

PLAN D'ACTION 2026



cad22.com
cotesdarmor.com
toutvivre.cotesdarmor.com

QUI SOMMES-NOUS?



NOM

Agence de développement
touristique et d'attractivité

PRÉNOM

Côtes d'Armor Destination

STATUT

Association

FINANCEUR 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



MISSIONS PRINCIPALES

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

3 PÔLES

Ingénierie &
développement
touristique
Numérique & digital
Promotion & attractivité

DOMAINES D'ACTIONS

L'observation touristique
Le développement de filières : loisirs,
affaires, groupes, randonnées
La promotion touristique
L'attractivité résidentielle

SALARIÉS

15

SOMMAIRE

P.4

L'AGENCE,
SES PRIORITÉS,
SES ENGAGEMENTS

P.10

L'OBSERVATION
ET L'INGENIERIE
TERRITORIALE

P.16

LE DÉVELOPPEMENT
DES FILIÈRES
TOURISTIQUES

P.22

LA PROMOTION
TOURISTIQUE

P.28

L'ATTRACTIVITÉ
RÉSIDENTIELLE

P.34

NOTRE
FONCTIONNEMENT,
NOS INSTANCES



L'AGENCE, SES PRIORITÉS, SES ENGAGEMENTS

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

Sophie RIBOUCHON
Loisirs &
Randonnées

Vincent CORRE
Observation
& RSE

Muriel MAUGÈRE
Tourisme de
Groupes & d'Affaires

PÔLE NUMÉRIQUE ET DIGITAL

Olivier FALCHIER
Responsable de pôle
Projets digitaux

Yohann QUILGARS
Communication
Attractivité / Agence

Youn-Élie FROGER
Communication
Tourisme / Webmarketing

Amélie ALLAIRE
Communication
Filières / GRC

Carole COJEAN
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

OBSERVATION TOURISTIQUE

Rationaliser et améliorer les dispositifs et outils d'observation touristique

1

REFONTE DES OUTILS D'OBSERVATION POUR LES PROFESSIONNELLS

Analyse et évolution des outils d'observation à disposition des professionnels, des réseaux et des conseillers pros afin d'améliorer leur utilisation, leur efficacité et leur diffusion

2

ANALYSE DES DISPOSITIFS DE COMPTAGE DE FRÉQUENTATION

Recensement et analyse des dispositifs de comptage présents sur le département, en vue de définir une stratégie de collecte et de diffusion partagée et optimisée en Côtes d'Armor

ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE

Consolider les actions d'attractivité et préparer la mise en place d'un nouveau projet partenarial global à 3 ans

3

LANCEMENT DE LA 1ÈRE CAMPAGNE D'ATTRACTIVITÉ « TOURISME »

Création d'une rubrique « Talents tourisme » sur toutvivre.cotesdarmor.com et mise en œuvre opérationnelle de la 1^{ère} campagne d'attractivité autour des métiers du tourisme

4

DÉFINITION D'UN NOUVEAU DISPOSITIF PARTENARIAL SUR 3 ANS (2027-2029)

Réalisation du bilan 2024-2026 et définition d'un nouveau dispositif partenarial associant acteurs publics et privés



TOURISME RESPONSABLE

Accompagner les acteurs du tourisme à anticiper les impacts du changement climatique sur la filière touristique en Côtes d'Armor

5

SENSIBILISATION DES ACTEURS DU TOURISME AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Conduite d'un benchmark sur les initiatives existantes portées par les acteurs publics autour de cette thématique et poursuite du travail d'information/sensibilisation des partenaires publics du tourisme

6

LANCEMENT D'UN NOUVEL APPEL À PROJETS

« TOURISME & CLIMAT »
Finalisation des études de vulnérabilité touristique engagées en 2025 et lancement d'un nouvel appel à projets auprès des communes dans le courant du 2nd semestre



ANCRAGE LOCAL

Faire connaître les missions et outils proposés par CAD auprès des EPCI et des communes

