



Attractivité
Solidarité
Transition

Schéma de développement touristique

Édito



© Studio4K

Alors que nous regardons vers l'avenir, il est essentiel de réfléchir à la manière dont nous pouvons valoriser et promouvoir notre département, renforcer notre attractivité et soutenir notre économie touristique. Il nous faut pour cela répondre aux attentes des visiteurs, lesquels sont accueillis par des professionnels engagés qui font du tourisme, un secteur leader, créateur de valeurs et d'emplois, et contribuent ainsi à l'amélioration de la qualité de vie de nos habitants.

Le Morbihan, cette terre multiséculaire avec ses paysages particulièrement préservés et diversifiés entre Armor et Argoat, ses richesses culturelles, historiques et son patrimoine mégalithique reconnu de valeur universelle, est une destination d'exception. Cependant, face aux enjeux actuels, nous devons adapter notre vision et notre stratégie de manière offensive, pragmatique et durable. Dans un contexte où les finances publiques sont contraintes, le Morbihan s'est fixé un cap clair et une ambition autour de 3 piliers essentiels : attractivité, solidarité et transition.

Attractivité : Le Morbihan doit continuer à séduire les visiteurs tout en maintenant son leadership et son identité, en préservant et valorisant nos richesses culturelles et naturelles et proposer une offre diversifiée et de qualité qui attire des publics renouvelés.

Solidarité : L'enjeu est d'impliquer tous les acteurs professionnels, élus et habitants afin de construire une vision partagée. La solidarité des territoires est la garantie que les bénéficiaires du tourisme profitent à l'ensemble du département, et favorise ainsi l'équilibre entre littoral, rural et urbain et par conséquent l'acceptabilité du tourisme.

Transition : La nécessité d'une transition écologique et économique est plus pressante que jamais. Nous devons adopter des pratiques responsables, promouvoir une offre plus durable, innovante et économe en ressources. Green Morbihan® sera la marque de cette ambition.

En conjuguant ses valeurs, nous pouvons non seulement améliorer le quotidien des Morbihannais, mais aussi la performance des acteurs du secteur. Nous avons l'opportunité de faire de notre département, la destination phare en France, reconnue pour sa beauté, sa naturalité préservée et son authenticité. Bâtissons le Morbihan de demain, où chaque visiteur pourra découvrir la magie du territoire tout en contribuant à sa préservation.

Document spécial Schéma de Développement du Tourisme 2024-2028 édité par l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan.

Directeur de la publication : Patrick LEVY, Directeur général
 Rédaction : Thierry BEAUREPÈRE, journaliste
 Réalisation : Mon Atelier Coloré - Auray
 Crédit photo de couverture : @Jeremy Elain
 Imprimé en France : IRIS'IMPRIM
 Parution : décembre 2024 - Tirage : 500 exemplaires



David Lappartient



MORBIHAN

P. 04

Introduction

Présentation du contexte actuel du tourisme dans le Morbihan, de son importance économique et des objectifs clés du nouveau schéma de développement touristique pour 2024-2028.

Exploration des dix enjeux principaux qui structureront le développement touristique du Morbihan jusqu'en 2028.

P. 06

Les enjeux

Une vision pour l'avenir : redéfinir le tourisme, concilier enjeux économiques et développement durable, et impliquer tous les acteurs.

P. 28

Conclusion

Sommaire

LE TOURISME, UN OUTIL DE DÉVELOPPEMENT AVEC & POUR TOUS.

Réunis en assemblée plénière à l'hôtel du département de Vannes le 24 juin dernier, les élus ont adopté à l'unanimité le nouveau schéma départemental de développement touristique 2024/2028 du Morbihan, avec trois objectifs :

**attractivité, solidarité
et transition.**



Un enjeu stratégique

À l'heure où le tourisme s'interroge et cherche de nouvelles voies, plus durables, plus responsables, plus inclusives, cette étape majeure va permettre de guider les actions dans les prochaines années. L'enjeu est d'autant plus stratégique que le département pointe à la cinquième place des départements touristiques français. Il accueille chaque année cinq millions de touristes sur son territoire, qui dépensent 1,6 milliard

d'euros et font travailler près de 21 000 personnes. Mieux, le tourisme est un outil d'attractivité majeur, attirant dans son sillage de nouveaux habitants qui participent à la vitalité des territoires, des investisseurs et des entreprises - liées ou non au tourisme - qui contribuent à son développement économique. Enfin, il est au cœur d'un écosystème qui englobe de nombreuses autres réalités (mobilités, culture, sport...).



5^e PLACE

des départements touristiques français pour le Morbihan.



5 MILLIONS

de touristes par an séjourner dans notre département.



1.6 MILLIARD

d'euros dépensés par les touristes chaque année.



21 MILLE

emplois générés par le tourisme par an.

Dix priorités pour avancer ensemble

Le Morbihan se projette vers un avenir touristique durable, innovant et respectueux de ses spécificités à travers dix enjeux majeurs.

