  
9 OT costarmoricains



**40 000 abonnés** aux  
newsletters tourisme  
de CAD visés  
(+ 20 % vs 2023)

### NOS OBJECTIFS EN 2024

- 1 Développer notre réseau d'abonnés aux newsletters de CAD
- 2 Continuer à les informer des actualités touristiques en Côtes d'Armor
- 3 Les séduire par des idées séjour et produits d'appels
- 4 Promouvoir les loisirs auprès des touristes en séjours



## RELATION PRESSE : PROMOUVOIR ET METTRE EN VALEUR LES CÔTES D'ARMOR

En 2024, CAD poursuit ses missions en direction de la presse.

### L'OBJECTIF :

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



Renouvellement du  
**partenariat avec une  
agence de presse**



Diffusion de **2 dossiers  
de presse complétés de  
communiqués** tout au  
long de l'année



Programmation d'un  
**accueil presse**  
« Groupe » et d'accueils  
individuels de journalistes

# ≡≡≡ TROPHÉES DU TOURISME, LANCEMENT DE LA 6<sup>ÈME</sup> ÉDITION

CAD renouvelle, en 2024, sa participation à l'organisation des Trophées du Tourisme des Côtes d'Armor. L'événement récompense 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.

## AU PROGRAMME

- Un grand témoignage
- La remise des 5 prix aux lauréats
- Un moment de convivialité et de partage



## LES PARTENAIRES

L'événement est organisé par l'association des Trophées du Tourisme regroupant Côtes d'Armor Destination, le Crédit Agricole des Côtes d'Armor, Cerfrance Côtes d'Armor, Couëdic-Madoré Holding (Brit Hôtel), Gîtes de France, la CCI des Côtes d'Armor et Saint-Brieuc Expo Congrès.



## TOURINSOFT, KESAKO ?

Tourinsoft est la base de données qui alimente l'ensemble des sites web des institutionnels du tourisme.

### QUELS SITES WEB SONT ALIMENTÉS PAR TOURINSOFT ?

- Sites web des Offices de Tourisme des Côtes d'Armor
- Site web de Côtes d'Armor Destination (cotesdarmor.com)
- Site web du Comité Régional du Tourisme (tourismebretagne.com)
- Les opendatas (Datatourisme, Datarmor)

### QUELLES OFFRES TOURISTIQUES SONT CONCERNÉES ?



Les hébergements



Les activités de loisirs et de culture



L'agenda des manifestations



Les restaurants et la gastronomie



Les itinéraires de randonnée



Le patrimoine

### COMMENT EST ORGANISÉ TOURINSOFT ?

Le **CRT** et les **ADT** pilotent l'outil à l'échelle régionale

**CAD** anime et finance Tourinsoft en **Côtes d'Armor**

Les **OT** assurent la collecte de l'ensemble des informations au **niveau local**

### QUELS BÉNÉFICES ?



Saisie mutualisée



Mise à jour quotidienne



Point d'entrée unique dans les offices pour les professionnels



Pour une diffusion massive de l'information en Bretagne



### + D'INFOS

**Olivier FALCHIER**  
ofalchier@cad22.com  
02 96 62 72 14



# 5

ATTRACTIVITÉ

TERRITORIALE

## « TOUT VIVRE EN CÔTES D'ARMOR », UNE NOUVELLE STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ POUR 2024-2026

« Tout vivre en Côtes d'Armor » est une démarche d'attractivité globale associant promotion du territoire, détection de talents et accompagnement à l'installation. Elle réunit des entreprises et des collectivités locales qui ont décidé de mutualiser leurs moyens et leur énergie pour faire des Côtes d'Armor une destination attractive pour vivre, travailler et entreprendre.

### LES 3 DÉFIS DE LA NOUVELLE CAMPAGNE 2024-2026

1

Renforcer la **notoriété** des Côtes d'Armor

2

Attirer de nouveaux **talents**

3

Séduire des professionnels de **santé** et des internes

### AGIR POUR QUI ?

- Des entreprises et structures de santé en recherche de nouvelles compétences.
- Des collectivités souhaitant renforcer leur attractivité et accueillir des familles.
- Des costarmoricains pour améliorer leur accès aux soins.

### AGIR COMMENT ?

#### NOTORIÉTÉ

Des campagnes de promotion et d'image pour renforcer la notoriété des Côtes d'Armor en mettant les jeunes familles et talents (25-35 ans) au cœur de la stratégie d'attractivité.

#### PROSPECTION

Renforcer notre visibilité et notre influence sur le web, accentuer les opérations de prospection de talents et faire des costarmoricains des prescripteurs du territoire.