7

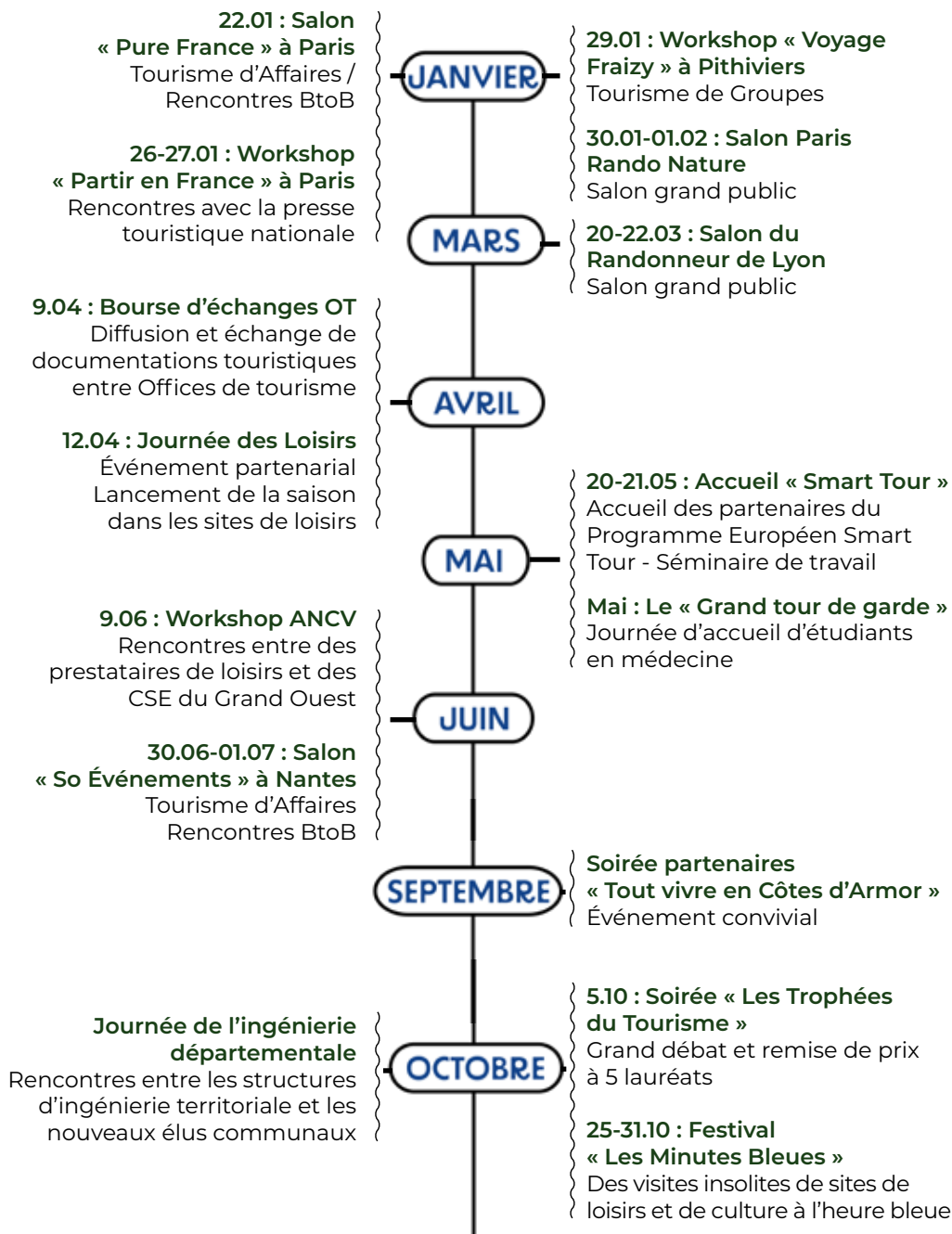
REFONTE DES OUTILS DE PRÉSENTATION DE L'AGENCE ET DE SES MISSIONS

Actualisation du guide de l'ingénierie départementale, du cahier de services de CAD et du site web de l'agence cad22.com dans l'objectif de mieux faire connaître les missions et outils proposés par l'agence auprès des territoires

8

ORGANISATION DE RENCONTRES ET D'ÉCHANGES AVEC LES NOUVEAUX ÉLUS

Mise en place de rencontres avec chaque territoire à l'automne et co-organisation d'une journée dédiée à l'ingénierie territoriale avec les autres structures départementales



| ENGAGEMENT 1 | ÊTRE UN EMPLOYEUR RESPONSABLE

1

**CRÉER UN LIVRET
D'ACCUEIL**
pour les stagiaires
et nouveaux
salariés

2

Mettre en place des
outils de **DIFFUSION**
DES BONS GESTES DE
1ER SECOURS auprès
de l'équipe

| ENGAGEMENT 2 | ÊTRE UN ACTEUR À FAIBLE EMPREINTE ÉCOLOGIQUE

3

Actualiser l'étude
de **MESURE**
DE L'IMPACT CARBONE
des déplacements
de l'équipe

4

DIGITAL
CLEAN UP DAY
Participation à
l'événement
(2e édition)

5

Diffuser en
interne les bonnes
pratiques pour
FAVORISER LE
COVOITURAGE

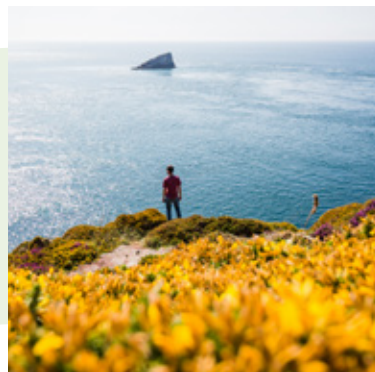
| ENGAGEMENT 3 | ÊTRE PROMOTEUR D'UNE DESTINATION DURABLE

6

PROMOUVOIR DES
BALADES
« santé » et « bien-
être » sur rando.
cotesdarmor.com

7

Développer les
SÉJOURS SANS
VOITURE sur
cotesdarmor.com



L'OBSERVATION ET L'INGÉNIERIE TERRITORIALE



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

CAD anime l'observatoire du tourisme, accessible sur cad22.com et armorstat.com. L'ensemble des outils produits à destination des acteurs publics et des professionnels du tourisme ont pour objectifs de :

- ▶ Évaluer les retombées de l'activité touristique sur les territoires
- ▶ Identifier les tendances et les évolutions du marché
- ▶ Orienter les politiques d'aménagement du territoire
- ▶ Soutenir les stratégies commerciales et promotionnelles des acteurs du tourisme



OBJECTIFS 2026

- ▶ Développer les prédictifs de fréquentation pour aider à mieux préparer la saison touristique
- ▶ Améliorer les outils pour les professionnels avec des indicateurs et supports adaptés
- ▶ Analyser les dispositifs de comptage de fréquentation pour optimiser la collecte et la gestion des données



**ABONNEZ-VOUS
À LA NEWSLETTER
OBSERVATION**

LE PRÉDICTIF DE SAISON ET LA CONJONCTURE TOURISTIQUE

Chaque trimestre, des capsules vidéo de 5 minutes permettent aux acteurs du tourisme de prendre connaissance du bilan des vacances, du niveau de satisfaction des professionnels et des tendances nationales.