- Chaque action proposée vise à renforcer notre attractivité tout en préservant notre environnement et en soutenant notre économie locale. Ces priorités sont toutes interconnectées et se renforcent mutuellement : de la mobilité douce et intermodale à la valorisation de notre patrimoine naturel et culturel, en passant par l'accompagnement des transitions écologiques et la modernisation des infrastructures touristiques.
- L'ensemble de ces actions répond aux besoins des habitants, des professionnels et des visiteurs, tout



TOUS LES ENJEUX SONT LIÉS ET SE RENFORCENT POUR UN AVENIR COMMUN.

en préservant notre territoire. Ce projet collectif rassemble les acteurs publics, privés et associatifs pour construire ensemble un Morbihan plus durable et plus attractif.



Un travail participatif de longue haleine

Ce schéma de développement touristique est le fruit d'un long travail participatif, piloté par l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan et les services du Conseil départemental. Il a mobilisé divers acteurs, parce que le tourisme est l'affaire de tous : les professionnels bien sûr, mais également les partenaires et experts du tourisme tels que les directions politiques territoriales, les divers services des EPCI et offices de tourisme, ainsi que les élus. Sans oublier les habitants car à l'heure où le tourisme est parfois montré du doigt, un développement vertueux ne peut se faire qu'avec et pour les populations.

Depuis 2022, des études sur la perception du tourisme par les habitants et sur la perception du Morbihan par les touristes ont permis de dresser un état des lieux précis, par-delà les éventuels préjugés.

Des entretiens avec les élus et professionnels, des questionnaires, des analyses de données et des études documentaires, puis des ateliers collaboratifs (comme le 13 juin 2023 à Erdeven) ont permis d'échanger et de réfléchir aux enjeux ; jusqu'à la réalisation du schéma.



10 ENJEUX

schéma de développement touristique



Accompagner les mobilités

- Faire du Morbihan une véritable destination vélo
- Faire émerger le développement des mobilités actives et l'intermodalité touristique
- Développer l'itinérance douce en s'appuyant sur une offre « Art, nature, patrimoine »
- Favoriser l'accueil et le guidage des visiteurs vers les sites touristiques



Favoriser un développement touristique durable

- Poursuivre le développement de notoriété d'un territoire vert et authentique et consolider notre positionnement Green Morbihan®
- Faciliter les transitions écologiques dans le tourisme
- Faciliter l'accès aux vacances pour tous



Lever les difficultés liées à l'emploi et au logement saisonnier

- Faciliter la recherche d'emploi et le recrutement (rencontre de l'offre et de la demande)
- Renforcer l'attractivité résidentielle
- Améliorer l'image des métiers du tourisme
- Etudier la faisabilité de solutions d'hébergements dans les collèges gérés par le département
- Favoriser l'expérimentation et l'innovation sociale sur ce secteur



Renforcer le tourisme d'affaires sur la destination

- Renforcer la filière tourisme d'affaires
- Assurer une bonne adéquation des offres proposées par les grands équipements au regard de la demande et de ses évolutions



Redynamiser la fréquentation étrangère

- Adapter l'offre aux clientèles cibles
- Adapter et renforcer la communication envers les clientèles visées



Valoriser le patrimoine naturel, culturel, historique et de savoir-faire

- Mettre en avant notre identité patrimoniale et culturelle et singulariser notre positionnement
- Valoriser et promouvoir les Espaces Naturels Sensibles
- Soutenir et accompagner l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO des mégalithes de Carnac et des rives sud du Morbihan



Soutenir la modernisation des outils touristiques

Hôtels, campings, autres hébergements

- Soutenir et accompagner les porteurs de projet
- Embrasser le tournant de la transition numérique
- Développer un outil d'accompagnement marketing des professionnels du tourisme
- Soutenir les investissements touristiques



Faire du Morbihan une destination « activités de pleine nature »

- Positionner le Morbihan comme une destination phare des activités de pleine nature
- Elaborer et mettre en œuvre les schémas départementaux
- Plaisance et nautisme



Soutenir les grands événements

- Promouvoir une démarche de durabilité auprès des grands événements
- Valoriser les grands événements
- Identifier la pertinence d'un soutien financier



Améliorer l'acceptation du tourisme

- Objectiver la réalité du tourisme
- Valoriser la place de l'habitant dans la démarche
- Amortir les pics de fréquentation

LES ENJEUX

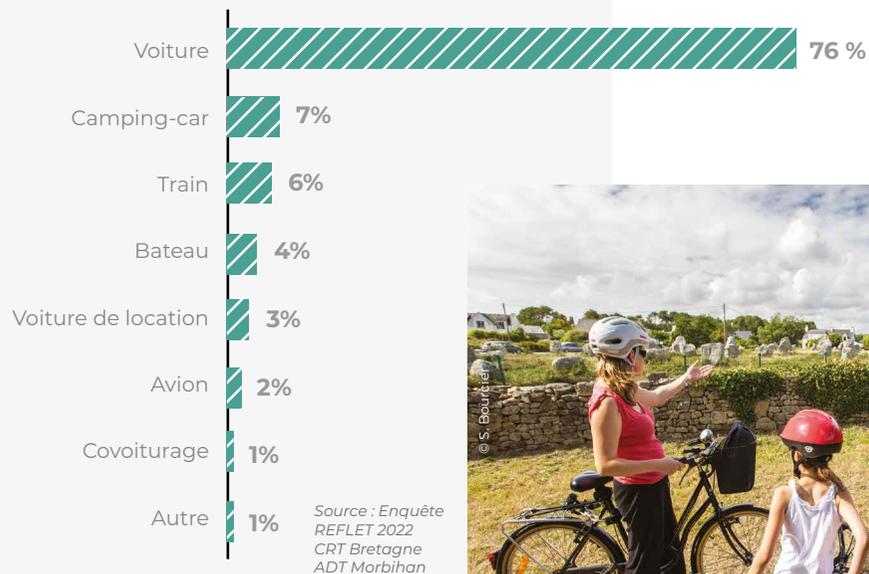
**Les dix priorités pour renforcer l'attractivité et soutenir
l'économie touristique du Morbihan**

ACCOMPAGNER LES MOBILITÉS.