#### ACCOMPAGNEMENT

Apporter un accompagnement individualisé à chaque talent.

# ATTRACTIVITÉ « TALENTS » : ENCOURAGER ET ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT DE VIE EN CÔTES D'ARMOR

## LES OBJECTIFS 2024

- 1 Renouveler les partenariats publics et privés sur 3 ans
- 2 Définir la stratégie promotionnelle 2024-2026
- 3 Mettre en œuvre le plan d'actions sur la première année

## LE PLAN D' ACTIONS 2024

### STRATÉGIE

Recrutement d'une agence de communication qui nous accompagnera pendant 3 ans

### ÉVALUATION

Mise en place d'une étude d'image pour mesurer la notoriété des Côtes d'Armor

### PROMOTION

Mise en place de campagnes de communication sur des médias nationaux et promotion des Côtes d'Armor sur des sites dédiés au changement de vie

### WEB

Refonte du site [toutvivre-cotesdarmor.com](http://toutvivre-cotesdarmor.com)

### RÉSEAUX SOCIAUX

Communication en fil rouge sur Facebook, LinkedIn et TikTok

### ÉVÉNEMENTS

Organisation d'opérations d'accueil de talents et de rencontres virtuelles

### QUALIFICATION DE PROSPECTS

Mise en place d'un partenariat pour détecter des talents et des professionnels de santé candidats au changement de vie

### GUIDE D'INSTALLATION

Création d'un nouveau guide territorial

### CONSEIL

Accompagnement individualisé des talents en partenariat avec les acteurs de terrain

## À SAVOIR

La campagne Talents est définie et financée dans le cadre d'un partenariat public-privé associant Côtes d'Armor Destination, le Conseil Départemental des Côtes d'Armor, les Communautés de communes et d'agglomération du territoire et une dizaine d'entreprises costarmoricaines. Les partenariats sont en cours de définition au moment de l'édition du présent plan d'actions.

# ATTRACTIVITÉ « SANTÉ » :

## ATTIRER DES PROFESSIONNELS DE SANTÉ EN CÔTES D'ARMOR

Depuis 3 ans, CAD s'est engagée, aux côtés du Département, dans la définition et la mise en œuvre d'une stratégie d'attractivité avec pour objectifs de construire une image positive de l'exercice de la santé en Côtes d'Armor, d'y attirer des professionnels et des internes. Au terme de la 1ère phase (2021-2023), le Département a décidé de reconduire cette mission sur 3 ans (2024-2026) et de confier à CAD sa mise en œuvre.

### LES OBJECTIFS 2024

- 1 Définir la stratégie promotionnelle à 3 ans (2024-2026)
- 2 Mettre en œuvre le plan d'actions sur la première année

### LE PLAN D' ACTIONS 2024

#### VALORISER L'OFFRE ET L'ENVIRONNEMENT

Faire connaître et valoriser l'environnement d'exercice professionnel et l'offre d'installation, d'enseignement et de stage en Côtes d'Armor

#### CONSTRUIRE LA NOTORIÉTÉ

Poursuivre le travail de notoriété auprès des professionnels de santé

#### DÉTECTER DES TALENTS

Accentuer les opérations de démarchage pour identifier des professionnels de santé candidats à l'installation

#### ATTIRER DES MÉDECINS GÉNÉRALISTES

Prioriser les médecins généralistes comme cible dans nos actions de communication et de démarchage

#### SÉDUIRE LES ÉTUDIANTS ET INTERNES

Consolider nos actions de séduction et de démarchage en direction des étudiants en médecine de Brest et de Rennes

#### ÉLARGIR AUX SPÉCIALISTES

Amorcer des actions vers les spécialistes (étudiants et confirmés)

### À SAVOIR

La campagne Santé est définie en partenariat avec le Conseil Départemental des Côtes d'Armor, financer du projet, et travaillée avec des structures de santé dont l'Agence Régionale de Santé, le Conseil départemental de 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.



Retrouvez la campagne  
« Tout vivre en Côtes d'Armor »  
sur : [toutvivre-cotesdarmor.com](http://toutvivre-cotesdarmor.com)

## LES GUIDES S'INSTALLER EN CÔTES D'ARMOR

### UN OUTIL RH POUR LES ENTREPRISES QUI RECRUTENT

Les guides « S'installer en Côtes d'Armor » sont des outils gratuits qui apportent des informations à vos nouveaux collaborateurs et leur donnent les clés et les contacts pour faciliter leur installation sur le département.