En 2026, CAD va étoffer son prédictif de fréquentation touristique et le présenter également en format vidéo. Pour être utile aux professionnels dans la préparation de leur future saison, CAD mettra en ligne le prévisionnel 2027 dès le mois d'octobre 2026.



VISIONNER LE
PRÉDICTIF 2026 ET
LES BILANS DE SAISON



L'OBSERVATION

POUR LES PROFESSIONNELS

En 2025, un groupe de travail a été mis en place dans l'objectif d'améliorer les outils d'observation de l'agence. Il est composé du CRT, de professionnels du tourisme, de réseaux (Umih22, FDHPA, Gîtes de France) et de conseillers pros dans les domaines de la banque et de l'expertise comptable.

L'objectif est triple :

- ▶ Réadapter les outils aux besoins
- ▶ Les rendre plus facilement appropriables
- ▶ Améliorer leur diffusion

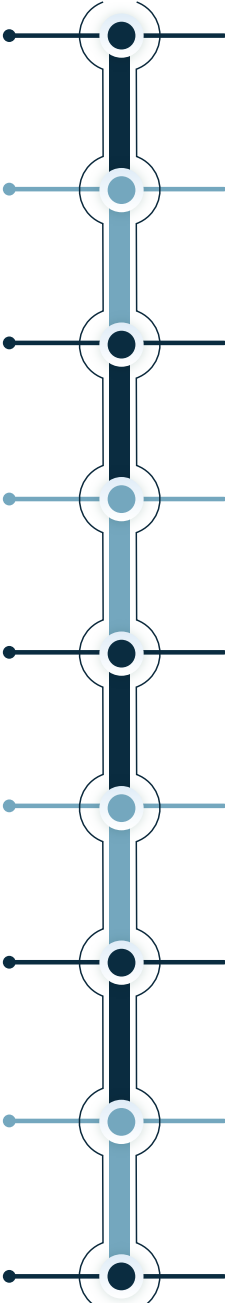
Le travail sera mené sur le 1^{er} semestre 2026 avec pour objectif une diffusion des nouveaux supports à partir du mois de septembre.

L'ANALYSE DES DISPOSITIFS DE COMPTAGE EN CÔTES D'ARMOR



Dans le cadre du Programme Interreg Europe « Smart Tour », CAD a décidé de mener un travail de recensement et d'analyse des dispositifs de comptage de fréquentation touristique présents sur le département.

L'objectif est de permettre aux partenaires publics concernés de disposer d'un état des lieux complet des outils existants dans la perspective d'optimiser l'investissement, la collecte et la diffusion de la donnée sur le département. L'enjeu est de renforcer le travail collaboratif dans la gestion de la statistique territoriale et la production d'indicateurs.



JANVIER	FÊTE DES REMPARTS DE DINAN Grandes conclusions de l'étude menée par CAD sur la fréquentation et les retombées économiques de l'édition 2025 de la Fête des Remparts
FÉVRIER	PRÉDICTIF DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE EN CÔTES D'ARMOR (VIDÉO) Quelle sera la fréquentation touristique 2026 en Côtes d'Armor ?
MARS	BILAN DES VACANCES D'HIVER 2026 (VIDÉO) Bilan définitif et consolidé de l'année 2025 et analyse des vacances de février 2026
MAI	PORTRAITS DE TERRITOIRES À 360 ° Portrait économique, social et environnemental de l'activité touristique des Côtes d'Armor et des 8 Communautés de communes et d'agglomération
JUIN	BILAN DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE DU PRINTEMPS 2026 (VIDÉO) Analyse de la fréquentation touristique durant les vacances de Pâques et les grands ponts de mai
SEPTEMBRE	PRÉDICTIF DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE EN 2027 ET NOUVEAUX OUTILS POUR LES PROFESSIONNELS (VIDÉO) Présentation du calendrier prévisionnel de fréquentation touristique en 2027 et sortie des nouveaux supports à destination des professionnels
OCTOBRE	BILAN DE LA SAISON ESTIVALE 2026 (VIDÉO) Présentation de la fréquentation touristique de juin à septembre et analyse des niveaux de réservation pour la Toussaint
NOVEMBRE	LES LOISIRS EN CÔTES D'ARMOR Les pratiques de loisirs des touristes et la fréquentation des principaux sites de visite en Côtes d'Armor
DÉCEMBRE	BILAN DE L'ARRIÈRE-SAISON ET DES VACANCES DE LA TOUSSAINT (VIDÉO) Présentation de la fréquentation touristique de l'automne et décryptage des tendances de réservation pour Noël

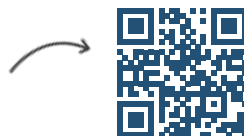
DE NOUVEAUX OUTILS POUR FAIRE CONNAÎTRE NOS MISSIONS ET NOS SERVICES AUX PARTENAIRES

Dans le cadre des élections municipales, et dans l'objectif de renforcer la coopération entre le Département et le bloc communal, CAD souhaite actualiser et développer ses supports de présentation pour mieux faire connaître les services proposés par l'agence auprès des territoires et consolider le travail partenarial en amorçant avec chacun un projet de collaboration touristique.

