

BILAN D'ACTIVITÉS 2025



cad22.com
cotesdarmor.com
toutvivre.cotesdarmor.com



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

Chers partenaires,
Chers adhérents,

Dans un contexte international et économique mouvant, où les équilibres sont fragilisés et les repères parfois bousculés, le tourisme joue un rôle essentiel pour notre bien-être, notre santé et le renforcement du lien social. Plus que jamais, il nous appartient de soutenir et de structurer cette filière stratégique.

En 2025, le Département a affirmé son engagement en lançant un nouveau schéma de développement touristique et en confiant à Côtes d'Armor Destination sa mise en œuvre. Cette feuille de route trace le cap d'un tourisme durable et créateur de valeur pour l'ensemble du territoire.

Notre agence agit avec des principes clairs : pragmatisme, coopération et solidarité. En 2025, nous avons ainsi engagé de nouveaux chantiers structurants autour de l'adaptation au changement climatique et de l'attractivité des métiers du tourisme. Notre objectif est double : accompagner les professionnels face aux transitions et renforcer la compétitivité des Côtes d'Armor.

L'année écoulée a été globalement satisfaisante en termes de fréquentation, portée par des événements d'envergure qui ont contribué à accroître la visibilité du département. Dans une Bretagne qui reste attractive malgré une baisse du nombre de visiteurs, notre destination a su maintenir son attractivité, en particulier durant la période estivale, déterminante pour l'équilibre économique de nombreux acteurs.

Toutefois, nous restons attentifs aux signaux exprimés par les professionnels : les comportements de consommation évoluent et la clientèle française arbitre davantage ses dépenses. Au-delà de la notoriété, qui demeure un enjeu majeur, nous devons poursuivre nos efforts pour consolider nos filières, moderniser nos équipements, diversifier nos offres et élargir les périodes de fréquentation afin de préserver la création de valeur sur l'ensemble de l'année.

C'est dans cet esprit de responsabilité et de coopération que CAD poursuivra son action, en 2026, à vos côtés. Car la réussite de notre destination repose avant tout sur la force du collectif et la capacité de chacun à contribuer à une dynamique partagée.

Très belle année touristique à toutes et tous !

Nathalie TRAVERT-LE ROUX

SOMMAIRE

CÔTES
D'ARMOR
DESTINATION

06

L'agence, ses priorités,
ses engagements

12

L'OBSERVATION
TOURISTIQUE

Observer le tourisme en
Côtes d'Armor et les
nouvelles tendances

L'INGÉNIERIE
TERRITORIALE

16

Accompagner les acteurs
du tourisme dans leur
développement

32

LA PROMOTION
TOURISTIQUE

Promouvoir la destination
Côtes d'Armor

L'ATTRACTIVITÉ
RÉSIDENTIELLE

42

Séduire et attirer des talents
en Côtes d'Armor

50

VIE DE
L'AGENCE

Notre fonctionnement,
nos instances

L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

457 762 lits touristiques

148 campings accueillant 2,6 millions de nuitées (+ 8,9 % vs 2024)

157 hôtels accueillant 1,2 million de nuitées (+ 0,8 % vs 2024)

11 000 locations en plateformes accueillant 1,2 million de nuits¹ (+ 7 % vs 2024)

¹ N'intègre pas le nombre de personnes présentes dans les locations au moment des séjours.



LES LOISIRS

64 sites culturels et de loisirs cumulant 2 millions de visites

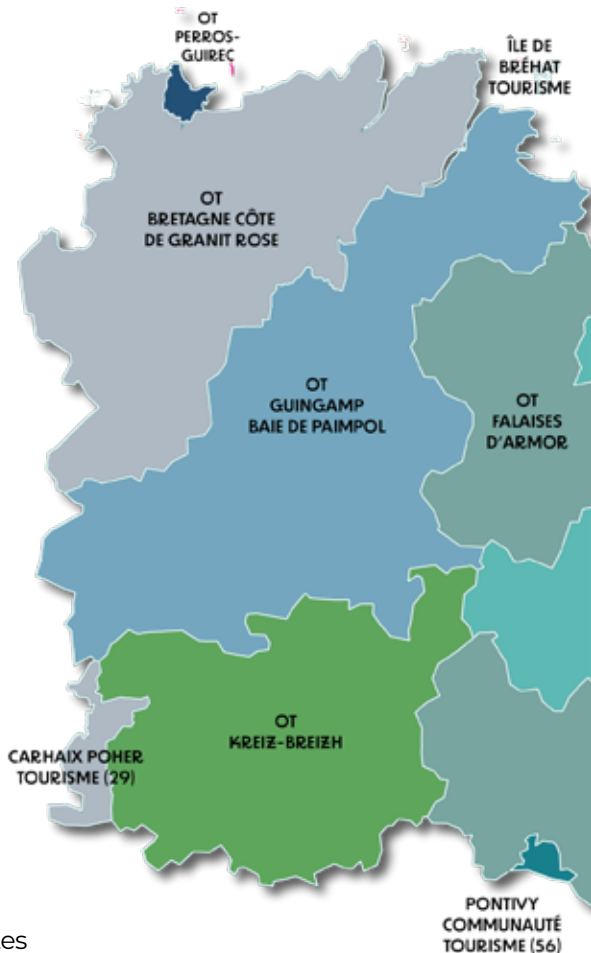
500 km de véloroutes et voies vertes

400 km de GR®34

4 000 événements culturels et sportifs

14 930 anneaux de plaisance

3,8 millions de passages sur les sites naturels et sentiers de randonnée (vélo, pédestre)



L'ANNÉE TOURISTIQUE 2025 EN CÔTES D'ARMOR

LA CLIENTÈLE

26 % de nuitées étrangères

Top 3 :

24 % Allemagne

15 % Royaume-Uni

7 % Pays-Bas



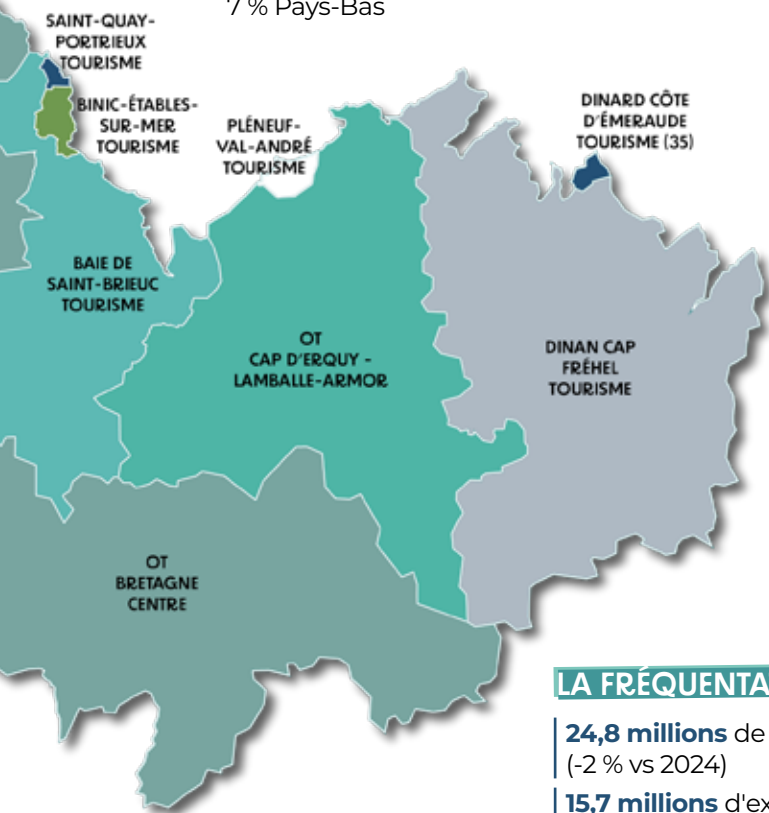
74 % de nuitées françaises

Top 3 :

30 % Île-de-France

18 % Bretagne

10 % Pays de la Loire



LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

24,8 millions de nuitées

(-2 % vs 2024)

15,7 millions d'excursions

(+ 3 % vs 2024)

6,9 millions de taxes

de séjours perçues en 2024

1 L'AGENCE, SES PRIORITÉS, SES ENGAGEMENTS



STATUT :
ASSOCIATION

FINANCEUR PRINCIPAL :
**CONSEIL DÉPARTEMENTAL
DES CÔTES D'ARMOR**

15
SALARIÉS



241
ADHÉRENTS
EN 2025



3
PÔLES

Ingénierie
& développement
touristique
Numérique & digital
Promotion
& attractivité

44
**MEMBRES AU CONSEIL
D'ADMINISTRATION**

Représentants des
collectivités locales, des
organismes institutionnels
du tourisme, des
organisations
professionnelles

76
**ACTIONS
RÉALISÉES**
EN 2025



NOTRE ÉQUIPE

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
touristique
Groupes et Affaires

PÔLE NUMÉRIQUE & DIGITAL



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



Yohann 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



Sandrine JALAIS
Responsable de Pôle
Promotion / Attractivité



Christiane GUERVILLY
Attractivité Territoriale
Talents / Santé



Charlotte MANCEAU
Communication
Éditions / Presse

NOTRE MISSION

Côtes d'Armor Destination est l'agence de développement touristique et d'attractivité des Côtes d'Armor. Financée par le Conseil départemental, elle a pour mission de développer l'activité touristique en Côtes d'Armor, de faire rayonner son image à l'échelle nationale et d'y attirer des touristes, des habitants et de nouveaux talents.

OBSERVER & ANALYSER LES MARCHÉS TOURISTIQUES



CAD met à disposition des professionnels et des territoires des outils d'observation touristique sur la conjoncture, l'évolution de l'offre, les tendances et attentes clients.

ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DES FILIÈRES GROUPES, AFFAIRES, RANDONNÉES ET LOISIRS



L'agence se positionne comme apporteur d'affaires. Pour chaque filière, un référent anime le réseau, engage des actions de promotion, de démarchage et des événements.



PROMOUVOIR L'IMAGE TOURISTIQUE DES CÔTES D'ARMOR

CAD conduit des actions de promotion touristique au niveau national visant à attirer de nouvelles clientèles et consolider l'activité sur le département.



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

L'agence mène des campagnes d'attractivité résidentielle et accompagne les familles et professionnels de santé dans leurs projets d'installation sur le territoire.

NOS VALEURS

FÉDÉRER

Rassembler nos partenaires autour de projets communs

EXPÉRIMENTER

Oser la nouveauté et porter de nouveaux projets

ÊTRE PRAGMATIQUE

Apporter des réponses concrètes à nos problématiques

ÊTRE SOLIDAIRE ET CONVIVIAL

Travailler en équipe et se rendre disponible pour les autres

S'ADAPTER ET SE RÉINVENTER

Pour répondre à la demande et aux évolutions des marchés

En 2025, CAD a déployé un nouveau plan d'action RSE.

| ENGAGEMENT 1 | ÊTRE UN EMPLOYEUR RESPONSABLE



1

ERGONOMIE DES POSTES
Acquisition de nouveaux matériels

2

SÉCURITÉ
Désignation d'une référente
1^{er} secours et formation SST

| ENGAGEMENT 2 | ÊTRE UN ACTEUR À FAIBLE EMPREINTE ÉCOLOGIQUE



3

BILAN CARBONE DE L'AGENCE
Analyse interne de l'impact carbone des déplacements professionnels de CAD et formulation d'un plan d'action

4

DIGITAL CLEAN UP DAY
Participation à l'événement et diffusion en interne des bonnes pratiques à adopter

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



5

ÉDITIONS PAPIER
Recensement des bonnes pratiques pour réduire l'impact environnemental des éditions, présentation à l'équipe et sensibilisation aux techniques d'impression responsables

| ENGAGEMENT 4 | ÊTRE PROMOTEUR D'UNE DESTINATION DURABLE



6

VULNÉRABILITÉ TOURISTIQUE DU TERRITOIRE
Réalisation de diagnostic sur 4 communes volontaires des Côtes d'Armor et élaboration d'une méthode d'études

7

SENSIBILISATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE
Mise en place d'action de formation/sensibilisation auprès de l'équipe de CAD et des OT dans le cadre des groupes de travail

1

ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

Construire et mettre en place une stratégie Talents autour des métiers du tourisme



Après avoir lancé une consultation au printemps, Côtes d'Armor Destination a recruté l'Agence LMWR pour l'accompagner dans la définition et la mise en place d'une stratégie de promotion visant à renforcer l'attractivité des Côtes d'Armor auprès des professionnels et des saisonniers. Un comité technique composé d'acteurs privés et publics du secteur a été créé, un plan d'action validé pour un lancement au 1^{er} trimestre 2026, et les premiers supports promotionnels réalisés.