### LES GUIDES SONT ACCESSIBLES SUR TOUTVIVRE-COTESDARMOR.COM



Gratuit



Facile à télécharger  
sur notre site :  
toutvivre-cotesdarmor.com



Déclinés à l'échelle du  
département et des EPCI

### À QUI S'ADRESSENT-ILS ?

Aux responsables RH  
et aux communes

Aux nouveaux salariés qui  
ne sont pas originaires  
des Côtes d'Armor

Aux nouveaux  
habitants

### À RETROUVER DANS CE GUIDE



Découvrir le territoire

Habiter, se soigner, se déplacer

Offre culturelle et de loisirs

Travailler et développer son activité

Enseignement de la maternelle aux études supérieures

To do list du déménagement



Je télécharge le guide

[www.toutvivre-cotesdarmor.com](http://www.toutvivre-cotesdarmor.com)

### CONTACT

**Christiane GUERVILLY**  
cguervilly@cad22.com  
02 96 58 06 58



## 6 NOTRE FONCTIONNEMENT, NOS INSTANCES

### ≡≡≡ NOS INSTANCES DE DÉCISIONS

#### LE BUREAU

Le Bureau a pour rôle d'examiner le budget, les axes stratégiques, de débattre sur les propositions émanant de l'Agence et de ses partenaires. Il intervient plus particulièrement sur des réflexions ou projets en cours (priorités annuelles, programmation, orientations budgétaires et suivi financier). Il se réunit au moins 5 fois par an.

#### LE BUREAU - 8 MEMBRES

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

#### LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration est composé d'élus, de représentants d'organismes socioprofessionnels et de chefs d'entreprises. Lieu de dialogues et d'échanges, il se réunit au minimum 3 fois par an. Il valide notamment le budget annuel et les orientations prises par le Bureau.

## LE CONSEIL D'ADMINISTRATION - 44 MEMBRES

### 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. Alain GUILLAUME - 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 THÉRISENIEN - Dinan Cap Fréhel Tourisme  
 Mme Laurence HÉBERT - OT Bretagne Côte de Granit Rose  
 M. Jean-Charles ORVEILLON - OT Cap d'Erquy - Val-André  
 En attente de désignation - OT Guingamp Baie de Paimpol  
 Mme Hélène TURMEL - Pléneuf-Val-André Tourisme  
 M. Antoine CARIOU - Tourisme Bretagne

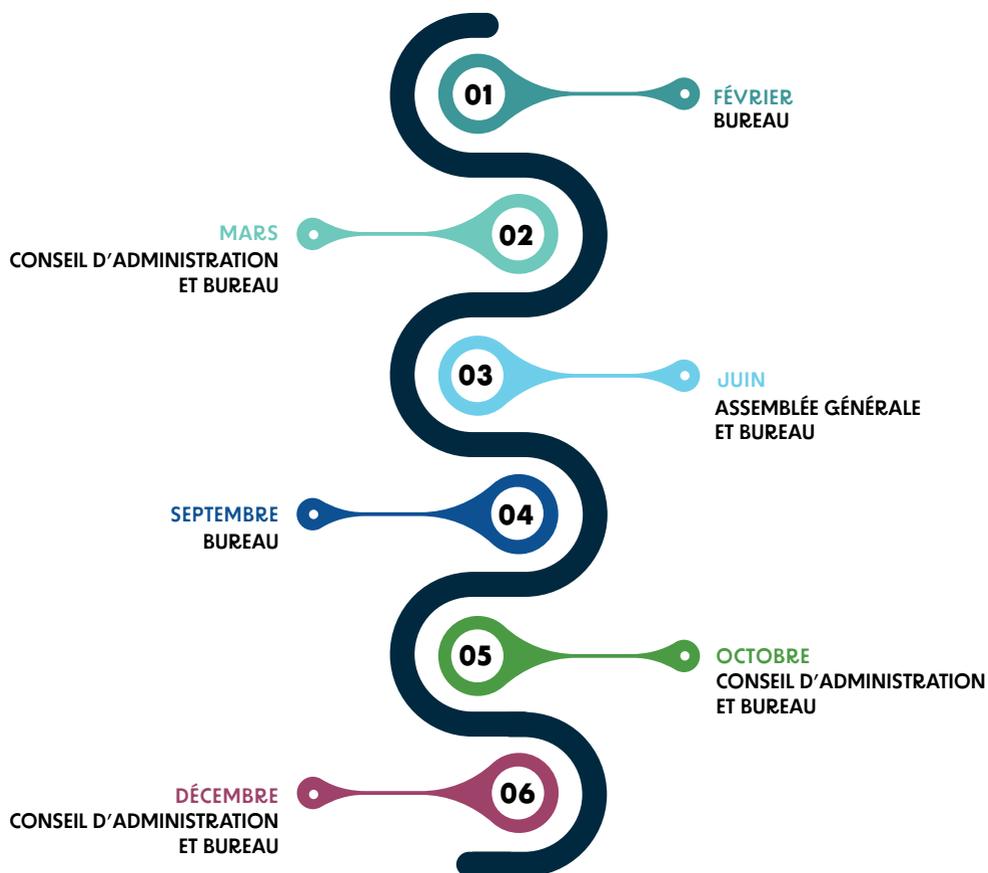
### Organisations professionnelles & touristiques (9)