LA REFONTE DU SITE PRO CAD22.COM

Le site cad22.com s'adresse prioritairement aux acteurs du tourisme, qu'ils soient professionnels ou institutionnels. Il présente les missions et les actions de l'agence, relaie ses actualités et centralise les dossiers, communiqués de presse ainsi que les études produites par l'Observatoire du tourisme.

Dans la continuité des travaux engagés les années précédentes sur ses sites touristiques (cotesdarmor.com) et d'attractivité (toutvivre.cotesdarmor.com), CAD lance, en 2026, la refonte de son site pro.



**DÉCOUVREZ LE SITE PRO
DE CÔTES D'ARMOR DESTINATION**

L'ACTUALISATION DU GUIDE DE L'INGÉNIERIE TERRITORIALE ET DU CAHIER DE SERVICES

En 2023, CAD s'est associée à cinq partenaires (l'ADAC 22, le CAUE 22, le Centre de Gestion 22, le SDAEP 22 et le SDE 22) pour concevoir un guide pratique à destination des collectivités territoriales, afin de mieux valoriser les services qu'ils peuvent proposer. Ce guide fera l'objet d'une actualisation en 2026 et sera diffusé auprès des nouveaux élus communaux. De la même manière, CAD actualisera en 2026 son cahier de services et organisera sa diffusion auprès de ses partenaires publics et privés.



À LA RENCONTRE DES NOUVEAUX ÉLUS COMMUNAUX ET INTERCOMMUNAUX

CAD participera en 2026, avec ses 5 partenaires départementaux, à l'organisation d'une journée dédiée à l'ingénierie départementale. L'objectif est de rencontrer les nouveaux élus et les services des collectivités afin de leur présenter tous les services proposés pour les accompagner dans la mise en œuvre de leurs projets futurs sur leur territoire. Après la trêve estivale, CAD proposera également aux élus en charge du tourisme une rencontre afin d'échanger sur les ambitions portées à l'échelle de chaque territoire et les sujets de collaboration future.



TOURISME & CLIMAT : POURSUITE DES TRAVAUX AUTOUR DU CHANGEMENT CLIMATIQUE ET DE SES ENJEUX TOURISTIQUES

Dans le cadre de l'élaboration de son nouveau schéma de développement touristique 2025-2029, le Conseil départemental des Côtes d'Armor a souhaité que CAD mène un travail sur l'adaptation du tourisme au changement climatique.

Pour engager une démarche collective autour de ce sujet et fournir une analyse adaptée au secteur, CAD a constitué en 2025 un groupe de travail dédié et réalisé une étude sur quatre territoires pilotes.



OBJECTIFS 2026

- ▶ Continuer à accompagner les acteurs du tourisme à s'emparer de ce sujet et à s'adapter progressivement aux exigences à venir
- ▶ Accompagner les territoires dans la définition de plans d'action en corrélation avec leurs spécificités

POURSUITE DES RÉUNIONS TECHNIQUES AUTOUR DU TOURISME ET DU CLIMAT

Montée en connaissance collective des acteurs publics du tourisme et développement de l'interconnaissance avec les acteurs de l'environnement

3 ACTIONS PRIORITAIRES

RÉALISATION D'UN BENCHMARK

autour des initiatives existantes en matière d'adaptation au changement climatique (volet national et international) portées par des acteurs publics

LANCEMENT D'UN NOUVEL APPEL À PROJETS

en direction des communes pour mener de nouvelles études de vulnérabilité sur des territoires touristiques

LE PROJET INTERREG EUROPE SMART TOUR

En mars 2025, Côtes d'Armor Destination a été sélectionnée dans le cadre du programme Interreg Europe pour prendre part au projet de coopération SMART TOUR, mené sur une période de quatre ans aux côtés de huit partenaires européens.



Ce programme a pour objectif de renforcer les politiques publiques locales en matière de tourisme grâce au partage d'expériences et de bonnes pratiques, autour de thématiques stratégiques telles que l'accessibilité, la durabilité, la transition numérique, la valorisation du patrimoine culturel et la créativité.