87%

des visiteurs arrivent dans le Morbihan par la route

Comment vous êtes-vous rendu sur votre lieu
de séjour ? (en % des séjours)



Mobilité : Faire du Morbihan une « destination vélo »

87% des visiteurs du Morbihan arrivent avec une voiture personnelle, de location ou avec un camping-car. Le département entend les inciter à laisser leur véhicule au garage une fois arrivé à destination.

A travers son nouveau schéma touristique, qui s'inscrit dans le cadre plus large du plan mobilités et vélo, il ambitionne de devenir une véritable « destination vélo » afin d'accompagner la décarbonation du tourisme et faire découvrir ses richesses naturelles et culturelles en mode « slow tourisme ».

Ces dernières années, des efforts importants ont été réalisés avec la création de grands itinéraires structurants, comme la Véloodyssée qui traverse la Bretagne.

Néanmoins, il s'agit d'un tourisme de niche. Pour la très grande majorité des visiteurs, le vélo n'est pas un but de voyage en soi mais une expérience de balade pour explorer un territoire différemment. Ils souhaitent des aménagements et services rendant les sorties à deux roues sécurisées et faciles.

A ce titre, les aménagements de boucles cyclables doivent être poursuivis pour favoriser les balades de quelques heures.

En parallèle, il convient de multiplier les points de location, avec une implantation réfléchie et un parc important de vélos électriques permettant aux visiteurs les plus âgés de se mettre en selle.



LE VÉLO, UNE VÉRITABLE EXPÉRIENCE IMMERSIVE

« Le Morbihan offre une diversité de paysages et d'écosystèmes, ce qui en fait une destination idéale pour la pratique du vélo. Il fait de plus en plus partie de l'expérience de séjour. Les visiteurs cherchent à se reconnecter à la nature, à découvrir la région autrement. Plus qu'un simple moyen de transport, le vélo propose une véritable expérience immersive, au plus près de la nature ».

Jérôme Gainche, gérant de Véloc'Ouest





© E. BERTHIER-Morbihan Tourisme

DÉVELOPPER des itinéraires thématiques

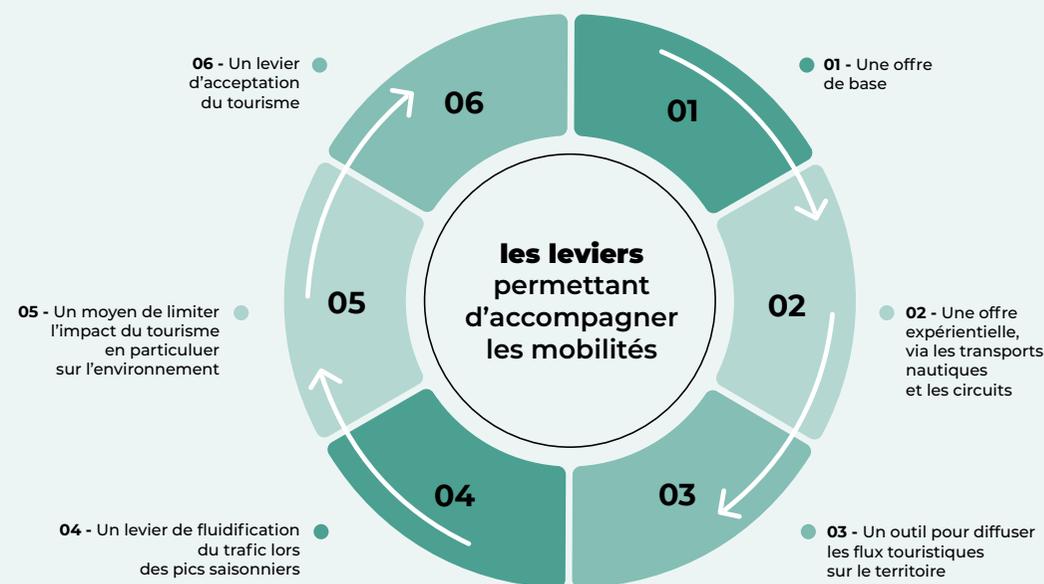
Au-delà d'un important travail de marketing, la pratique doit également être encouragée par la création d'itinéraires thématiques, autour de la nature, de la culture ou des savoir-faire locaux, pour une découverte différente des territoires

- Cette offre de base peut être complétée par des offres itinérantes courtes, de quelques jours. Elles nécessitent un engagement collectif des territoires, loueurs, restaurateurs, hôteliers et campings, pour mettre en place une offre de services adaptée tout au long des parcours.