2

TOURISME RESPONSABLE

Étudier les impacts du changement climatique sur la filière touristique en Côtes d'Armor



CAD a réalisé 4 études de vulnérabilité touristique face au changement climatique en partenariat avec les communes de Perros-Guirec, Binic-Étables sur Mer, Jugon-les-Lacs et Lannion. Elles ont notamment permis de constituer une méthodologie de travail sur le sujet.

3

PROMOTION TOURISTIQUE

Définir une nouvelle stratégie promotionnelle touristique à 3 ans (2026-2028)



À l'automne, CAD a recruté l'Agence de communication Hémisphère Sud pour définir et mettre en œuvre un nouveau plan d'action touristique à 3 ans en direction de la région francilienne et des bassins de proximité. Une première réunion de travail a eu lieu et un Comité technique composé des 13 Offices de tourisme du département a été créé. Il se réunira pour la première fois en janvier 2026.



2 OBSERVER LE TOURISME EN CÔTES D'ARMOR ET LES NOUVELLES TENDANCES



LE SUIVI DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE EN CÔTES D'ARMOR

Côtes d'Armor Destination anime l'observatoire du tourisme du département. Les productions servent à alimenter les réflexions des collectivités et des professionnels. Elles permettent de :

- ▶ S'informer sur la conjoncture touristique départementale
- ▶ Connaître les profils de clientèles, 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

LA CONJONCTURE TOURISTIQUE EN VIDÉO

Ce support, en format vidéo de 5 minutes, offre une synthèse rapide et efficace des principales tendances touristiques. Réalisé 4 fois par an, au terme de chaque période de vacances, il présente :

- ▶ Un point sur la conjoncture touristique nationale et régionale
- ▶ Les évolutions de l'activité touristique en Côtes d'Armor
- ▶ La satisfaction et l'activité des professionnels (hébergeurs, loisirs, restauration)
- ▶ Un état des réservations à venir



**CONSULTER LA
CONJONCTURE
EN VIDÉO**

QUELQUES CHIFFRES

7

Enquêtes mensuelles
réalisées auprès
des professionnels
d'avril à la Toussaint



100

Répondants
par vague

4

Bilans de saisons
formalisés au
terme de chaque
période de
vacances scolaires



607

Consultations
de vidéos bilans
de saisons
en 2025

LES TABLEAUX DE BORD

PAR TERRITOIRE, PAR PROFIL D'HÉBERGEMENT ET PAR TYPE DE LOISIRS

CAD met à disposition des acteurs du tourisme et porteurs de projet des tableaux de bord permettant de suivre l'évolution de l'offre et de la fréquentation des principaux modes d'hébergements (hôtels, campings, locations) et activités de loisirs (sites de visites, sites naturels, itinéraires de randonnées).

Ces documents interactifs, téléchargeables en PDF, sont disponibles à l'échelle des Côtes d'Armor et déclinés par EPCI. Ils sont mis à jour régulièrement pour disposer d'indicateurs récents (nuitées, taux d'occupation, durées de séjour...) et comparables avec la Bretagne.



**ACCÉDER À
L'ENSEMBLE DES
TABLEAUX DE BORD**

LES PROFILS TOURISTIQUES DE TERRITOIRE À 360°

ANALYSE ÉCONOMIQUE, SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

Fruit d'un travail coopératif mené avec les EPCI et Offices de tourisme, les fiches « Observation du tourisme à 360° » proposent des indicateurs permettant d'observer les retombées économiques, sociétales et environnementales du tourisme. Elles permettent à chaque territoire de disposer d'éléments d'aide à l'élaboration de leurs stratégies touristiques.



Ces nouveaux tableaux de bord, édités en 2025 à l'échelle départementale et des EPCI, couvrent 18 enjeux prioritaires et plus de 50 indicateurs. Ils sont disponibles en version interactive et PDF.



**TÉLÉCHARGER
LES PROFILS
DE TERRITOIRE**

L'ÉTUDE FLUX VISION ÉVÉNEMENT : LA FÊTE DES REMPARTS À DINAN

La Fête des Remparts a souhaité, pour son édition 2025 qui s'est tenue les 19 et 20 juillet, évaluer la fréquentation du festival, son impact sur l'économie locale, les profils des publics présents et leurs attentes.

Elle a, comme pour les éditions 2016 et 2023, fait appel à CAD pour réaliser une étude dédiée (analyse Flux Vision Orange). L'analyse des données confirme l'importance de cette manifestation tant par son niveau de fréquentation (118 000 visites enregistrées sur 2 jours, correspondant à 81 000 visiteurs) que par ses retombées économiques pour le territoire (estimées à 3,5 millions d'euros).



**DÉCOUVRIR
LES CONCLUSIONS
DE L'ÉTUDE**

DES OUTILS POUR LES PORTEURS DE PROJET ET LES CONSEILLERS PROS

CAD informe les porteurs de projet en quête de données touristiques afin de les aider à construire leur business plan. Elle leur met à disposition des fiches « Repères » classées par type d'hébergement : hôtellerie, hôtellerie de plein air, meublé de tourisme et chambre d'hôtes. Ces fiches fournissent des informations utiles sur la réglementation, l'offre existante, les indicateurs de fréquentation et les clientèles.



**ACCÉDER
AUX FICHES
« REPÈRES »**



20 porteurs de projet
renseignés en 2025

À SAVOIR !

Sur demande, les équipes de CAD interviennent pour présenter les bilans de fréquentation ou les études menées. N'hésitez pas à nous solliciter pour vos rencontres institutionnelles, professionnelles ou de réseaux.

6 FÉVRIER

**Notoriété et image
des Côtes d'Armor**

Que pensent les jeunes actifs
franciliens des Côtes d'Armor ?

17 MARS

**Profil touristique économique, social
et environnemental**

Présentation du nouvel outil
d'observation du département

3 AVRIL

**Bilan des vacances d'hiver
et prédictif 2025**

Analyse, en vidéo, des vacances
de Noël et de février, proposition
d'un prédictif de fréquentation
pour la saison 2025

15 MAI

**Les clientèles
touristiques par mode
d'hébergement**

Observation des profils
et comportements des
visiteurs par grands
types d'hébergements
(campings, hôtels,
gîtes, chambres
d'hôtes)

16 JUIN

**Bilan de l'activité
touristique du
printemps 2025**

Analyse, en vidéo,
de la fréquentation
touristique durant les
vacances de Pâques
et les grands ponts
du mois de mai

15 SEPTEMBRE

Les clientèles touristiques par mode de transport

Caractéristiques des clientèles touristiques
venant en train ou en avion en Côtes d'Armor

14 OCTOBRE

Bilan de la saison estivale 2025

Présentation, en vidéo, de la
fréquentation touristique de juin à
septembre et analyse des niveaux de
réservation pour la Toussaint

27 NOVEMBRE

**Les clientèles touristiques
hors saison**

Éléments caractéristiques
des clientèles touristiques
selon les saisons

15 DÉCEMBRE

**Bilan de l'arrière-saison et des
vacances de la Toussaint**

Présentation, en vidéo, de la
fréquentation touristique de
l'automne et décryptage des
tendances de réservation pour Noël

QUELQUES CHIFFRES

10 304

Consultations
sur Armorstat
et cad22.com

3 711

Consultations
de tableaux de
bord

15

Posts
LinkedIn
20 500
impressions

9

Newsletters

« Observation »
4 549 consultations,
37 % d'ouverture



**S'INSCRIRE
À LA NEWSLETTER**

3 ACCOMPAGNER LES ACTEURS DU TOURISME DANS LEUR DÉVELOPPEMENT



ENGAGEMENT D'UNE NOUVELLE MISSION AUTOUR DU TOURISME ET DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Le Conseil départemental des Côtes d'Armor, dans le cadre de la mise en place de son nouveau schéma de développement touristique 2025-2029, a missionné CAD afin de travailler sur l'adaptation du tourisme au changement climatique.

Si les territoires intercommunaux mènent déjà des démarches de planification (PLUI, PCAET, HMUC...), les impacts du changement climatique sur la filière touristique costarmoricaine restent à analyser afin de définir une stratégie adaptée.

Pour apporter une grille de lecture spécifique au tourisme et tracer une trajectoire d'adaptation, CAD a créé un groupe de travail spécifique et mené une analyse sur 4 territoires pilotes.

LE GROUPE DE TRAVAIL « INTERCONNAISSANCE »

Ce groupe réunit les responsables d'Offices de tourisme et chargés de développement touristique des EPCI. Il s'est rassemblé à deux reprises en 2025. Ce collectif a permis de créer un socle commun de connaissances et d'échanger sur les enjeux touristiques.

Plusieurs thèmes ont été abordés :

- ▶ L'observation des territoires à 360° (économique, sociale, environnementale),
- ▶ Le label Green Destinations, avec les retours de l'ADT Morbihan et de la Ville de Pafos (Chypre),
- ▶ L'engagement dans le projet européen Smart Tour,
- ▶ Les enjeux de ressources en eau potable (présentés par le SDAEP22) à horizon 2030,
- ▶ Les résultats des diagnostics de vulnérabilité réalisés sur quatre communes.



Le travail mené par CAD vise à développer une dynamique collective afin de renforcer l'action publique en faveur de la filière touristique.

LES ÉTUDES DE VULNÉRABILITÉ À L'ÉCHELLE DES COMMUNES

Une collaboration avec le Haut Conseil Breton pour le Climat (HCBC) a permis de co-encadrer un stage de Master visant à réaliser des études de vulnérabilité touristique à l'échelle communale.

Un appel à manifestation d'intérêt a été lancé auprès de communes touristiques aux profils variés. Quatre territoires ont été retenus :

- ▶ Lannion (urbain),
- ▶ Jugon-les-Lacs (rural),
- ▶ Binic-Étables-sur-Mer (littoral),
- ▶ Perros-Guirec (littoral).



L'objectif était de poser les bases méthodologiques pour analyser les effets du changement climatique sur la filière et proposer des plans d'action adaptés, afin de préserver les conditions d'accueil des touristes et excursionnistes.

Chaque commune a bénéficié d'un diagnostic comprenant :

- ▶ Une analyse des impacts climatiques de l'échelle mondiale à l'échelle locale,
- ▶ Un état des lieux de l'activité touristique locale,
- ▶ L'étude des aléas climatiques et de leurs effets induits (érosion, inondations, incendies, ressources en eau),
- ▶ Un plan d'action croisant enjeux climatiques et touristiques.

Le tourisme costarmoricain est fortement dépendant de la qualité des paysages et de l'environnement. Il doit engager une adaptation progressive de son offre, en particulier vers une réduction des consommations d'eau. Le changement climatique constitue à la fois un défi majeur et une opportunité de transformation, nécessitant une solide coordination territoriale et le croisement des compétences.

LANCEMENT DU PROGRAMME EUROPÉEN « SMART TOUR »



En mars 2025, Côtes d'Armor Destination a été retenue par le programme Interreg Europe pour participer au projet de coopération SMART TOUR sur une durée de 4 ans avec 8 partenaires.