4 thématiques spécifiques seront abordées lors des rencontres et des échanges en 2026 :

- Les statistiques et indicateurs pour le tourisme
- Les outils et services numériques dans le tourisme
- Les déplacements multimodaux
- Les services touristiques aux visiteurs et résidents

LE PROGRAMME D' ACTIONS 2026

RENCONTRES LOCALES

2 rencontres du groupe de travail local chargé d'alimenter les réflexions et de proposer des pratiques inspirantes

ÉTUDES

Analyse des dispositifs d'observation touristique en Côtes d'Armor (mission d'assistance technique)

ACCUEIL

Organisation de l'accueil des partenaires du Projet Interreg Europe en Côtes d'Armor

WORKSHOP

Participation au workshop européen organisé au Lac Balaton en Hongrie



DÉCOUVRIR LE PROGRAMME
SMART TOUR EN VIDÉO

LE DÉVELOPPEMENT DE FILIÈRES TOURISTIQUES



≡ DÉVELOPPEMENT D'ACTIVITÉS : DES OUTILS POUR LES PROFESSIONNELS

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

LES WIDGETS **TOURISME**

Ces modules interactifs affichent en temps réel des informations touristiques (agenda des événements, activités de loisirs...) sur les sites web des professionnels et des collectivités. Conçus par CAD, ils sont mis gratuitement à disposition des partenaires de l'agence.

Notre objectif en 2026 : poursuivre le déploiement des widgets sur les sites des hébergeurs (hôtels, campings, gîtes...) et des collectivités locales (communes...).

LES FICHES « **REPÈRE** »

Pour les porteurs de projet et les structures de conseil à la création et au développement d'entreprises, CAD met à disposition des fiches « Repère » classées par type d'hébergement. Elles sont utilisées notamment pour affiner les prévisionnels d'activités dans le cadre de l'élaboration de business plan.

Notre objectif en 2026 : améliorer ces fiches en les enrichissant d'indicateurs et de contenus pertinents pour la consolidation des projets de création ou de développement d'entreprises.

FILIÈRE « AFFAIRES » : LE GRAND OUEST ET L'ÎLE-DE-FRANCE EN PRIORITÉ

Depuis plusieurs années, Côtes d'Armor Destination anime un réseau d'une soixantaine de professionnels (lieux d'accueil de séminaires et activités de team building).

OBJECTIFS 2026

- ▶ Renforcer notre ancrage auprès des réseaux d'entreprise bretons
- ▶ Améliorer le suivi de la relation client
- ▶ Augmenter les contacts clients par des actions de notoriété et de prospection

PROSPECTION & SUIVI CLIENTS

JANVIER

SALON

Participation au Salon « Pure France » à Paris

FÉVRIER

CRM

Mise en place d'un outil de suivi clients

JUIN

SALON

Participation à « So Événements » à Nantes

SEPTEMBRE

LINKEDIN

Campagne en direction des entreprises du Grand Ouest

PROMOTION DE L'OFFRE

À L'ANNÉE

WEB

Promotion des offres sur affaires. cotesdarmor.com

À L'ANNÉE

NEWSLETTERS

Envoi de 6 news vers l'Île-de-France et le Grand Ouest

NOVEMBRE

RENCONTRE RÉSEAU

autour d'une thématique liée à la filière



AFFAIRES.COTESDARMOR.COM

FILIÈRE « GROUPES » : POURSUITE DE LA DYNAMIQUE DE RÉSEAU

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



OBJECTIFS 2026

- Consolider la présence des Côtes d'Armor au sein du réseau national
- Affiner le suivi des prospects et clients via de nouveaux outils
- Augmenter le nombre de contacts clients par des opérations de prospection et de notoriété

PROSPECTION

JANVIER

WORKSHOP

Participation au workshop « Voyages Fraizy » à Pithiviers

MARS & OCTOBRE

DÉMARCHAGE

Opérations de prospection téléphonique auprès d'autocaristes du Grand Ouest

JUIN

SALON

Participation au Salon CSE-ANCV Bretagne en Ille-et-Vilaine

PROMOTION & ANIMATION DU RÉSEAU

À L'ANNÉE

WEB

Promotion des offres groupes sur le site groupes.cotesdarmor.com

À L'ANNÉE

NEWSLETTERS

Envoi de 4 news vers la France

À L'ANNÉE

CLUB ADN GROUPES

Renouvellement de l'adhésion au Club ADN Groupes avec 5 OT

FÉVRIER & JUIN

RENCONTRE RÉSEAU

avec les responsables « groupes » des OT immatriculés



GROUPES.COTESDARMOR.COM

FILIÈRE « LOISIRS » : LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE ET LES ÉVÉNEMENTS AU CŒUR DU PROJET

CAD anime un réseau départemental de sites de loisirs et de culture au travers de la mise en place d'actions collectives visant à développer l'offre d'animation proposée et à renforcer la mise en visibilité des sites en direction des clientèles.



OBJECTIFS 2026

- ▶ Renforcer l'interconnaissance et l'échange d'expériences au sein du réseau
- ▶ Consolider les actions vers les clientèles de proximité et touristes en séjours
- ▶ Développer la fréquentation sur les ailes de saison

AVRIL

ORGANISATION DE LA 7^E JOURNÉE DES LOISIRS

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

PRINTEMPS-ÉTÉ

CAMPAGNE DE PROMOTION MUTUALISÉE

Accueil d'influenceurs et achat d'espaces publicitaires partagés entre sites de loisirs pour toucher les costarmoricains et touristes en séjour

FÉVRIER-NOVEMBRE

ANIMATION RÉSEAU

Organisation de 3 rencontres du réseau autour de l'échange d'expériences et de la créativité

AVRIL À OCTOBRE

PROMOTION DE L'OFFRE DE LOISIRS

Envoi de newsletters et campagnes digitales sur les réseaux sociaux

OCTOBRE

ORGANISATION DU FESTIVAL « LES MINUTES BLEUES »

Festival culturel sur une semaine en partenariat avec des sites de loisirs, de culture et de patrimoine

APPEL À PROJETS DÉPARTEMENTAL



Le Conseil départemental renouvelle, en 2026, un appel à projets visant à accompagner la création d'offres nouvelles dans les lieux de patrimoine et de loisirs. CAD accompagnera sa mise en œuvre. La thématique sera communiquée au printemps, au moment du lancement de l'appel à projets.