- Les enjeux sont importants. Le vélo permet de fluidifier le trafic lors des pics de saison, de limiter l'impact du tourisme sur l'environnement et la qualité de vie des habitants ; et in fine de mieux faire accepter le tourisme, notamment en haute-saison. Il contribue également à une meilleure diffusion des flux - concentrés à 75% sur le littoral - sur l'ensemble du Morbihan et peut répondre aux besoins des excursionnistes (en augmentation de 28% entre 2019 et 2022), ces visiteurs à la journée qui recherchent des expériences différentes.

La gestion des mobilités : clé d'un tourisme plus durable

Une gestion optimale des mobilités permet de mieux répartir les flux, limiter l'impact environnemental et fluidifier le trafic pendant les pics saisonniers. Elle soutient ainsi un développement touristique équilibré et améliore l'acceptation du tourisme sur le territoire.



29% **DES TOURISTES**

pratiquent le vélo pour se balader pendant leur séjour



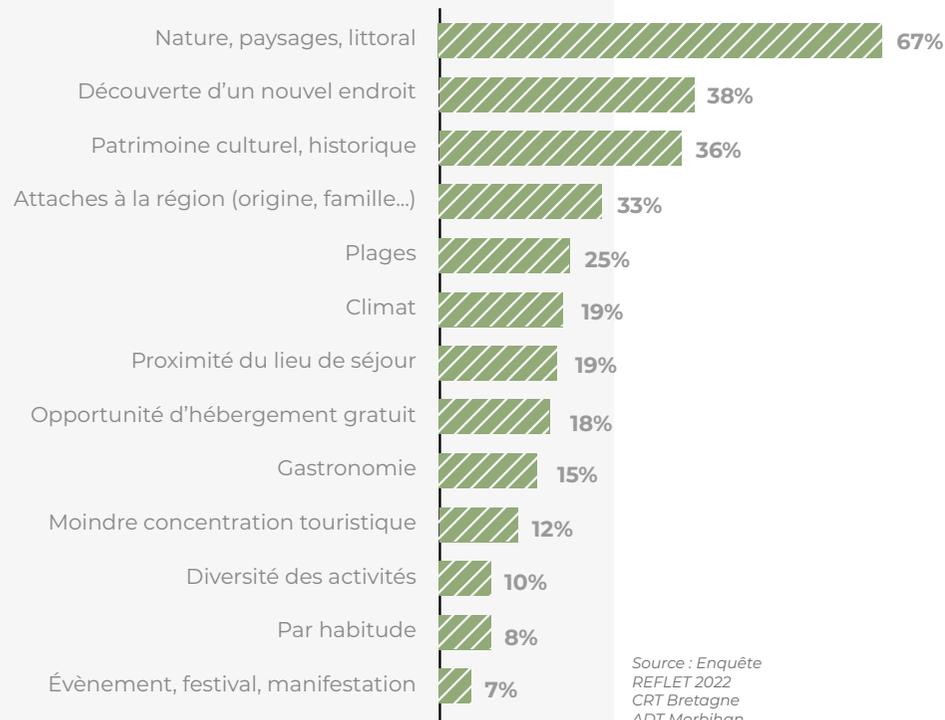
04 **GRANDS ITINÉRAIRES**

pour découvrir le Morbihan V3, V8, V45 et V42

FAVORISER UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE.

Nature et paysage, 1^{ères} raisons de choix de séjour en Morbihan

des clientèles touristiques en part de séjour



Source : Enquête
REFLET 2022
CRT Bretagne
ADT Morbihan

Tourisme durable : faire du Morbihan une référence

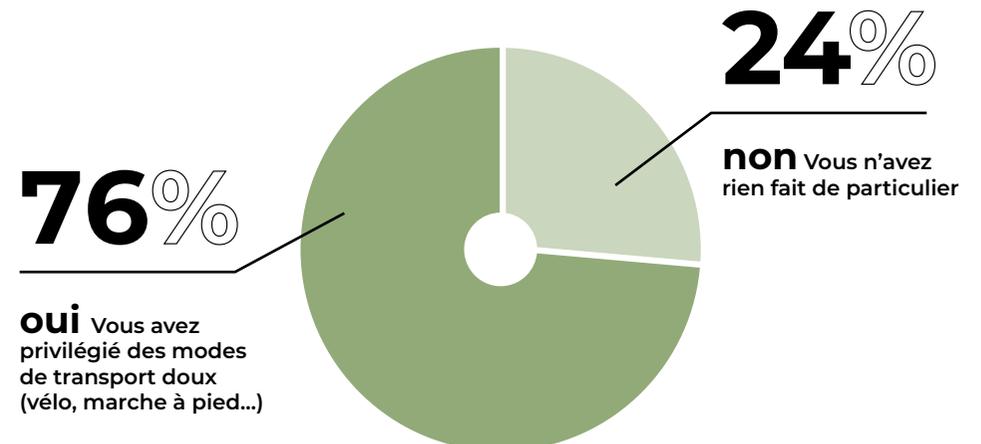
Plus que d'autres secteurs de notre économie, le tourisme se doit d'être exemplaire en matière de transition écologique. Parce qu'il est la combinaison d'activités diverses (transport, hébergement...) et contribue à hauteur de 11% des émissions nationales de gaz à effet de serre selon une étude de l'ADEME. Mais aussi parce qu'il est très vulnérable aux effets du changement climatique et parce qu'il exerce de fortes pressions sur les ressources naturelles.