Ce programme vise à renforcer les politiques publiques locales du tourisme à travers le partage d'expériences et de bonnes pratiques autour de thématiques clés : accessibilité, durabilité, numérisation, patrimoine culturel et créativité.



UN GROUPE DE TRAVAIL LOCAL

Le projet a permis la constitution d'un groupe de travail local chargé d'alimenter les réflexions et de proposer des pratiques inspirantes. Il réunit la CCI22, le CRT Bretagne, Lannion-Trégor Communauté, le réseau Gîtes de France et la SPL Dinan Cap Fréhel Tourisme.

DEUX WORKSHOPS À HÉRAKLION ET JESOLO

CAD a participé à deux workshops européens organisés à Héraklion (Crète) et à Jesolo (Italie), accompagné du CRTB (Tourisme Bretagne) et de la CCI22. Ces rencontres ont porté sur la gestion du projet et l'échange de bonnes pratiques sur :

- La gouvernance collaborative des destinations,
- La gestion coordonnée de l'information touristique,
- L'accompagnement à la transition digitale des professionnels,
- Les mobilités touristiques durables.

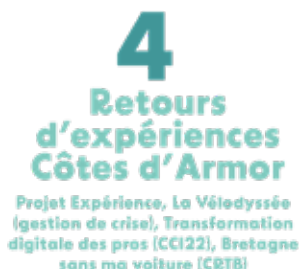


**DÉCOUVRIR
LE PROGRAMME
SMART TOUR EN VIDÉO**

À cette occasion, les Côtes d'Armor ont valorisé plusieurs retours d'expériences : l'organisation collective autour du projet Expérience, la gestion de l'information de La Véloodyssée en situation de crise, l'accompagnement à la digitalisation des entreprises touristiques de la CCI22, ainsi que le dispositif régional « En Bretagne sans ma voiture ».



2
workshops
partenaires
Héraklion, Jesolo



4
Retours
d'expériences
Côtes d'Armor

Projet Expérience, La Véloodyssée
(gestion de crise), Transformation
digitale des pros (CCI22), Bretagne
sans ma voiture (CRTB)



1 **réunion**
locale

Gîtes de France 22, Dinan-Cap Fréhel
Tourisme, Lannion-Trégor Communauté,
Tourisme Bretagne

RENFORCEMENT DE NOTRE IMPLICATION AU SEIN DES CLUBS D'ADN TOURISME

ADN Tourisme est la Fédération des organismes institutionnels du tourisme. Elle regroupe les Offices de tourisme, les Agences départementales de développement touristique et les Comités régionaux du tourisme en France.

LE CLUB INGÉNIERIE

Le Club Ingénierie d'ADN Tourisme fédère et accompagne les professionnels de l'ingénierie touristique au sein des destinations. Développé comme un espace d'échanges et de professionnalisation, il favorise la montée en compétences des équipes, l'accompagnement des projets de territoires et de développement des entreprises touristiques, tout en intégrant les enjeux d'innovation et de transition durable.



En 2025, CAD a participé aux journées techniques à Paris et au séminaire de La Rochelle. L'agence a également contribué, au sein du groupe Territoires durables, à la création d'outils nationaux de sensibilisation :

- Guide « Tourisme durable : comprendre et agir »
- Quizz « Tourisme durable, outil de sensibilisation pour les élus »

LE CLUB « DESTINATION GROUPES »

L'objectif du Club Destination Groupes d'ADN Tourisme est de devenir le 1^{er} réceptif groupes de France. Par l'organisation de workshops, la promotion via des outils print et web et la structuration d'outils de GRC, le club apporte à ses membres une visibilité sur le marché du tourisme de groupe français.

CAD est membre du réseau, depuis 2025, aux côtés de 5 Offices de tourisme partenaires : Bretagne Côte de Granit Rose, Perros-Guirec, Guingamp-Baie de Paimpol, Baie de Saint-Brieuc et Dinan-Cap Fréhel. Ce travail collectif permet de valoriser les professionnels des Côtes d'Armor à travers des outils de promotion nationaux et de contribuer activement au développement du Club.





DES OUTILS MIS À DISPOSITION DES PARTENAIRES POUR FAVORISER LA COMMUNICATION ET LA COMMERCIALISATION EN LIGNE

L'ANIMATION DU SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE

« TOURINSOFT »

La production, la collecte et la maîtrise de l'information touristique sont nécessaires pour la promotion de notre destination et de nos territoires. La mise en commun d'informations touristiques s'effectue au sein du Système d'Information Touristique (SIT) Tourinsoft, base de données partagée par les institutionnels du tourisme breton.

CAD anime et finance ce SIT avec les 13 Offices de tourisme des Côtes d'Armor. En 2025, l'agence a assuré l'accompagnement des utilisateurs (hotline, formations...) notamment sur les nouveaux modules de médiathèque et d'extranet. Le club utilisateurs des OT s'est déroulé le 11 décembre.

BZH DATA

Ce nouveau groupe de travail a été mis en place à l'initiative de Tourisme Bretagne. Il comprend le CRT, 3 ADT, OT 29, OTB et 6 OT bretons. Il a pour objectif de travailler sur la data touristique (collecte, diffusion, outils, enjeux...). Un travail a été réalisé autour de la diffusion des données du SIT vers la plateforme nationale Datatourisme. La nouvelle stratégie, validée par le comité de pilotage, est basée sur une sélection d'offres touristiques effectuée par les OT.

LES WIDGETS TOURISTIQUES

Les widgets touristiques permettent la diffusion automatique d'informations issues du SIT sur des sites de professionnels (hébergeurs, ...). 3 widgets sont proposés : fêtes et manifestations, activités de loisirs et expériences automne-hiver. Fin 2025, une quarantaine de sites web utilisent les widgets touristiques.

AGENDA



Visite de la cidrerie "Le Verger
de Kernivinen"
PERROS-GUIREC

[VOIR DÉTAIL](#)

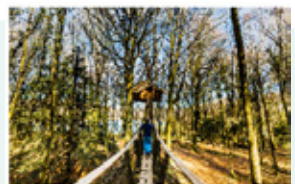
ACTIVITÉS DE LOISIRS



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](#)

L'APPUI AU DÉVELOPPEMENT DES SITES WEB

DES OFFICES DE TOURISME

CAD conseille les Offices de tourisme qui le souhaitent dans la refonte de leurs sites web, notamment concernant la diffusion des données issues du Système d'Information Touristique. En 2025, l'agence a accompagné plusieurs Offices de tourisme.



OFFICE DE TOURISME CAP D'ERQUY - LAMBALLE-ARMOR

↳ Relecture cahier des charges et travaux de début de projet



OFFICE DE TOURISME GUINGAMP BAIE DE PAIMPOL

↳ Relecture cahier des charges



OFFICE DE TOURISME KREIZ BREIZH

↳ Nouveau site web : création de champs, paramétrage des flux

L'OUTIL DE VENTE EN LIGNE ELLOHA

En 2025, CAD a poursuivi son partenariat avec Elloha. Environ 80 professionnels du tourisme ont ainsi bénéficié de tarifs préférentiels pour utiliser cet outil de vente en ligne. Au total, près de 24 000 réservations ont généré près de 2 500 000 € via l'outil. Le Bureau de CAD a validé l'arrêt du partenariat fin juin 2026.

24 000
réservations

↳ **2,5** millions d'euros



CONSOLIDATION DE NOTRE IMPLICATION SUR LA FILIÈRE « AFFAIRES »

Côtes d'Armor Destination anime la filière « Mice » avec un réseau d'une soixantaine de professionnels et se positionne comme apporteur d'affaires.



LES OBJECTIFS 2025

- ▶ Développer et animer le réseau en l'élargissant à de nouveaux partenaires
- ▶ Maintenir les campagnes web et promotionnelles
- ▶ Poursuivre la prospection en Bretagne, dans le Grand Ouest et en Île-de-France

PROSPECTION

20.03

EVENT AFTERWORK AQUARIUM DE PARIS

Événement organisé sous forme de Speed meeting. 11 contacts qualifiés générés avec des recherches de lieux atypiques, 4 et 5 étoiles, accessibles facilement.

25.09

EVENT AFTERWORK À RENNES

CAD a renforcé sa visibilité en Bretagne aux côtés de Roz Marine Thalasso et de l'Hôtel Agapa. Une 10^{aine} de contacts qualifiés ont été noués avec des entreprises, confirmant ainsi l'intérêt stratégique du marché brétilien.

14-16.10

15 MIN AFFAIRES / RENCONTRE VIRTUELLE

7 professionnels et 7 entreprises étaient réunis pour un total de 26 rendez-vous programmés avec des agences événementielles à la recherche de lieux en Côtes d'Armor et des entreprises désireuses de mieux connaître les offres locales.

PROMOTION DE L'OFFRE

NEWSLETTERS

Envoi de 7 newsletters vers 5 600 prospects.
Taux d'ouverture moyen : 15 %

SITE WEB

Animation du site
affaires.cotesdarmor.com
Campagnes SEA

ANIMATION DU RÉSEAU

04.06

FORMATION

CAD a organisé une formation « Booster sa performance commerciale » animée par Xavier BURBAN. L'objectif était de renforcer les compétences digitales et commerciales des acteurs du MICE. La formation a réuni 7 participants.

25.11

SPEED MEETING

La rencontre annuelle consacrée au développement du réseau des séminaires en Côtes d'Armor avec les partenaires de la filière, a eu lieu sous format Speed meeting. 21 partenaires y ont participé.



BILAN 2025

59 contacts
23 demandes transférées à
41 professionnels



LE SITE AFFAIRES.COTESDAMOR.COM EN BREF

13 641

Visites

1 403

Clics vers
les sites des
partenaires

23 306

Pages vues
en 2025



VISITER

AFFAIRES.COTESDARMOR.COM



FILIÈRE « GROUPES » : COUP D'ACCÉLÉRATEUR SUR LE DÉMARCHAGE

Le réseau « tourisme de groupes » est composé d'Offices de tourisme ayant une immatriculation, d'agences réceptives locales, d'hôtels, de villages vacances et de sites de loisirs.



LES OBJECTIFS 2025

- ▶ Développer les relations avec les professionnels du réseau et les OT
- ▶ Développer la notoriété « Groupes en Côtes d'Armor »
- ▶ Poursuivre les actions de prospection (Grand-Ouest, Île-de-France et Nord)
- ▶ Développer notre positionnement au sein du réseau national

PROSPECTION

23.01

WORKSHOP VOYAGES FRAIZY À PITHIVIERS

CAD a participé, avec l'Office de tourisme Bretagne Côte de Granit Rose, pour la 2e fois, au Workshop Voyages Fraizy à Pithiviers.

MARS

BROCHURE

« SÉJOURS ET EXCURSIONS GROUPES »

La brochure 2025 a été diffusée en février et mars auprès de 59 autocaristes, avec un démarchage téléphonique ayant généré 33 contacts, particulièrement intéressants en Normandie.

09.09

RENCONTRE ANCV À CARNAC

La 15^e Rencontre ANCV s'est tenue à Carnac, en partenariat avec l'Agence Nationale des Chèques-Vacances, le Morbihan et l'Ille-et-Vilaine. L'événement a réuni 26 stands bretons (dont 6 costarmoricains) et 61 participants représentant 32 CSE, avec un bilan positif pour exposants et visiteurs.

23.09

SALON IFTM À PARIS

CAD était au salon IFTM à Paris sur le stand Club Destination Groupes. Malgré peu de demandes, la journée a permis de conforter une visibilité des Côtes d'Armor sur le marché national.