FILIÈRE « RANDONNÉES » : CAP SUR LA PROMOTION

OBJECTIFS 2026

- ▶ Poursuivre le développement du label « Accueil Vélo »
- ▶ Accompagner la promotion des nouveaux GR® de Pays
- ▶ Renforcer la valorisation des grands itinéraires de randonnée à vélo



LA VÉLOMARITIME

Financement de l'itinéraire, participation aux instances, animation du site web national lavelomarine.fr et des réseaux sociaux



LA VÉLODYSSÉE

Financement de l'itinéraire et participation aux instances nationales



GR® DE PAYS DU TRÉGOR-GOËLO ET DE LA RANCE

Création de produits touristiques autour des GR® de Pays, valorisation sur des supports promotionnels et sur le site rando.cotesdarmor.com



BALADES « BIEN-ÊTRE »

Identification de boucles facilement praticables et valorisation auprès du grand public costarmoricain



LABEL ACCUEIL VÉLO

Accompagnement du déploiement de la marque Accueil Vélo en partenariat avec les OT et le CRT, co-organisation des journées régionales



PROMOTION

Actualisation des guides « hébergements rando » et « idées de parcours », campagnes sur les réseaux sociaux et display, envoi de newsletters dédiées



WEB

Animation du site rando.cotesdarmor.com



**DÉCOUVREZ LES
GRANDS ITINÉRAIRES SUR
RANDO.COTESDARMOR.COM**



L'OBSERVATOIRE DU TOURISME

EN BREF

L'Observatoire du tourisme des Côtes d'Armor est un outil destiné aux professionnels et aux collectivités pour mieux comprendre le marché local, suivre les tendances de consommation et analyser la fréquentation touristique du territoire.



CAD anime
l'observatoire du tourisme



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

**L'Observatoire du tourisme est accessible
sur cad22.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 des bilans de conjoncture
- Des tableaux de bord de fréquentation des hébergements et des sites de loisirs
- Des portraits de territoire à l'échelle des EPCI et du département
- Des fiches profils par type d'hébergement
- Des données sur les clientèles touristiques
- Des études thématiques

POUR QUELS USAGES ?

- S'informer sur 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, itinéraires 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
- Prévoir la saison à venir

POUR PLUS D'INFOS



Vincent CORRE
Chargé d'observation
02 96 62 72 13
vcorre@cad22.com



**RETROUVEZ-NOUS
SUR CAD22.COM**

LA PROMOTION TOURISTIQUE



=== DÉPLOIEMENT DE LA NOUVELLE STRATÉGIE DE PROMOTION TOURISTIQUE À 3 ANS (2026-2028)

CAD a choisi de s'appuyer sur l'agence Hémisphère Sud afin de l'accompagner dans le déploiement d'une stratégie de promotion multicanale, portée par la signature : « Côtes d'Armor, en prendre plein la vie ».

4 DÉFIS À RELEVER

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

S'affirmer comme
une **destination
incontournable
en Bretagne**

Développer
un **tourisme
à l'année**

Mettre en place un
**projet partagé
avec les Offices
de tourisme**

NOTRE STRATÉGIE

- 1** **Consolider l'image de la destination** en nous appuyant sur nos sites emblématiques et par des actions en fil rouge sur le digital
- 2** Promouvoir un **tourisme de 4 saisons** au travers de 2 campagnes annuelles « Printemps-été » et « Automne-hiver » valorisant des offres expérientielles
- 3** Se démarquer par des **valeurs d'authenticité, de proximité et de durabilité**

COEUR DE CIBLE

Familles
Couples sans enfants
Du Grand Ouest et franciliens

INTÉRÊTS

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

LE PROGRAMME D' ACTIONS 2026

Mise en place
d'un Comité
technique
associant les
13 Offices de
tourisme



Définition
d'un concept
promotionnel
de campagne
partagée



Déploiement
d'un plan
média pour le
printemps-été
et l'automne-
hiver



Création d'une
collection
d'offres pour
chaque saison

LES CAMPAGNES CIBLÉES, AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DIGITALE

**OBJECTIFS 2026**

- ▶ Développer la notoriété touristique des Côtes d'Armor
- ▶ Assoir cotesdarmor.com comme le site touristique de référence du territoire
- ▶ Générer du trafic vers les sites de nos partenaires

RÉSEAUX SOCIAUX

Animer nos
communautés sur
Instagram, Facebook,
TikTok pour développer
la notoriété du territoire

COTESDARMOR.COM

Développer les
contenus, continuer à
améliorer le parcours
client et mieux
valoriser les offres

WEBMARKETING

Mener des campagnes
programmatiques
ciblées sur de multiples
canaux (display, réseaux
sociaux, SEA)



81 700
abonnés Facebook



32 500
abonnés Instagram



3 300
abonnés TikTok



SALONS « GRAND PUBLIC » : LES CÔTES D'ARMOR PRÉSENTES AU 1^{ER} SALON PARIS RANDOS NATURE

En 2026, CAD participera, aux côtés de plusieurs Offices de tourisme, à 2 salons dédiés à la randonnée et aux sports nature.