Lors du Plan Destination France initié en 2021, Emmanuel Macron annonçait sa volonté de faire de l'Hexagone la première destination

de tourisme durable d'ici 2030. « Cette transition est à la fois une nécessité pour le secteur, une ambition portée par les acteurs et territoires touristiques et une attente croissante des clientèles » précisaient alors les pouvoirs publics, avec à la clé des moyens financiers pour soutenir l'investissement dans les infrastructures touristiques durables. L'enquête Reflet réalisée en 2022 par le CRT Bretagne confirme que les visiteurs sont désormais plus attentifs à leurs pratiques et comportements. 76% déclaraient avoir privilégié des modes de transport doux (marche à pied, vélo...) durant leur séjour, contre 37% en 2016.

Avez vous fait quelque chose pour diminuer l'impact de votre séjour sur l'environnement ?

(en % des séjours) - Sources : Reflet 2022





CONCILIER CROISSANCE & PROTECTION DE LA NATURE

« Le tourisme durable représente l'avenir, avec une dimension environnementale désormais centrale dans la société. Même si la contribution des acteurs touristiques peut sembler minime face à l'ampleur du défi mondial, cet engagement génère une satisfaction collective et renforce la cohésion. De nombreuses pratiques permettent de concilier croissance économique et protection de la nature ».

Arnaud Mauguin, Président de Green Morbihan



© L.Rannou

Green Morbihan doit devenir une marque forte et visible, représentant le tourisme durable de demain

Son objectif est désormais d'élargir son réseau, de soutenir les professionnels dans la création d'une offre durable, et d'asseoir la réputation du Morbihan comme destination respectueuse de l'environnement.

GREEN MORBIHAN, une démarche à valoriser

Bien avant les objectifs nationaux, le Morbihan a fait du tourisme durable l'une de ses priorités, exposé à la pression des visiteurs qui fragilisent les ressources dans certaines zones mais aussi porté par ses richesses naturelles : Parc Naturel Régional du Golfe du Morbihan, « Dunes Sauvages » labellisées Grand Site de France et plusieurs sites naturels sensibles.

- Fruit d'un travail entre l'ADT et quatre professionnels, Green Morbihan a été créé dès 2018, dans le souci de valoriser les engagements en la matière. Il regroupe aujourd'hui une vingtaine de membres (hébergements, transporteurs, établissements de loisirs...).

- Ce travail doit être amplifié, en accueillant de nouveaux membres et en faisant de Green Morbihan une marque visible et reconnue, afin de faire du département une destination verte par excellence.
- Le Morbihan ambitionne également de poursuivre sa politique d'accompagnement des professionnels pour créer des hébergements et activités durables, à l'image des 13 stations vertes qui traduisent la volonté de structurer une offre authentique et respectueuse des territoires.
- Enfin, dans un contexte de hausse des prix, il convient de s'interroger sur l'accès aux vacances pour tous.

70%
des Français
envisagent de voyager
de manière
plus durable

Sources : Les nouvelles aspirations des Français en matière de vacances – ADN Tourisme 2021

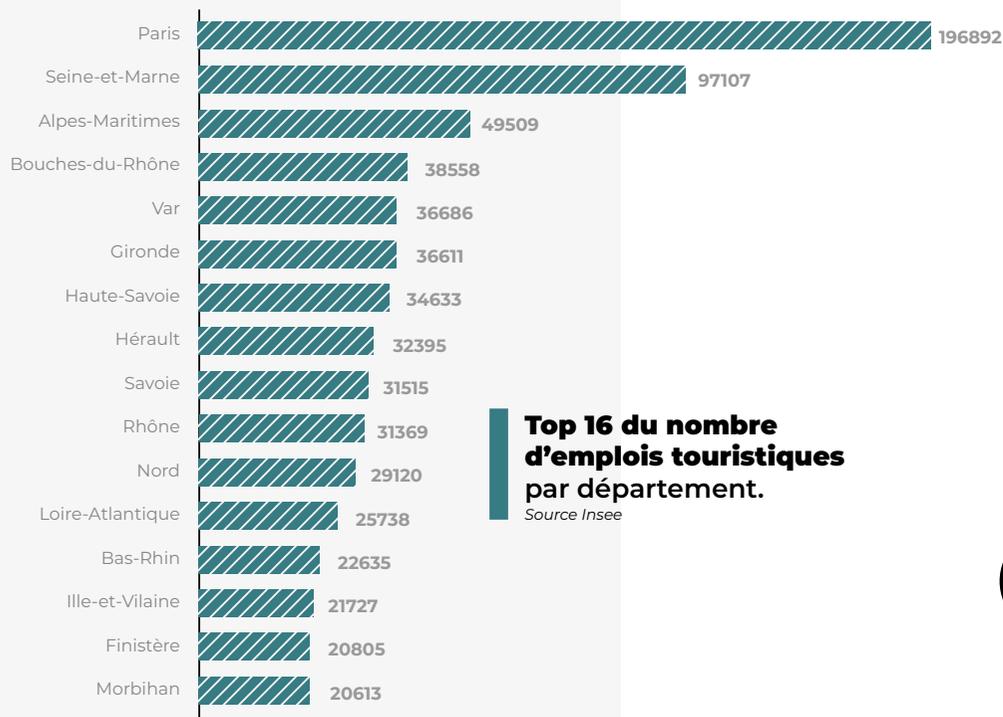


© LOIC KERFIZAN Morbihan Tourisme

RÉSOLUTION DE LA PROBLÉMATIQUE DE L'EMPLOI SAISONNIER.