01.10

WORKSHOP GROUPES D'ADN À LA GRANDE HALLE DE LA VILLETTE

CAD a participé au Workshop Groupes d'ADN à Paris, aux côtés de 32 destinations françaises, avec l'OT de la Baie de Saint-Brieuc. L'événement a généré 23 contacts qualifiés, les agences et autocaristes recherchant des séjours combinant plusieurs sites du territoire (Saint-Brieuc, Paimpol, Dinan, Côte de Granit Rose).

RÉSEAU DES PARTENAIRES

DEPUIS JANVIER

Adhésion au réseau
« Club Destination
Groupes » d'ADN
Tourisme

16.01 & 20.06

CAD anime le groupe de travail des
Offices de tourisme immatriculés.
Réuni en janvier et juin, il favorise
le partage d'expériences et la
programmation des actions
communes.



PROMOTION DE L'OFFRE

SITE WEB

Animation du site
groupes.cotesdarmor.com

NEWSLETTERS

Envoi de 4 newsletters vers 4 000
CE et autocaristes
Taux d'ouverture moyen : 22,71 %

BILAN 2025

98 contacts
32 demandes de
groupes transférées
auprès de
49 professionnels



LE SITE GROUPES.COTESDAMOR.COM EN BREF

10 923

Visites

380

Téléchargements
Brochure « Séjours &
Excursions Groupes »

20 153

Pages vues
en 2025



VISITER

GROUPES.COTESDARMOR.COM

FILIÈRE « RANDONNÉE » : UNE ANNÉE FORTE AUTOUR DU VÉLO



LES OBJECTIFS 2025

- Renouveler les partenariats sur les grands itinéraires de randonnée
- Développer le label Accueil Vélo
- Poursuivre la promotion des parcours en itinérance

GRANDS ITINÉRAIRES DE RANDONNÉES

En 2025, CAD a poursuivi son engagement pour développer les grands itinéraires qui traversent le département.



- Financement des itinéraires en partenariat avec le Conseil départemental
- Participation aux réunions techniques et de pilotage (8 rendez-vous)
- Animation du site national et des réseaux sociaux de La Vélo maritime



Organisation d'un comité technique de suivi de l'itinéraire associant le Département, les EPCI et OT

ANIMATION DE LA MARQUE NATIONALE ACCUEIL VÉLO

CAD, animateur départemental de la marque, a suivi le déploiement du label en animant le réseau des 12 Offices de tourisme évaluateurs et informé le réseau via 2 newsletters, 1 webinaire et 1 rencontre organisée à Binic.



NOUVEAUTÉ 2025

Sortie du guide
« Investir dans le
tourisme à vélo en
Côtes d'Armor »
à destination des
professionnels du
tourisme.



148

offres labellisées
Accueil Vélo

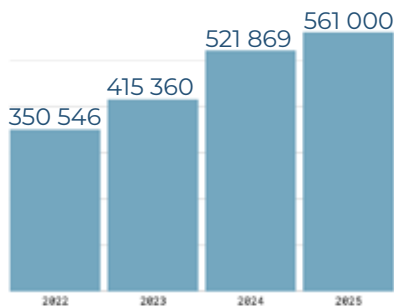
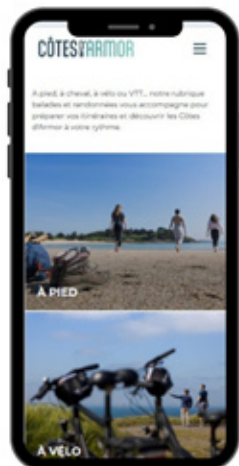
+ 17 nouveaux prestataires vs 2024

PROMOTION DES RANDONNÉES EN CÔTES D'ARMOR

Les pages « Balades et randos » du site cotesdarmor.com ont atteint 561 000 vues uniques en 2025, soit une progression de 7 % par rapport à 2024.

Pour renforcer la visibilité, CAD a coordonné des actions de :

- ▶ Promotion de l'itinérance pédestre sur mongr.fr et ffrandonnee.fr
- ▶ Promotion du vélotourisme via Google Ads
- ▶ Diffusion des brochures itinérance sur Facebook et Instagram



561 000
visites sur
rando.cotesdarmor.com
(+7% vs 2024)



5 100
Guides
de randonnée pédestre
téléchargés sur
rando.cotesdarmor.com

LES SITES DES ITINÉRAIRES EN BREF

537 401

Visites
sur lavelomaritime.fr
(+ 22 % vs 2024)



VISITER
LAVELOMARITIME.FR

792 359

Visites
sur lavelodysee.com
(- 0,6 % vs 2024)



VISITER
LAVELODYSEE.COM



FILIÈRE « LOISIRS » : VERS UNE CONSOLIDATION DES ACTIONS PARTENARIALES

En 2025, CAD a poursuivi son rôle d'animateur de la filière loisirs en mobilisant les acteurs autour de plusieurs actions collectives.



LES OBJECTIFS 2025

- Fédérer les acteurs autour d'actions collectives
- Promouvoir les loisirs auprès des touristes en séjour
- Accompagner la mise en place d'un appel à projets départemental

LA JOURNÉE DES LOISIRS 6^E ÉDITION RÉGIONALE

Le 6 avril, 25 sites de loisirs et culturels ont proposé l'offre « 1 entrée achetée = 1 entrée offerte » pour attirer les visiteurs bretons. CAD a coordonné le recrutement des sites et le plan média, et collaboré avec deux autres départements bretons pour l'organisation.

2 998

Visiteurs
(+34 % vs 2024)

23 922 €

Chiffre d'affaires

125

Visiteurs
par site en
moyenne

8,8/10

Satisfaction
des partenaires

PROMOTION DES LOISIRS AUPRÈS DES TOURISTES EN SÉJOUR

PRESSE RÉGIONALE : 31 sites ont cofinancé un encart publicitaire dans le supplément été 2025 de Ouest-France (Côtes d'Armor), CAD assurant recrutement et création graphique.

WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX : 161 600 pages vues uniques sur les pages Loisirs du site cotesdarmor.com (+ 11,4 %). Les campagnes Facebook et Instagram ont généré 27 000 clics vers le site.

NOUVEAUTÉ 2025



APPEL À PROJETS PATRIMOINE ET LOISIRS

Dans le cadre du schéma départemental 2025-2029, le Département a lancé un appel à projets pour créer des offres expérientielles pour les jeunes publics. CAD a participé à la rédaction du cahier des charges, à la diffusion et à la sélection des 5 projets retenus, qui bénéficieront d'un accompagnement financier en 2026.

LES LAURÉATS 2025 : le Château de la Hunaudaye, l'Abbaye de Beauport, la Ferme du Botrai, le Centre de découverte du Son, le Musée de Bothoa.

LE FESTIVAL LES MINUTES BLEUES UNE NOTORIÉTÉ GRANDISSANTE

Du 26 octobre au 1^{er} novembre, Côtes d'Armor Destination s'est associée à 19 sites touristiques et 5 Offices de tourisme pour proposer 36 expériences inédites au lever et coucher du soleil, marquant le début de la saison automne-hiver. En tant qu'organisateur de l'événement, CAD recrute les sites partenaires, les conseille dans le développement de leurs expériences, établit et met en œuvre la campagne de communication.

LE PLAN MÉDIA 2025



- Des campagnes Facebook/Instagram touchant 195 000 personnes et générant 11 000 clics vers la page web du festival.
- Un partenariat presse avec Ouest-France (diffusion du programme à 16 500 abonnés et quizz en ligne auquel 4 300 personnes ont participé), des encarts print dans Le Cri de l'Ormeau et le Dimanche Ouest-France.
- De l'affichage périurbain pendant 14 jours, dans les principales villes des Côtes d'Armor, et sur le réseau abribus du département.

UN BILAN DE FRÉQUENTATION TRÈS POSITIF



1 179
VISITEURS
SUR 6 JOURS
+ 8 % vs 2024



INDICE DE
SATISFACTION
DES VISITEURS :
9,6/10

10 480 €
DE CHIFFRE D'AFFAIRES CUMULÉ
(+12,8 % vs 2024)

TAUX DE **82%**
REMPLISSAGE :

DES RETOMBÉES PRESSE NATIONALES ET RÉGIONALES

20minutes

désirs de
VOYAGES

Europe 1

Europe 2



ici Armorique

ouest france

Le Télégramme

Tébéo
Télé Bretagne Ouest

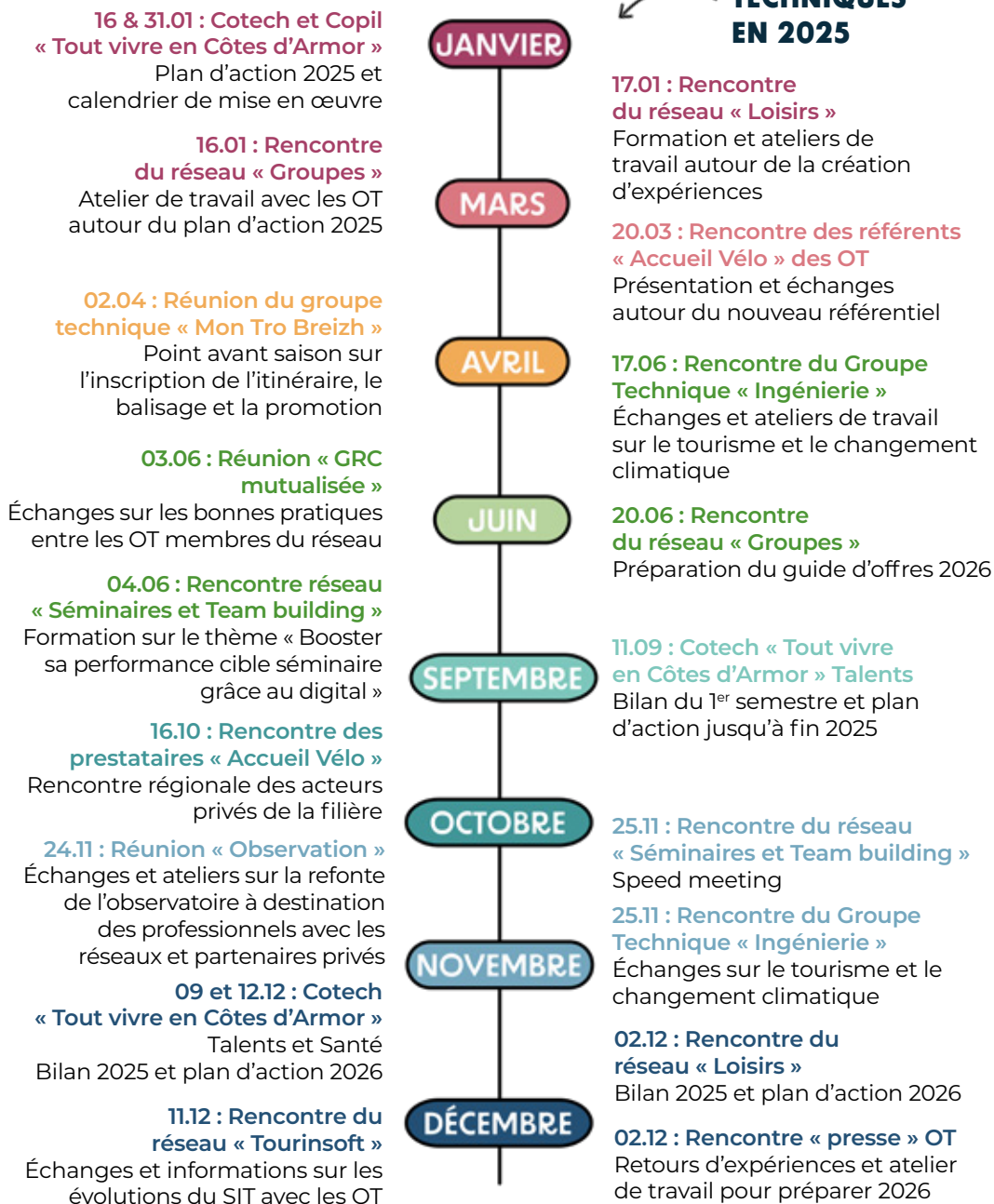
Bretagne
magazine

La Presse
d'Armor



RENCONTRES ET OUTILS MIS À DISPOSITION DE NOS PARTENAIRES TOUTE L'ANNÉE

18 RENCONTRES TECHNIQUES EN 2025



L'ESPACE DÉDIÉ AUX PROS DE CÔTES D'ARMOR DESTINATION

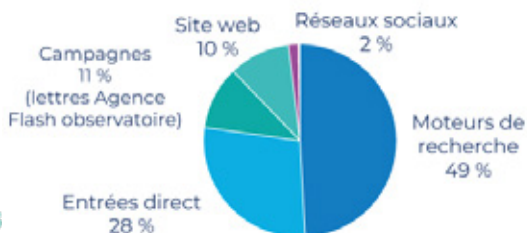
Le site cad22.com s'adresse principalement aux acteurs du tourisme (professionnels et institutionnels). Il présente les missions et actions de l'agence, ses actualités, héberge les dossiers et communiqués de presse et les études de l'observatoire du tourisme.