PARIS RANDOS NATURE PARC FLORAL DE PARIS (1^{ÈRE} ÉDITION)

Côtes d'Armor Destination, aux côtés des Offices de tourisme Bretagne Centre et Côte de Granit Rose / Perros-Guirec, participera, du 30 janvier au 1^{er} février 2026, à cette édition inaugurale, conçue comme le rendez-vous incontournable pour toutes les pratiques de randonnées.



SALON DU RANDONNEUR CENTRE DE CONGRÈS DE LYON

Manifestation de référence depuis 18 ans, le Salon du Randonneur se tiendra du 20 au 22 mars 2026. CAD y sera accompagnée des Offices de tourisme Bretagne Centre, Bretagne Côte de Granit Rose / Perros-Guirec, Baie de Saint-Brieuc Tourisme, Cap d'Erquy – Lamballe-Armor. Ce rendez-vous incontournable permet de toucher chaque année une clientèle engagée, adepte des activités de plein air et des séjours nature.



LA CARTE TOURISTIQUE DES CÔTES D'ARMOR DISTRIBUÉE SUR TOUT LE TERRITOIRE

150 000
EXEMPLAIRES ÉDITÉS

95 000
FRANÇAIS



32 000
ANGLAIS



23 000
ALLEMAND



-  Distribuée aux OT lors d'une bourse d'échanges en avril
-  Livrée aux adhérents de l'agence en mai et en septembre

LA MISSION PRESSE : VERS DE NOUVEAUX PARTENARIATS

OBJECTIF 2026

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

LE PROGRAMME D'ACTIONS 2026



Renouvellement du partenariat avec une agence presse



Participation au workshop presse « Partir en France »



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



Programmation d'accueils individuels de journalistes



Conseils et financement de voyages presse



Développement d'un outil CRM dédié

LES TROPHÉES DU TOURISME : COUP D'ENVOI DE LA 8^E ÉDITION !

En 2026, CAD renouvelle son engagement dans l'organisation des Trophées du Tourisme des Côtes d'Armor. Cet événement met à l'honneur des parcours professionnels, des initiatives collectives, des projets de diversification touristique ainsi que des innovations contribuant à renforcer l'attractivité et la notoriété du territoire.

AU PROGRAMME

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



LES PARTENAIRES

L'association des Trophées du Tourisme regroupe 7 partenaires.



RELATION CLIENT : RESTER EN CONTACT PERMANENT AVEC LA CLIENTÈLE

Par ses newsletters, CAD informe de manière régulière ses abonnés sur l'actualité touristique en Côtes d'Armor, valorise des idées de séjour et des activités de loisirs.

OBJECTIF 2026

- ▶ Continuer à développer notre réseau d'abonnés aux newsletters
- ▶ Maintenir les taux d'ouverture

18 newsletters
programmées
dont
6 en coopération avec
les OT costarmoricains

objectif 
60 000
abonnés
en fin d'année
(+ 9 % vs 2025)

L'ANIMATION DU SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE PARTAGÉ « TOURINSOFT »

En 2026, CAD va poursuivre son rôle d'animateur du Système d'Information Touristique « Tourinsoft » et de référent départemental auprès du CRT Bretagne autour des questions de gestion de la donnée touristique.



Animation et suivi de la qualité
et de la mise à jour des données
touristiques sur Tourinsoft



Formation des Offices de
tourisme aux nouvelles
fonctionnalités de l'outil



Participation au groupe de
travail régional Breizh Data



Mise à disposition
des widgets auprès des
professionnels et collectivités

NOS OUTILS POUR VOUS ACCOMPAGNER ET PROMOUVOIR LE TERRITOIRE

NOS SITES « GRAND PUBLIC »

Site Tourisme
cotesdarmor.com

Site Attractivité résidentielle
toutvivre.cotesdarmor.com

Site Agence
cad22.com

NOS ESPACES BToB

Espace Presse
cad22.com/presse-media

Photothèque Côtes d'Armor
cotesdarmor.piwigo.com

L'Observatoire du Tourisme
cad22.com/observatoire-touristique

NOS SITES « FILIÈRE »

Site Affaires
affaires.cotesdarmor.com

Site Groupes
groupes.cotesdarmor.com

Site Randonnée
rando.cotesdarmor.com

La Vélomaritime
lavelomaritime.fr

NOS BROCHURES GRAND PUBLIC

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

Les **guides rando**
hébergements / séjours

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

Les **brochures « groupes »**
Hébergements,
séjours & journées



L'ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE



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

« 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.