16^{ème}

département en nombre d'emplois salariés touristiques



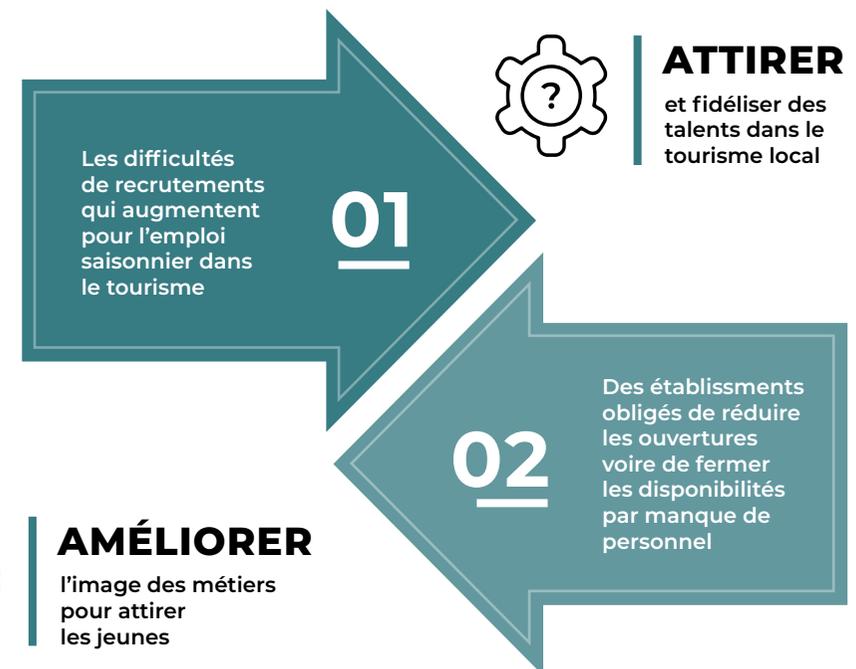
Répondre aux nouvelles exigences des salariés

Si le tourisme ne cesse d'évoluer avec les technologies, il reste un métier de services, où la relation humaine est essentielle. Près de 21 000 femmes et hommes travaillent dans la filière, soit 9% des emplois totaux du Morbihan.

Avec une difficulté majeure comparée à d'autres métiers et d'autres régions : une forte saisonnalité, qui complique la tâche des employeurs. Le Département a fait de ce sujet un axe prioritaire de sa politique touristique, alors que les tensions sur le front de l'emploi - qui étaient déjà vives - se sont encore accentuées depuis la crise sanitaire. Certes, depuis trois ans, les professionnels

ont revalorisé les salaires mais au-delà de la rémunération, les saisonniers sont devenus plus rares et plus exigeants et l'on constate une certaine désaffection pour les métiers de la restauration et de l'hôtellerie.

Les conditions de travail, les horaires et le rythme de vie sont désormais des critères de choix essentiels, en particulier pour les plus jeunes qui ne souhaitent plus sacrifier leur qualité de vie. Un travail collectif, qui regroupe institutionnels et professionnels, est indispensable pour améliorer l'image du tourisme, rappeler la diversité des métiers et évolutions de carrière possibles, rendre les formations plus attractives...





RENDRE LES MÉTIERS PLUS ATTRACTIFS

« Face aux défis croissants liés au recrutement et à la rentabilité des entreprises saisonnières, il devient essentiel de trouver des solutions durables. L'UMIH appelle à une réflexion globale, tant sur le plan du logement des saisonniers que sur les conditions de travail et le volet fiscal, afin de rendre les métiers de l'hôtellerie-restauration plus attractifs ».

Bruno Kerdal, Président de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie



LE LOGEMENT, enjeu majeur pour les saisonniers

Le Département souhaite notamment accompagner les initiatives favorisant la rencontre entre l'offre et la demande, comme les jobs dating ou les portes ouvertes.

- En parallèle, il est indispensable de travailler sur l'image du Morbihan et sur les marques employeurs pour fidéliser des saisonniers plus volatiles ; de mettre en place des packs sociaux incluant des facilités de transport, des conditions de travail améliorées (comme la semaine de quatre jours), des intéressements aux résultats ou des plans de formation.
- Reste un élément clé, qui exige un travail sur le long terme : celui du logement. La multiplication

des locations saisonnières sur les plateformes, en particulier dans les stations balnéaires, se fait au détriment des saisonniers, avec une raréfaction des offres et des prix qui s'envolent. Le Morbihan souhaite soutenir les initiatives et réfléchir à de nouvelles formes d'hébergement, par exemple avec l'étude d'opportunité d'ouverture des internats des collèges du département..