La rubrique « Accompagnement » regroupe tous les services de l'agence pour les porteurs de projet et entreprises touristiques, les collectivités et OT.


24 917
visites
sur cad22.com


5 086
téléchargements
sur cad22.com

Canaux d'acquisition



TOP 3 DES RUBRIQUES LES PLUS CONSULTÉES

1

L'actualité
(12 063 pages vues)

2

L'observatoire du tourisme
(6 532 pages vues)

3

La rubrique « Accompagnement »
(3 683 pages vues)



En 2026 : une refonte du site cad22.com va être engagée.

**DÉCOUVRIR
LE SITE PRO DE CAD**

2 newsletters btob sont envoyées chaque mois. Elles génèrent 10 % du trafic sur le site.

- La news « Tourisme & Attractivité » sur les actualités de l'agence (12 000 destinataires),
- La news « Flash Observatoire » sur l'actualité de l'observatoire du tourisme (1 500 destinataires).

4 PROMOUVOIR LA DESTINATION

« CÔTES D'ARMOR »



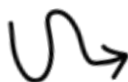
LA CRÉATION DE NOUVEAUX SUPPORTS PROMOTIONNELS

Chaque année, l'agence produit de nouveaux supports promotionnels visant à promouvoir la destination et à attirer de nouvelles clientèles.

UNE MISSION PHOTOS ET UNE NOUVELLE PHOTOTHÈQUE

En 2024, CAD avait lancé le 1er volet d'une mission photos avec le photographe Emmanuel Berthier afin de disposer de visuels pour illustrer ses campagnes de promotion. En 2025, l'agence a poursuivi ce travail. Au total, sur 2 ans, 800 nouveaux clichés ont été livrés à CAD.

Côtes d'Armor Destination a décidé de développer une nouvelle photothèque sur l'outil Piwigo. Finalisée en décembre 2025, elle permet aux acteurs publics et réseaux professionnels du tourisme costarmoricain de disposer d'un éventail de photos pour illustrer leurs sites web et supports de communication.



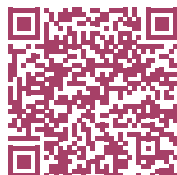
UNE MISSION VIDÉOS

L'agence a missionné l'entreprise MEDYA pour réaliser une série de 300 rushs vidéo. Livrées fin 2025, les prises de vues permettront à CAD de produire ses propres films promotionnels et d'alimenter ses réseaux sociaux.



UN NOUVEAU GUIDE DE PROMOTION TOURISTIQUE

CAD a réalisé, en 2025, un nouveau guide de promotion touristique. Le document de 72 pages présente le territoire autour de 4 axes : ses sites incontournables, ses grands itinéraires de randonnées, ses lieux de visites et de loisirs et des exemples d'escapades au printemps-été et en automne-hiver. Il sera diffusé dans les salons « grand public » auxquels participera l'agence en 2026 ainsi qu'en Côtes d'Armor, auprès de ses adhérents.



**CONSULTER
LE NOUVEAU GUIDE**

LA CARTE TOURISTIQUE 2025

- Distribuée aux OT lors d'une bourse d'échanges le 3 avril
- Livrée aux adhérents de l'agence (mai, juillet et septembre)

150 000
EXEMPLAIRES ÉDITÉS

100 000
FRANÇAIS



30 000
ANGLAIS



20 000
ALLEMAND



LA PROMOTION DE L'OFFRE ET DU TERRITOIRE

UNE ANNÉE RECORD POUR COTESDARMOR.COM

Le site web dédié à la promotion touristique du département enregistre une année record, avec près de 2,9 millions de visites en 2025.



2,9 millions de visites
2 millions de visiteurs uniques



2,1 millions de fiches
SIT consultées

Origines géographiques



Bretagne (35%)
Île-de-France (28%)
Pays de la Loire (8%)



Les contenus
les plus consultés :

- l'île de Bréhat
- Agenda
- Marchés
- Sites incontournables
- Que faire ce week-end



352 000
clics vers les sites des
partenaires

NOUVEAUTÉ 2025

- Affichage des notes Google
- Mise en avant des écolabels et Accueil Vélo
- Optimisation du contenu pour apparaître sur les LLM (IA)
- Amélioration de l'accessibilité



DES CAMPAGNES PROMOTIONNELLES PAR SAISON

Pour la 3^e année consécutive, CAD s'est fait accompagner par l'agence Signe des Temps pour définir et mettre en œuvre sa stratégie de promotion touristique. La communication a été organisée autour de 2 campagnes fortes menées d'avril à mai pour la saison printemps-été et d'octobre à novembre pour la saison automne-hiver. Elles se sont appuyées chacune sur la promotion d'offres expérientielles.

UNE CAMPAGNE PRINTEMPS-ÉTÉ 100 % DIGITALE

Pour promouvoir la saison et illustrer la diversité des offres touristiques proposées sur le territoire, CAD a mis en avant 24 expériences à vivre en Côtes d'Armor autour de 6 thématiques : le régime costarmoricain, les bains d'Armor, l'immersion nature, les éco-balades, les cahiers de vacances et la Breizh connexion.



DÉCOUVREZ
LA COLLECTION
PRINTEMPS-ÉTÉ



DÉCOUVREZ LES VIDÉOS
SUR NOTRE CHAÎNE
YOUTUBE

Une campagne vidéo via le player Daylimotion sur des sites affinitaires et contextualisés

Du 16 avril au 18 mai, 6 vidéos promotionnelles ont été utilisées pour valoriser les expériences à vivre sur le département. La campagne a permis de promouvoir la destination sur des sites affinitaires grand public (France Info, Elle, Le Point, Europe 1, Gala...). Avec 915 000 impressions, elle a généré près de 3 500 clics vers le site cotesdarmor.com.

Les Côtes d'Armor sur la plateforme EasyVoyage

En complément, pour toucher un public intéressé par les voyages, une campagne a été menée du 5 mai au 7 juin sur un média spécialisé à fort trafic : easyVoyage. Mêlant article sur leur site web, brève dans leur newsletter et affichage display, la campagne a généré plus de 1 million d'impressions et près de 8 000 clics.

La promotion de la Collection Printemps-Été sur les réseaux sociaux

Du 16 avril au 30 juin, les vidéos d'expériences ont également été sponsorisées sur nos réseaux sociaux Facebook, Instagram et TikTok. Avec plus de 2 millions d'impressions, elle a généré près de 50 000 clics vers notre site touristique.

AU GLOBAL, LA CAMPAGNE PRINTEMPS-ÉTÉ A PERMIS DE GÉNÉRER

4 millions
d'impressions



61 000

clics vers cotesdarmor.com



UNE CAMPAGNE AUTOMNE-HIVER SUR DES MÉDIAS À PORTÉE NATIONALE

Comme pour le Printemps-été, CAD a valorisé 24 expériences Automne-hiver à vivre en Côtes d'Armor autour de 6 thématiques : cocooning, en connexion avec la nature, comme un local, légendes vivantes, secrets de fabrication, Histoire de France version Bretagne.



Une présence sur France TV Replay

Pour continuer à construire la notoriété de la destination sur la saison Automne-Hiver, CAD a réalisé un spot promotionnel diffusé en Replay sur France TV du 29 septembre au 12 octobre. La vidéo, avec près de 215 000 diffusions, a généré plus de 7 500 clics.

DÉCOUVREZ LA VIDÉO
DES CÔTES D'ARMOR

Une communication sur la plateforme du média Brut

Dans l'objectif d'étendre la diffusion du spot TV aux jeunes qui ne consomment pas ou peu la TV, le spot publicitaire a également été diffusé 1 million de fois sur le média Brut du 29 septembre au 12 octobre.

La promotion de la collection Automne-Hiver sur les réseaux sociaux

5 vidéos promotionnelles pour valoriser les expériences à vivre en Côtes d'Armor ont également été diffusées, du 22 septembre au 30 novembre, sur nos réseaux sociaux Facebook, Instagram et TikTok. Avec plus de 5 millions d'impressions, elle a généré près de 47 000 clics vers notre site touristique.

AU GLOBAL, LA CAMPAGNE
AUTOMNE-HIVER A PERMIS
DE GÉNÉRER

7 millions
d'impressions

57 000
clics vers
cotesdarmor.com

UNE PRÉSENCE CONSOLIDÉE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

En complément de la stratégie marketing déployée avec l'agence Signe des Temps, CAD pilote et met en œuvre une stratégie de notoriété axée autour de la valorisation de ses grands sites, des activités de loisirs et de randonnées ainsi que des professionnels au travers de campagnes spécifiques.

Ainsi CAD a engagé des campagnes de webmarketing sur l'ensemble des plateformes pertinentes pour la promotion des Côtes d'Armor.

En 2025, le département a été promu sur :

- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- Google Display
- Google Ads
- Microsoft Ads

 **81 700**
abonnés Facebook

 **3 200**
abonnés TikTok

 **32 500**
abonnés Instagram

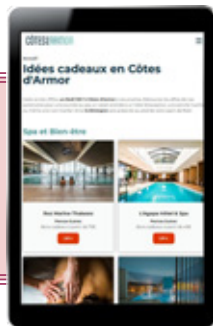
 **139**
abonnés Pinterest

20Campagnes
webmarketing**22**Millions
d'impressions**1**Million
d'interactions**153**

Publications

L'OPÉRATION « IDÉES CADEAUX – NOËL »

Du 1^{er} novembre au 4 décembre, CAD a mis en valeur les partenaires proposant des cartes cadeaux réservables en ligne. La campagne de Noël a généré 28 500 pages vues uniques et 15 700 liens sortants.

**LES RELATIONS PRESSE****POUR FAIRE PARLER DES CÔTES D'ARMOR**

La stratégie presse de Côtes d'Armor Destination vise à renforcer la notoriété du territoire en assurant une couverture médiatique ciblée, nationale comme régionale.

RÉALISATION ET DIFFUSION DE SUPPORTS DE PROMOTION EN DIRECTION DE LA PRESSE

L'objectif est de sensibiliser les médias au territoire et ses actualités.

► 2 dossiers de presse réalisés par CAD et diffusés auprès de la presse touristique nationale via notamment notre agence presse Silfra : « Printemps-été » / « Automne-hiver » et auprès de la presse régionale via CAD.

► 19 communiqués de presse diffusés auprès de la presse touristique nationale et/ou de la presse régionale :

➤ Offres saisonnières : haute saison (activités, randonnées...), expositions du moment, gastronomie...

➤ Événements portés par Côtes d'Armor Destination : émission Twitch « On Stage », Journée des loisirs, Trophées du Tourisme, Les Minutes Bleues.