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. Éric LE COURTOIS - UD FO (2024)

### Personnalités qualifiées (7)

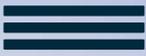
M. Philippe QUINTIN - Attractivité  
 M. Guillaume BLAISE - Culture  
 M. Jacques CHAUMET - Séminaires/Groupes  
 M. Erwan GEFFROY - Équipements de Loisirs  
 M. Lionel ROUSSELOT - Licence Pro Tourisme  
 M. Martial BIZEUL - Hôtellerie  
 Mme Nathalie HUGUET - Équipements de Loisirs

## LE CALENDRIER DES INSTANCES 2024



## LE BUDGET « ACTIONS » 2024 DE CAD

OBSERVATION & INGENIERIE TOURISTIQUE	
Observation touristique	25 000 €
Ateliers d'écriture	5 500 €
Tourisme d'Affaires & Groupes	14 000 €
Tourisme de Loisirs	30 000 €
Vélo/Randonnée	18 000 €
Événement inter-réseaux	4 000 €
Divers	4 000 €
<b>100 500 €</b>	
PÔLE NUMÉRIQUE ET DIGITAL	
Tourinsoft	12 500 €
Campagne de communication web & RS	40 000 €
Outils de vente en ligne	3 000 €
Informatique interne	12 500 €
Divers	1 000 €
<b>69 000 €</b>	
PÔLE PROMOTION ATTRACTIVITÉ	
Campagne attractivité Talents	130 000 €
Campagne attractivité Santé	80 000 €
Campagne de communication Tourisme	100 000 €
Trophées du Tourisme	9 000 €
Salons BtoB Tourisme	26 000 €
Editions	53 000 €
Presse	18 000 €
Divers	5 000 €
<b>421 000 €</b>	
<b>TOTAL ACTIONS 2024   590 500 €</b>	



# NOS OUTILS POUR VOUS ACCOMPAGNER ET PROMOUVOIR LE TERRITOIRE

## NOS SITES WEB

Site Tourisme  
[cotesdarmor.com](http://cotesdarmor.com)

Site Attractivité  
[toutvivre-cotesdarmor.com](http://toutvivre-cotesdarmor.com)

Site Agence  
[cad22.com](http://cad22.com)

## NOS BROCHURES

### GRAND PUBLIC

La **carte touristique**  
des Côtes d'Armor

Les **guides touristiques**  
Printemps-Eté et  
Automne-Hiver

Les **guides rando**  
hébergementements / séjours

## NOS OUTILS THÉMATIQUES

Site Affaires  
[affaires.cotesdarmor.com](http://affaires.cotesdarmor.com)

Site Groupes  
[groupes.cotesdarmor.com](http://groupes.cotesdarmor.com)

Brochures Groupes  
**Hébergements & séjours**



## LES SITES RANDO

Site Randonnée  
[rando.cotesdarmor.com](http://rando.cotesdarmor.com)

La Vélomaritime  
[lavelomaritime.fr](http://lavelomaritime.fr)

La Vélodyssée  
[lavelodyssée.com](http://lavelodyssée.com)

## NOS ESPACES BT0B

Espace Presse  
[cad22.com](http://cad22.com)

Photothèque Côtes d'Armor  
[cotesdarmor.tourismebretagne-photos.com/CAD22](http://cotesdarmor.tourismebretagne-photos.com/CAD22)

L'observatoire du Tourisme  
[cad22.com/observatoire-touristique](http://cad22.com/observatoire-touristique)





## CONTACT

Côtes d'Armor Destination  
7 rue Saint-Benoit - 22000 Saint-Brieuc  
02 96 58 06 58

[cad22.com](http://cad22.com)  
[cotesdarmor.com](http://cotesdarmor.com)  
[affaires.cotesdarmor.com](http://affaires.cotesdarmor.com)  
[groupes.cotesdarmor.com](http://groupes.cotesdarmor.com)  
[toutvivre-cotesdarmor.com](http://toutvivre-cotesdarmor.com)

**Côtes d'Armor**  
*le Département*