- Il convient également de favoriser la coordination des démarches entre EPCI et de mieux informer les candidats à l'emploi sur les initiatives déjà prises en lien avec les Syndicats professionnels UMIH et UBHPA.

Des actions concrètes pour améliorer l'accueil des saisonniers

Le Morbihan doit trouver des solutions innovantes pour offrir des logements accessibles aux saisonniers, face à la tension sur le marché du logement et la hausse des prix.

9%

des emplois totaux du département sont dans le secteur touristique.

Source : INSEE



RENFORCER LE TOURISME D'AFFAIRES SUR LA DESTINATION.

28.5
milliards d'euros
dépensés pour
les déplacements
professionnels en 2023



Le tourisme d'affaires revient en force et devrait poursuivre sur sa lancée en 2024.

(Source Cabinet EPSA)

S'adapter aux besoins des décideurs

Il fut un temps - pas si éloigné - où la Bretagne était associée uniquement aux vacances. Le prolongement de la ligne TGV jusqu'à Rennes en 2017, mettant Vannes et Lorient à trois heures de la capitale, et l'envie des entreprises - renforcée depuis le Covid - de prendre le large pour organiser leurs congrès, séminaires et team-buildings, principalement en France, ont modifié la donne.

A ce titre, le renforcement du tourisme d'affaires est l'un des enjeux du schéma de développement touristique du Morbihan. La filière est particulièrement séduisante. D'abord parce que les entreprises concentrent leurs réunions professionnelles au printemps et à l'automne, ce qui permet de mieux lisser les flux touristiques. Ensuite parce que les budgets sont importants. Un touriste d'affaires dépense en moyenne

Un touriste d'affaires dépense 2 à 3 x plus qu'un touriste de loisirs

deux à trois fois plus qu'un touriste de loisirs. Enfin, et même si le littoral demeure naturellement attractif et dispose d'importantes capacités d'accueil (82% des hébergements marchands sont implantés sur les communes ayant une façade maritime), les entreprises sont de plus en plus nombreuses à rechercher des lieux inspirants et des activités authentiques dans les terres, au plus proches des territoires et de leurs cultures.



GÉNÉRER DES FLUX TOUTE L'ANNÉE

« Les tendances actuelles privilégient des destinations accessibles, durables et à taille humaine. Le Morbihan répond parfaitement à ces critères, avec des infrastructures majeures et une large palette d'activités qui génèrent des retombées économiques significatives. En valorisant les rencontres professionnelles, on permet aux acteurs économiques locaux de travailler tout au long de l'année ».

Cédric Guillotin, Lorient Bretagne Sud Evénements et président de Morbihan Affaires



DES TABLES RONDES
QUI DÉPASSENT LES LÉGENDES

BRETAGNE®


**TOM PARIS
MORBIHAN
2023**
VRAIMENT

 morbihan-affaires.com

L'ATOUT du Club Morbihan Affaires

Le Département s'appuie déjà sur le Club Morbihan Affaires, créé il y a dix ans, pour attirer les entreprises. Il regroupe aujourd'hui 100 membres à date (bureaux des congrès, hôteliers, restaurateurs, lieux événementiels, agences...).

- Il peut également compter sur une trentaine de sites adaptés, dont ceux de Lorient et de Vannes sont les fers de lance, et qui viennent de lancer leur convention bureau. Le développement du tourisme d'affaires nécessite toutefois une promotion renforcée dans un contexte de plus en plus concurrentiel entre régions françaises.

- Il convient également de poursuivre le travail en commun pour améliorer constamment l'offre, qu'il s'agisse des lieux de réunion, des hôtels ou des activités proposées en marge des séances de travail.
- Car les entreprises sont toujours plus exigeantes. Surtout, elles souhaitent désormais inscrire leurs événements dans une démarche RSE, en privilégiant les prestataires labellisés et engagés, du palais des congrès à l'organisateur de team-building. Les acteurs de l'événementiel vont devoir adapter leurs offres en conséquence.

Renforcer la communication et améliorer l'offre MICE

Le Club Morbihan Affaires doit accentuer la montée en qualité de son offre MICE, en offrant des services personnalisés et en intégrant des engagements RSE pour répondre aux attentes des entreprises.