CÔTES D'ARMOR
 EN PRENDRE PLEIN LA VIE

DOSSIER DE PRESSE AUTOMNE-HIVER 2025-2026



ÉVÉNEMENTS ET ACCUEILS PRESSE

L'objectif est de créer du lien avec les journalistes pour obtenir des sujets plus conséquents.



Participation au Workshop ADN Tourisme « Partir en France » à Paris les 13 et 14 janvier

35 rendez-vous individuels de 15 minutes ont été réalisés avec des contacts de supports spécialisés avec pour objectifs d'identifier des sujets à valoriser sur l'année : L'Écho touristique, Le Routard, Femme Actuelle, Télérama, Version Femina, Minute Voyage M6, Guide vert Michelin, Le Petit Futé, GEO/GEO Histoire...



Voyage de presse nationale, les 15 et 16 mai 2025



Organisation de l'accueil de 3 journalistes sur le territoire :

- Claire VUILLEMIN - Femme Actuelle (380 000 ex)
- Laurence TRINQUET - Sorties Culturelles (100 000 vues / mois)
- Catherine GARY - Info Travel, Indigo Mag (120 000 vues / mois)

Au programme : découverte de Binic-Étables-sur-Mer, visite guidée de la Maison Saint-Yves, visite de Pléneuf-Val-André, dîner à La Cotriade, visite du Château de Bienassis et de ses jardins, visite d'Erquy, déjeuner au Petit Saint-Michel puis visite du Fort la Latte et du Musée Mathurin Méheut à Lamballe-Armor. Deux articles sur trois parus en 2024. L'article dans Femme Actuelle est attendu pour 2026.



Reportage « Échappées Belles »

Émission tournée sur notre territoire du 14 au 30 avril et diffusée sur France 5 le samedi 7 juin 2025.

Thématique de l'émission : « Au fil de ses rencontres, Ismaël Khelifa va découvrir que ce lien à l'océan n'est pas qu'économique ou géographique. Il est culturel, spirituel, presque mythique. Ici, la mer est une mémoire vivante et une source d'identité profonde. Les Bretons vivent avec, parfois contre, mais toujours en lien étroit avec son rythme. Elle nourrit les chants, les légendes, les traditions, et façonne l'identité d'un peuple fier et résilient. »

Audience captée : 746 000 téléspectateurs. Le reportage est également disponible en replay pendant 3 ans et est rediffusé ponctuellement sur la chaîne pendant 1 an.

 **1** voyage presse
groupe &
3 accueils
individuels

 **69** demandes
presse
accompagnées
par CAD

 **36** retombées
nationales

ILS ONT PARLÉ DES CÔTES D'ARMOR !











ET BIEN D'AUTRES
ENCORE...



DÉCOUVRIR
LES COMMUNIQUÉS
ET DOSSIERS DE PRESSE

LES TROPHÉES DU TOURISME POUR METTRE EN LUMIÈRE LES PROFESSIONNELS DU TERRITOIRE

Le 6 octobre 2025, près de 400 personnes ont assisté à la soirée des Trophées du Tourisme en Côtes d'Armor au Palais des Congrès et des Expositions de la Baie de Saint-Brieuc.

Cette 7e édition a récompensé 5 structures, associations ou entreprises, qui œuvrent pour un tourisme éclairé, culturel, inclusif et durable. Les lauréats ont été sélectionnés par un jury indépendant composé de socio-professionnels du tourisme, dont les lauréats des précédentes éditions. En 2025, le jury était présidé par David Loquin, propriétaire du Domaine du Grenier à Yffiniac.

Cinq prix ont été remis dans 5 catégories :

- ▶ **Entreprenariat / Aventure humaine** - La Grange Vadrouille à Plestin-les-Grèves
- ▶ **Tourisme responsable** - Le Camping du Val de Landrouët à Merdrignac
- ▶ **Richesse du territoire** - La Cité des Télécoms à Pleumeur-Bodou
- ▶ **Promotion / Attractivité** - La Vallée des Saints à Carnoët
- ▶ **Prix du jury** - L'Auberge des Trains mythiques à Gouarec

Les Trophées sont organisés par :



LA PROSPECTION ET LA RELATION CLIENT

LES CÔTES D'ARMOR AU SALON DE LA RANDONNÉE À LYON

Dans le cadre de la mission de promotion de la destination Côtes d'Armor, CAD et ses partenaires ont décidé de renouveler, en mars 2025, leur participation au salon de la Randonnée à Lyon pour sensibiliser une nouvelle clientèle long séjour adepte de ce sport nature. L'agence était accompagnée de 6 partenaires : les OT de la Baie de Saint-Brieuc, Guingamp-Baie de Paimpol, Cap d'Erquy-Val André, Côte de Granit Rose, Bretagne Centre et des Gîtes de France Côtes d'Armor.



Depuis 2021, l'agence conduit une démarche de GRC collaborative à l'échelle départementale, en partenariat avec les Offices de tourisme. L'objectif est de renforcer les compétences des partenaires tout en diffusant des informations touristiques à un large public.

Cette année, deux nouveaux Offices de tourisme ont intégré la démarche : Binic-Étables-sur-Mer Tourisme et Bretagne Centre Tourisme, portant à 11 le nombre d'Offices participants dans le département.

La newsletter « Coups de cœur des Offices de tourisme », envoyée chaque trimestre, met en lumière un article dédié à chaque territoire. Avec un taux d'ouverture de 36 % et un taux de clics de 10 %, elle confirme son attrait auprès des lecteurs. Sa nouvelle maquette, introduite cette année, rend le contenu plus clair et visuellement agréable, offrant une expérience de lecture plus fluide et valorisante pour chaque territoire.

Deux numéros supplémentaires optionnels ont été diffusés cette année : début juin, pour le passage du Tour de France en Côtes d'Armor, et fin août, pour valoriser l'été indien.



À RETENIR EN 2025

NEWS PARTENARIALE AVEC LES OT

2

Nouveaux partenaires
Binic-Étables-sur-Mer Tourisme
et Bretagne Centre Tourisme

1

Maquette
revisitée

6

Newsletters
envoyées

36 %

Taux
d'ouverture
taux de clics : 10 %

Parallèlement, CAD a mis en place un programme de newsletters à destination du grand public, décliné en deux formats :

- une newsletter trimestrielle pour les prospects en France,
- une newsletter mensuelle pour les prospects bretons.

Ces envois affichent un taux d'ouverture de 38 % et un taux de clic de 12,5 %.

Des actions complémentaires, telles que des campagnes publicitaires sur Meta ou la publication de livres blancs thématiques sur la randonnée, ont été menées pour élargir l'audience. Résultat : la base prospects a augmenté de 30 %, passant de 42 575 contacts fin 2024 à 55 243 fin 2025.


55 243
contacts embasés
fin 2025
(+ 30 % par rapport à 2024)



5 ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE : SÉDUIRE ET ATTIRER DES TALENTS EN CÔTES D'ARMOR

≡ ATTRACTIVITÉ TALENTS : ENCOURAGER ET ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT DE VIE EN CÔTES D'ARMOR

« Tout vivre en Côtes d'Armor » est une démarche d'attractivité alliant promotion du territoire, détection de talents et accompagnement à l'installation.

➔ LES OBJECTIFS 2025

- Renforcer notre visibilité et notre influence sur le web
- Communiquer sur la diversité économique et des métiers en Côtes d'Armor
- Faire des entreprises et des costarmoricaïns des prescripteurs du territoire
- Apporter un accompagnement individualisé à chaque talent

MISSION PHOTOS POUR LA PROMOTION DU TERRITOIRE

Menée de mai à septembre 2025, la mission photos a permis de sélectionner 400 nouveaux visuels. Ces prises de vues, consacrées à la valorisation du cadre de vie, des centres-villes, des lieux de santé ainsi qu'au monde de l'entreprise et de l'université, enrichissent la photothèque de l'Agence.

CAMPAGNE EN CONTINU SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

De janvier à juin 2025, l'agence a assuré une présence continue sur Instagram et Facebook à travers la diffusion de 28 publications génériques. Cette prise de parole régulière a permis de maintenir la visibilité des Côtes d'Armor et de valoriser les atouts du territoire.
Résultat : 1,01 million d'impressions.

En complément, 2 campagnes mettant en avant des costarmoricains et des entreprises ont été menées :

➡ Diffusé d'avril à mai 2025, le medley vidéo « Vivre avec nous » met en scène des habitants qui invitent leurs proches à revenir vivre en Côtes d'Armor. Diffusé sur Instagram, Facebook et TikTok, le dispositif a atteint 1,53 million de personnes et près de 11 700 clics cumulés.

➡ Un medley photos, diffusé en septembre, présentait des professionnels des Côtes d'Armor sur leur lieu d'exercice, avec un message fort et fédérateur « Travaillez avec nous ». Le dispositif a généré 323 300 impressions et plus de 5 000 clics cumulés sur l'ensemble des plateformes.

BANNIÈRES SUR « LEBONCOIN »

Du 15 mai au 30 juin 2025, des bannières ont été diffusées sur les pages « ventes immobilières », « location de vacances » et « emploi », consultées en Île-de-France, Normandie et Pays de la Loire du site Leboncoin. Elles ont généré 5,3 millions d'impressions et 33 000 clics vers le site toutvivre.cotesdarmor.com.

OPÉRATION VIRALE TOUS FOUS D'ARMOR

Du 1^{er} septembre au 30 octobre 2025, l'opération « Tous Fous d'Armor » a mis en lumière la diversité, la vitalité et l'esprit collectif des structures costarmoricaines. 152 entreprises ont partagé 193 visuels sur les réseaux sociaux. 3 vidéos thématiques (industrie/service, santé, tourisme) ont été sponsorisées générant 646 000 impressions et plus de 15 800 clics.



RENCONTRES VIRTUELLES « UN DATE AVEC L'ARMOR »

Le 28 novembre 2025, l'agence a renouvelé ses rencontres virtuelles, permettant d'apporter des réponses personnalisées aux personnes souhaitant s'installer en Côtes d'Armor. 42 participants ont pu échanger avec des experts sur les thématiques emploi, santé et cadre de vie, lors de 108 rendez vous avec des structures locales (Square Habitat, Action Logement, Randstad, MEDEF, UMIH, CDG 22, Cité des métiers, Anticipa, CAD). L'événement, soutenu par la sponsorship digitale, a généré en cumul 1,9 million d'impressions et plus de 24 700 clics.



LA PROSPECTION ET L'ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL

CAD a poursuivi le partenariat engagé en 2024 avec LAOU, visant à détecter et qualifier des prospects en quête d'une nouvelle vie en Côtes d'Armor. Grâce à cette collaboration, 112 personnes ont pu bénéficier de l'accompagnement de l'agence. Ce partenariat complète les contacts générés via le site toutvivre.cotesdarmor.com, tout en diversifiant les profils et en renforçant la visibilité des Côtes d'Armor auprès des personnes intéressées par le territoire.

Ainsi, au total, en 2025, CAD a suivi 311 familles souhaitant s'installer en Côtes d'Armor. Cet accompagnement s'est traduit, de manière concrète, par des rendez-vous téléphoniques, du conseil et de l'orientation vers les bons interlocuteurs.



« TOUT VIVRE EN CÔTES D'ARMOR » ASSOCIE 18 PARTENAIRES TECHNIQUES ET FINANCIERS



ATTRACTIVITÉ SANTÉ : ATTIRER DES PROFESSIONNELLS DE SANTÉ EN CÔTES D'ARMOR

En 2025, l'agence poursuit sa mission au service de l'attractivité médicale du département avec pour objectifs de construire une image positive de l'exercice des métiers de la santé en Côtes d'Armor et d'attirer professionnels et internes sur le territoire.