3 DÉFIS À RELEVER

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

**Attirer de
nouveaux
talents**

**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.

PRIORITÉS 2026

- Poursuivre la mise en valeur de la qualité de vie des costarmoricains
- Faire percevoir encore plus la diversité économique et professionnelle
- Préparer un nouveau dispositif partenarial à 3 ans (2027-2029)

DES ACTIONS ALLIANT NOTORIÉTÉ, PROSPECTION DE TALENTS ET ACCOMPAGNEMENT À L'INSTALLATION

RÉSEAUX SOCIAUX

Des posts, stories et carrousels en fil rouge sur l'année mettant en avant la qualité de vie en Côtes d'Armor, où travail, nature et loisirs coexistent harmonieusement



INFLUENCE

Des vidéos courtes avec des témoignages de costarmoricains pour aider à se projeter dans la vie costarmoricaine (mai-juin)

PROSPECTION

Poursuite du partenariat avec la plateforme de mise en relation LAOU : 75 contacts qualifiés visés sur 6 mois (de janvier à juin)

NETFLIX ET YOUTUBE

Diffusion d'un spot promotionnel des Côtes d'Armor sur Netflix et Youtube en mai



CONSEIL

Accompagnement individualisé des talents en partenariat avec des acteurs de terrain toute l'année



ÉVÈNEMENT

Une soirée de rencontre et d'échange entre les partenaires du réseau « Tout vivre en Côtes d'Armor » en septembre



OPÉRATION VIRALE

Une campagne « Le florilège costarmoricain » en septembre-octobre où seront valorisés les entreprises, les métiers, les savoir-faire costarmoricains au travers de spécificités (métiers insolites, produits insoupçonnés...)



BILAN 2024-2026

Bilan et synthèse du plan d'action 2024-2026 en fin d'année



18 PARTENAIRES PUBLICS ET PRIVÉS CO-FINANCEURS





PRIORITÉS 2026

- Renouveler les événements de rencontre avec les étudiants en médecine de Rennes et de Brest
- Poursuivre les actions de valorisation de l'exercice des métiers de la santé en Côtes d'Armor
- Faciliter la mise en relation autour de l'installation et du remplacement

UN PLAN D'ACTION VERS LES PROFESSIONNELS ET LES ÉTUDIANTS EN MÉDECINE

RÉSEAUX SOCIAUX

Campagne en fil rouge sur l'année / Posts fixes avec des messages spécifiques en direction des spécialistes

REMPLOIJOB

Un partenariat d'un an pour diffuser les offres d'emplois/remplacements des professionnels de santé costarmoricains sur la plateforme de mars à décembre

SPOT RADIO

Diffusé en pré-roll en avril-mai sur les plateformes audio (Deezer, Spotify, Soundcloud), des webradios et podcasts

ÉVÉNEMENT

« Le Grand Tour de Garde » : journée d'accueil d'étudiants en médecine en Côtes d'Armor en mai



DÉCOUVRIR LE SITE WEB
EXERCER COMME SOIGNANT

LE GUIDE « EXERCER COMME
SOIGNANT » EN CÔTES D'ARMOR

JOB TALK

Tournage d'interviews de professionnels de santé sur leur exercice, leur spécialité et leur rôle de maître de stage

CONSEIL

Accompagnement individualisé des talents en partenariat avec des acteurs de terrain

BILAN 2024-2026

Bilan et synthèse du plan d'action 2024-2026 en fin d'année



DÉCOUVRIR
LA CAMPAGNE
« TOUT VIVRE
EN CÔTES D'ARMOR. »



À SAVOIR !

La campagne Santé est définie en partenariat avec le Conseil départemental des Côtes d'Armor, financeur du projet, et travaillée avec plusieurs structures 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 que les Communautés de communes et d'agglomération des Côtes d'Armor.



OBJECTIFS 2026

- ▶ Créer une plateforme web dédiée à la valorisation de la filière touristique en Côtes d'Armor
- ▶ Définir un message promotionnel partagé et engager une 1^{ère} campagne de promotion
- ▶ 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

UN 1^{ER} PLAN D'ACTION AXÉ AUTOUR DE LA NOTORIÉTÉ ET DE L'IMAGE

WEB

Lancement en février d'une rubrique « Talents tourisme » sur toutvivre.cotesdarmor.com

LEBONCOIN

Campagne display ciblée vers les internautes intéressés par l'emploi dans le tourisme en Bretagne (février-mars)

AFFICHAGE

Campagne dans les lieux de vie (bars, restaurants, salles de sport...) à Rennes et Brest pour toucher les jeunes (février-mars)

RÉSEAUX SOCIAUX

Campagne webmarketing / Posts fixes, vidéos et job talk de salariés animés par leur métier (février à avril)

ENQUÊTE

Analyse des comportements des salariés du tourisme en matière de choix de destination et de recherche d'emploi (printemps-été)



DÉCOUVREZ LE SITE WEB
« TALENTS TOURISME »



NOTRE FONCTIONNEMENT, NOS INSTANCES



≡ NOS INSTANCES DE DÉCISIONS

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 sur des réflexions ou projets en cours (priorités, orientations budgétaires et suivi financier).

CALENDRIER DES INSTANCES

FÉVRIER

Bureau

MARS

Conseil d'Administration
et Bureau

JUIN

Conseil d'Administration,
Assemblée Générale
et Bureau

SEPTEMBRE

Bureau

OCTOBRE

Conseil d'Administration
et Bureau

DÉCEMBRE

Conseil d'Administration
et Bureau

LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DU BUREAU DE CÔTES D'ARMOR DESTINATION AU 1ER JANVIER 2026

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
 En attente désignation - UD CGT Côtes d'Armor (2026)

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



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