CONTINUITÉ DU PARTENARIAT AVEC WHAT'S UP DOC

De janvier à juin 2025, CAD a poursuivi son partenariat avec le support What's up Doc pour continuer à mettre en visibilité les offres d'emploi et promouvoir les structures de santé. La diffusion de contenus variés (1 vidéo portrait de médecin, 2 articles digitaux, 1 insertion presse et 7 podcasts sponsorisés) a été complétée par la promotion des offres via un jobboard dédié, renforcé par des campagnes de displays promotionnels, newsletters et emailings. Au total, 72 offres ont été publiées, générant 41 candidatures qualifiées et 58 009 vues cumulées sur l'ensemble des pages et contenus.

CAMPAGNE EN CONTINU SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

En 2025, 12 posts génériques ont été publiés pour valoriser les métiers de la santé sur le territoire et promouvoir les atouts des Côtes d'Armor tout en orientant les internautes vers les pages santé du site toutvivre.cotesdarmor.com. Cette présence en fil rouge à l'année a permis de générer plus de 730 000 impressions et 11 880 clics cumulés.



En complément, du 5 juin au 5 juillet 2025, les professionnels de santé ont adressé un message de bienvenue, face caméra, à leurs futurs collègues. Le film, « Bienvenue » sponsorisé sur Instagram, Facebook et TikTok, a permis de toucher 252 000 personnes et de générer 20 406 clics au total.

PRÉSENCE RENOUVELÉE SUR L'AUDIO DIGITAL

Un spot promotionnel a été diffusé en octobre 2025 sur des plateformes de streaming musical (Spotify, SoundCloud, YouTube Audio), de webradios ainsi que sur des podcasts natifs orientés bien-être et santé, avec un ciblage spécifique sur les professionnels de santé. L'ensemble des diffusions a généré 478 029 impressions, renforçant ainsi notre visibilité.



ÉCOUTER
LE SPOT AUDIO

ÉMISSION EN LIVE SUR TWITCH

Le jeudi 13 mars 2025 de 20h à 21h, l'émission « ON STAGE ! Et si votre prochain stage était en Côtes d'Armor ? » a été diffusée en live sur Twitch. L'émission s'adressait aux étudiants en médecine de Rennes et de Brest pour leur présenter les opportunités qu'offrent le Département pour leur stage en médecine. Les thématiques abordées pendant l'émission étaient axées autour des domaines d'excellence, des modes d'exercice sur le territoire et de la qualité du cadre de vie qu'offrent les Côtes d'Armor.



RÉGARDER
L'ÉMISSION

Le live a ensuite été promu (février - mars 2025) par un interstitiel mobile et de la sponsorship sur les réseaux sociaux, avec un ciblage sur les étudiants en médecine. Il a permis de toucher 586 924 personnes et de générer 7 284 clics cumulés.

De septembre à novembre 2025, le replay de l'émission a été valorisé par la mise en ligne de 3 capsules vidéo thématiques : « offre de santé en Côtes d'Armor », « stages et internats », « qualité de vie et exercice de la santé ». Les diffusions ont généré en cumul 673 200 impressions et 4 127 clics.

L'ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL

CAD a accompagné 57 professionnels de santé en 2025 souhaitant venir exercer en Côtes d'Armor. Pour mener à bien ce travail, l'agence continue d'entretenir et de développer des partenariats avec des structures de santé comme l'ARS, les Groupements Hospitaliers Territoriaux ou le Centre de Gestion des Côtes d'Armor.

A SAVOIR !

La campagne Santé est définie en partenariat avec le Conseil départemental des Côtes d'Armor, financeur 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.



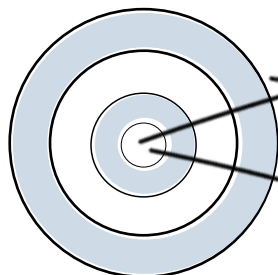
En 2025, CAD a engagé une nouvelle mission sur 2 ans (2025-2026) visant à structurer et mettre en œuvre une stratégie d'attractivité « talents » pour la filière tourisme. Ce projet répond aux objectifs fixés par le Département dans le cadre de l'élaboration de son nouveau schéma de développement touristique 2025-2029.



LES OBJECTIFS 2025

- ▶ Promouvoir l'environnement de travail dans le tourisme en Côtes d'Armor
- ▶ Attirer des professionnels du tourisme et des saisonniers
- ▶ Faciliter les recherches et accompagner l'installation sur le territoire

LES CIBLES



Les professionnels du tourisme en Île-de-France et en Bretagne

Les saisonniers résidant en Bretagne ou ayant déjà travaillé en Côtes d'Armor

MISE EN PLACE D'UN PLAN D'ACTION PARTAGÉ AVEC LES ACTEURS DU TOURISME

CAD a mis en place un Comité technique en charge de définir la stratégie à adopter pour répondre aux besoins de la filière. Il est composé des Offices de tourisme, de l'UMIH22, de l'UBHPA 22, du Lycée Bossuet, de la Mission locale Ouest Côtes d'Armor et du Réseau Logis de France. Le groupe, réuni le 23 septembre a acté le plan d'action opérationnel qui sera mis en œuvre en 2026.

RÉALISATION D'UNE MISSION PHOTOS

Dans le cadre de la mission photos réalisée pour la campagne d'attractivité talents, CAD a mené une série de prises de vue dans des établissements touristiques afin de pouvoir illustrer, sur les futurs supports promotionnels, les différents métiers du secteur dans l'hôtellerie, la restauration, l'animation, la médiation...



CRÉATION DES SUPPORTS PROMOTIONNELS POUR LA CAMPAGNE 2026

Afin d'illustrer les supports de la campagne d'attractivité qui sera engagée à compter de février 2026, CAD a réalisé une série de visuels, de vidéos et d'interviews de salariés de la filière touristique. Diffusés sur les réseaux sociaux, ils alimenteront également la nouvelle rubrique du site web dédiée aux métiers du tourisme.



DÉVELOPPEMENT D'UNE RUBRIQUE WEB « TRAVAILLER DANS LE TOURISME EN CÔTES D'ARMOR »

Cette nouvelle rubrique, initiée en 2025, va être mise en ligne sur le site d'attractivité de l'agence www.toutvivre.cotesdarmor.com au premier trimestre 2026. Elle s'adresse aux professionnels et saisonniers du tourisme (hôtellerie, camping, restauration, loisirs...) pour les intéresser aux Côtes d'Armor (notoriété touristique, qualité de vie...) et les inciter à rejoindre les établissements costarmoricains qui recrutent.

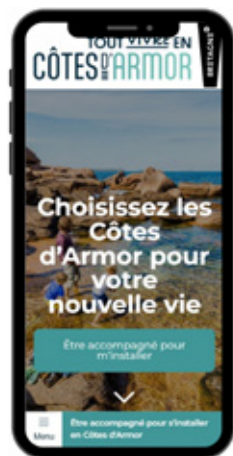
FOCUS SUR... LE SITE TOUTVIVRE.COTESDARMOR.COM

Afin de répondre aux nouveaux enjeux technologiques et graphiques, CAD a mis en ligne, fin avril, le nouveau site toutvivre.cotesdarmor.com.

Cette refonte intégrale avait pour objectif de mieux répondre aux attentes et questionnements des actifs et professionnels de santé qui souhaitent s'installer en Côtes d'Armor, en particulier sur les questions d'emploi et d'accompagnement à l'installation.

Cette refonte s'est traduite par :

- Un nouveau nom de domaine : toutvivre.cotesdarmor.com pour être en cohérence avec nos autres sites internet et bénéficier de la notoriété du site de la promotion touristique cotesdarmor.com



- Un accès direct depuis le menu principal à la rubrique « Exercer comme soignant »
- Des pages « Découvrir nos villes » renforcées. Elles présentent les 8 agglomérations costarmoricaines sur les aspects cadre de vie, économie, emploi, enseignement...
- Des visuels plus percutants et séduisants, issus des missions photos réalisées dans les entreprises, les collectivités, les établissements de santé...
- Une arborescence plus claire et un parcours client incitant les visiteurs à déposer une fiche projet pour être accompagné dans leur installation
- Une fiche projet plus complète et qui alimente automatiquement notre CRM de suivi des prospects
- Des témoignages sur de nombreuses pages du site
- Une rubrique « Travailler, entreprendre » renforcée, alimentée par des offres d'emploi France Travail à l'échelle du département et des agglomérations
- Une optimisation pour une navigation fluide sur smartphone

DES CONSULTATIONS EN NETTE PROGRESSION EN 2025

En 2025, le site toutvivre.cotesdarmor.com a dépassé les 155 000 visites (record historique, en progression de 56 % par rapport à 2024).

155 636

Visites
+ 56 % vs 2024

39 %

des visites
proviennent de
l'Île-de-France

8 889

followers
Facebook

4 894

followers
LinkedIn

TOP 3 DES PAGES LES PLUS CONSULTÉES

1

**Vivre en Côtes
d'Armor**
(33 744 visites)

2

**Exercer comme
soignant**
(32 726 visites)

3

**Travailler
entreprendre**
(32 661 visites)



6

VIE DE L'AGENCE : NOTRE FONCTIONNEMENT, NOS INSTANCES



NOS INSTANCES DE DÉCISION

Côtes d'Armor Destination est pilotée par 2 instances. Elles se réunissent plusieurs fois par an pour décider des actions à mener.



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 valide le budget annuel et les orientations proposées par 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).



MERCI AUX ADMINISTRATEURS QUI ONT QUITTÉ LE BUREAU EN 2025



Patrice KERVAON

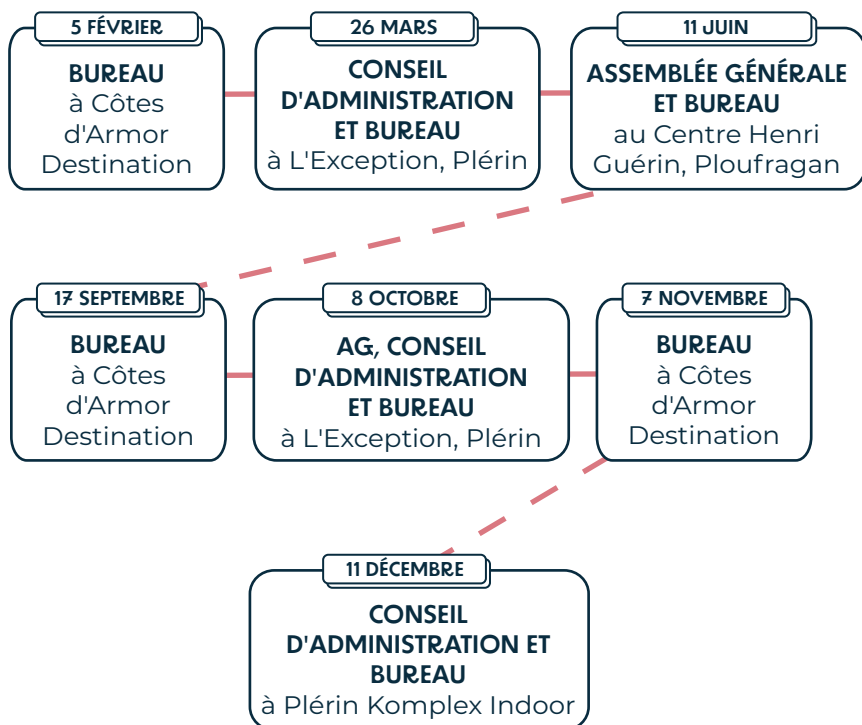
Conseil départemental des Côtes d'Armor,
Canton de Lannion
Collège Collectivités publiques



Jacques CHAUMET

Hôtel Aigue Marine Tréguier
Collège Personnalités qualifiées

LE CALENDRIER DES INSTANCES 2025



RETOUR SUR L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE CAD (JUIN 2025)



L'AG 2025 de CAD s'est tenue le 11 juin au Centre technique Bretagne Henri Guérin à Ploufragan. Elle a réuni 75 personnes dans l'espace séminaire de cet équipement dédié à la performance sportive.

L'AG a été l'occasion de revenir sur les principales actions de l'Agence conduites en 2024 dans ses missions d'observation, d'ingénierie et de promotion touristique, d'attractivité territoriale et d'aborder le plan d'action 2025.



La table ronde, animée par des territoires et des professionnels, « Le sport : un levier d'attractivité et de développement touristique pour les territoires ? » a permis de confirmer que le sport et l'accueil d'événements sportifs peuvent être de réels atouts pour bâtir la notoriété des territoires, créer de l'activité touristique et produire des retombées économiques. La pleine réussite de cette attractivité nécessite un travail collaboratif entre les territoires, les clubs sportifs et les professionnels du tourisme.

DE CÔTES D'ARMOR DESTINATION AU 31 DÉCEMBRE 2025

COLLECTIVITÉS PUBLIQUES (14)

Nathalie TRAVERT-LE ROUX - CD22 Canton de Lamballe-Armor (**Présidente - Bureau**)
Ludovic GOUYETTE - CD22 Canton de Saint-Brieuc 2 (**Membre - Bureau**)
Juliana SAN GÉROTÉO - CD22 Canton de Saint-Brieuc 1
Erven LÉON - CD22 Canton de Perros-Guirec
Marie-Christine COTIN - CD22 Canton de Plancoët
Philippe HERCOUËT - Conseiller régional
Bénédicte BOIRON - Lannion-Trégor Communauté (**Trésorière - Bureau**)
Joël HEUZÉ - Leff Armor Communauté
Denis HAMAYON - Saint-Brieuc Armor Agglomération (**Vice-président - Bureau**)
Josette CONNAN - Guingamp-Paimpol Agglomération
Sandra LE NOUVEL - CDC du Kreiz Breizh
Alain GUILLAUME - Loudéac Communauté Bretagne Centre
Pierre LESNARD - Lamballe Terre & Mer
Didier LECHIEN - Dinan Agglomération (**Membre - Bureau**)

ORGANISMES INSTITUTIONNELS DU TOURISME (14)

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

ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES & TOURISTIQUES (9)

En attente nouvelle désignation - Chambre d'Agriculture
Jeanne-Noëlle LAMOUR - Chambre de Commerce et d'Industrie (**Secrétaire - Bureau**)
Stéphane LE HO - Chambre de Métiers et de l'Artisanat
Sklaërenn BEAUTO - MEDEF 22
Marc FRELAUX - FNAIM
Yann COUZIGOU - UMIH 22
Jean-Luc FINANCE - UBHPA
Lucienne BOCQUÉHO - Gîtes de France
Mickaëlle HAMEON - UD CFDT Côtes d'Armor (2025)

PERSONNALITÉS QUALIFIÉES (7)

Philippe QUINTIN - Attractivité
Guillaume BLAISE - Culture
Erwan GEFFROY - Équipements de Loisirs
Lionel ROUSSELOT - Licence Pro Tourisme
Martial BIZEUL - Hôtellerie (**Membre - Bureau**)
Nathalie HUGUET - Équipements de Loisirs

NOTRE BILAN EN CHIFFRES

Chaque année, Côtes d'Armor Destination se fixe des priorités et des objectifs quantitatifs. Retour sur les résultats 2025 :

	OBJECTIFS 2025	RÉSULTATS 2024	OBJECTIFS 2025	BILAN 2025
PIDT	Nombre de contacts groupes et affaires	108	115	157 (+ 45 % vs 2024)
	Nombre de pages vues sur le site de l'observatoire du tourisme (cad22.com)	4 863	5 000	6 532 (+ 34 % vs 2024)
PND	Nombre de visites sur le site cotesdarmor.com	2 543 906	2 500 000	2 897 187 (+ 14 % vs 2024)
	Nombre d'abonnés aux newsletters « tourisme »	42 575	50 000	55 243 (+ 30 % vs 2024)
PPA	Nombre de visites sur le site toutvivre.cotesdarmor.com	99 821	100 000	155 636 (+ 56 % vs 2024)
	Nombre de nouveaux accompagnés Tout vivre « Talents » et « Santé »	235	250	311 (+ 32 % vs 2024)



ENTREPRISES ET ORGANISMES (231)

Abbaye de Beaupt - Abbaye de Bon Repos - ADIT Technopole Anticipa - Aquarium des Curieux de Nature - ArchéoMusée Coriosolis - Armor Navigation - Armor Surf School - Armoripark - Au Char à Bancs - Auberge de La Hardouinais/Ar Duen - Audacc - Balade Bike - Belambra Clubs - Biscuiterie Ménou - Bretagne Commerce International - Brit Hotel Lannion Centre Gare - Brit Hotel Languieux - Brit Hotel Lannion-Perros - Brit Hotel Saint-Brieuc Plérin - BZH Wake Park - Cabanes dans les arbres de Quénécan - Camping Armor Loisirs - Camping Aux Portes de Paimpol - Camping Beauséjour - Camping Bellevue - Camping Bellevue Mer - Camping Capfun de Galinée - Camping de Bosméléac - Camping de Gouarec - Camping de la Vallée du Dourdu - Camping des Hautes Grées - Camping des Rosaires - Camping des Vallées - Camping du Cap Fréhel - Camping du Gouffre - Camping du Lac - Camping du Minihy - Camping du Val-André - Camping La Hallerais - Camping Eden Villages Cap de Bréhat - Camping La Petite Ville - Camping La Tourelle - Camping La Vallée - Camping Le Châtelet - Camping Le Domaine des Jonquilles - Camping Le Frèche à l'Âne - Camping Le Point de Vue de Guerlédan - Camping Le Vallon aux Merlettes - Camping Le Varlen - Camping Le Varquez sur Mer - Camping Les Blés d'Or - Camping Les Etangs - Camping Les Madières - Camping Les Mouettes - Camping Les Roches - Camping Municipal de La Verte Vallée - Camping Municipal de Landrellec - Camping Municipal du Dourlin - Camping Paradis Bellevue - Camping Paradis Les Capucines - Camping Sandaya Le Ranolien - Camping Tourony - Camping Traou Méléderm - Camping Val de Landrouët - Camping Yelloh! Village Saint Pabu Plage - Camping-Spa Les Hauts de Port-Blanc - Cap Evasion Vélo - CCI des Côtes d'Armor - Centre de Congrès de Saint-Quay-Portrieux - Centre de Découverte du Son - Centre de vacances du Baly/Rêves de mer - Centre Technique Bretagne Henri Guérin - Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Côtes d'Armor - Chambres d'hôtes Saint Roch - Château de Beaussais - Château de Bienassis - Château de Dinan - Château de la Hunaudaye - Château de La Roche Goyon/Fort La Latte - Château de Quintin - Chill In Rance - Cohésion 360 - Clévacances Côtes d'Armor - Comespas - Contact Hôtel Le Lion d'Or - 43 Coworking - Dina'Vig - Distillerie Warengem - Domaine du Grenier - Ecocentre Trégor - Edgar Hôtel & Spa - Escapade Glaz - Ferme d'Antan - Festival du Chant de Marin - Flower Camping Le Mat - FNAIM 22 - Funbreizh - Gare de Gouarec - Gîte de La Gare - Gîte d'étape "Tagar/Etape" - Gîtes de France Côtes d'Armor - Gîte des 7 plages - Gîtes Les Hirondelles - Gladevents - Glamping Terre & Mer - Goélia/Résidence les 7 Îles - Golfhôtel de Saint-Samson - Grand Hôtel de Perros-Guirec - Guerlédan Parc Aventure - Haras National de Lamballe - Hôtel restaurant Au Chêne Vert - Hôtel restaurant Best Western - Hôtel restaurant Ibis Styles Plérin - Hôtel restaurant Le Bellevue - Hôtel restaurant Le Commerce - Hôtel restaurant Le Phare - Hôtel restaurant L'Eskemm - Hôtel Aigue Marine - Hôtel Arvor - Hôtel Au Bon Accueil - Hôtel B&B - Hôtel Campanile Saint-Brieuc Centre Gare - Hôtel Champ de Mars - Hôtel De Clisson - Hôtel de Diane Restaurant "Le 1925" - Hôtel de la Mer - 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 Georges - Hôtel Hermitage - Hôtel Ibis - Hôtel Ibis Lannion Côte de Granit Rose - Hôtel Ibis Styles Centre - Hôtel Kastell Dinec'h - Hôtel Ker Izel - Hôtel Ker Moor Saint-Quay-Portrieux - Hôtel Ker Mor - Hôtel K'Loys - Hôtel Kyriad - Hôtel Kyriad Direct - Hôtel La Demeure - Hôtel Le Benhuyc - Hôtel Le Kreisker - Hôtel Le Nautica - Hôtel Le Trécelin - Hôtel Les Bassans - Hôtel Les Costans - Hôtel Les Sternes - Hôtel Manoir de Kermodest - Hôtel Manoir de Rigourdaïne - Hôtel Novotel - Hôtel Océan - Hôtel Port-Jacquet - Hôtel Première Classe - Hôtel Restaurant Le Castel Beau Site - Hôtel Restaurant Les Fontaines - Hôtel Saint-Quay - Hôtel Spa Jeanne & Jules - Hôtel Spa Marin du Val-André Thalasso Resort - Itirando - IUT de Saint-Brieuc - J'Irai Jouer Chez Vous - Kerlabo Kart et Footgolf - La Briqueterie - La Cabane perchée - La Combe aux Ânes - La Stabulle Gîte d'Etable - La Vallée des Saints - L'Abbaye - L'Agapa Hôtel Restaurant Spa - Lantic Parc Aventure - Le Du Services - Le Grand Hôtel de Port Blanc - Le Jardin Zen du Quistillic - Le Kerédén - Le Pakebot - Le Panier Iodé - Le Passeur du Trieux - Le Sloop d'Erquy - Les Forges des Salles - Les P'tits Bateaux du Trieux - Les Rhodogites du Goëlo - Les Vedettes de Bréhat - Les Vélos de la Baie - Les Verreries de Bréhat - Les Voisins Beaucemaine - Location de vélos Kaoouann - Logis Hôtel du Parc - Maison de la Baie - Maison des Faluns - Maison des Toiles - Maison de la Rance - Maison Pêche et Nature - Manoir du Roselier - Mathieu Kergourlay Restaurant & Hôtel de Boisgelin - Medef Côtes d'Armor - MédiaPilote - Milmarin - Montgolfière Expérience - Musée de la Résistance en Argoat - Musée de l'école de Bothoa - Musée Mathurin Méheut - Ogalliance - Palais des Congrès et des Expositions de la Baie de Saint-Brieuc - Parc Aventure Indian Forest - Parcours Aventure Vivons Perchés - Photonics Bretagne - Rando Gîte de Lanmodez - Résidence Vacancéole Duguesclin - Roudenn Grafik - Roz Marine Thalasso Resort - Saint-Cast Aventure - Selaouen - Septième Ciel Parachutisme - Société Bretonne Nettoyage - Sur Mer Bréhat - Terrarium de Kerdanet - Ti al Lannec Hôtel Restaurant & Spa - UBHPA 22 - UMIH 22 - Villa Les Hydrangéas - Village Club Miléade - Village de gîtes Stereden - Village Vacances Le Val de Landrouët - Voiles & Traditions - Yelloh! Village Les Pins - 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 - Île-de-Bréhat Tourisme - OT Falaises d'Armor - OT Guingamp-Baie de Paimpol - OT Kreiz Breizh - OT Perros-Guirec - Saint-Quay-Portrieux Tourisme



CONTACT

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

cad22.com
cotesdarmor.com
affaires.cotesdarmor.com
groupes.cotesdarmor.com
toutvivre.cotesdarmor.com

Côtes d'Armor
le Département