> 35 %
**CLIENTÈLE
D'AFFAIRES**

 en part dans la
fréquentation en
hôtellerie en Morbihan

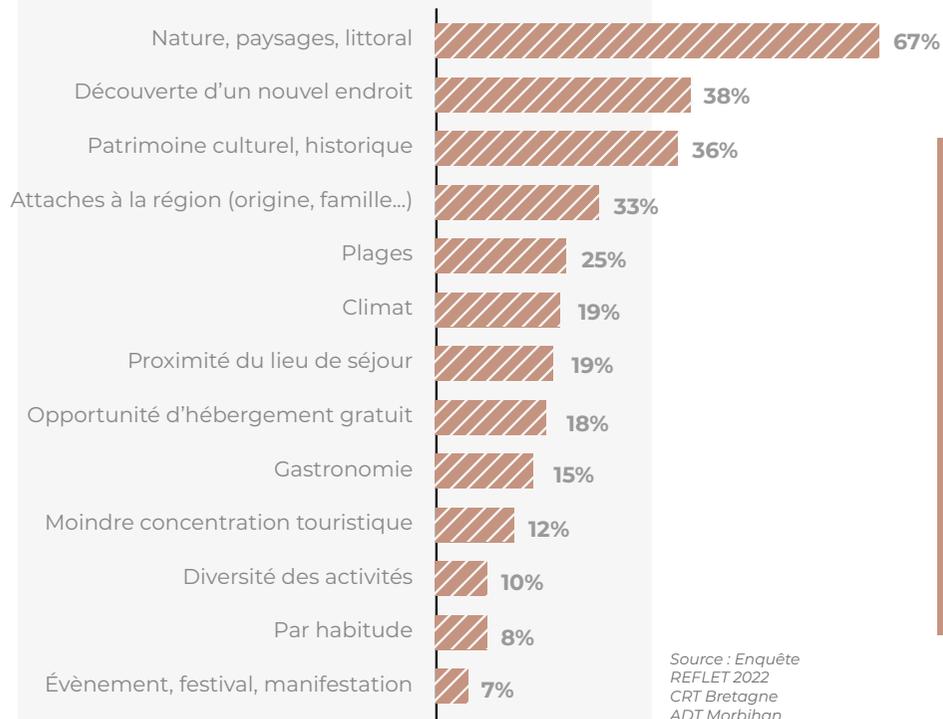
> 100
**STRUCTURES
ENGAGÉES**

 dans le réseau
Morbihan en
Affaires

VALORISER LE PATRIMOINE CULTUREL NATUREL, HISTORIQUE.

Le patrimoine naturel et culturel dans le top 3 des raisons de choix de séjour en Morbihan

des clientèles touristiques en part de séjour



Source : Enquête REFLET 2022
CRT Bretagne
ADT Morbihan

Valoriser l'offre culturelle et naturelle

Lorsqu'on les interroge sur les raisons pour lesquelles ils choisissent la Bretagne, les touristes placent le patrimoine au troisième rang. Plus largement, on estime aujourd'hui la part du tourisme culturel à 20% de l'activité touristique globale, contre 5% dans les années 80.

Avec plus d'un millier d'édifices protégés ou classés au titre des Monuments Historiques - ce qui en fait le quatrième département par le nombre, le Morbihan dispose de ressources importantes qu'il convient de valoriser ; car par le biais du tourisme, ce patrimoine est devenu un acteur important du développement économique d'un territoire. Il en va de même pour le patrimoine

naturel avec plusieurs sites singuliers majeurs, comme le Parc Naturel Régional du Golfe du Morbihan, nos Espaces Naturels Sensibles ou le Grand Site de France « Dunes Sauvages » qui s'étire de Gâvres à Quiberon. Les ambitions sont multiples : utiliser ce patrimoine culturel et naturel comme un facteur d'identité qui permet de se différencier face à d'autres destinations, et ainsi répondre à des visiteurs recherchant de plus en plus souvent des expériences porteuses de sens et de valeurs humaines, en lien avec les terroirs et leurs habitants ; et faire émerger de nouveaux sites permettant d'élargir l'offre touristique et de mieux répartir les flux de visiteurs dans le temps et l'espace.



RENFORCER L'APPROCHE QUALITATIVE DU TOURISME

« La protection et la mise en valeur du patrimoine est un moyen de proposer des expériences de visites améliorées et de renforcer l'approche qualitative du tourisme. Le projet d'inscription à l'UNESCO des mégalithes, un marqueur fort du territoire, permettra de compléter la dimension balnéaire en attirant notamment un public plus international qui dispose d'un fort pouvoir d'achat ».

Olivier Lepick, Président de Paysages de Mégalithes, maire de Carnac





© Boris Stroujko

RENFORCER la valorisation des atouts patrimoniaux du Morbihan

Il convient de mieux coordonner ces atouts patrimoniaux, notamment à travers les labels - Petites Cités de Caractère®, Villes ou Pays d'Art et d'Histoire, Communes du Patrimoine Rural de Bretagne - qui encouragent les initiatives.

- Le Département souhaite également poursuivre les efforts engagés pour l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO des mégalithes de Carnac et des rives sud du Morbihan, envisagé pour 2025. Ce projet représente une opportunité unique ; des actions seront menées pour valoriser ce patrimoine auprès des habitants et visiteurs, tout en mettant en place des outils d'observation pour anticiper et maîtriser les effets de l'inscription.
- L'affirmation de notre identité patrimoniale et culturelle passe également par la création d'un réseau d'acteurs patrimoniaux et touristiques, la valorisation de la gastronomie locale et l'harmonisation de la signalétique des sites.
- Les Domaines de Suscinio et de Kerguéhenec continueront à se développer pour renforcer leur attractivité.
- Les Espaces Naturels Sensibles bénéficieront d'actions spécifiques pour préserver leur biodiversité tout en optimisant leur fréquentation. Une stratégie d'accueil des publics et un plan de communication innovant seront déployés.

Coordonner et promouvoir l'excellence locale

Le Morbihan prépare l'inscription de Carnac et des rives sud du Morbihan à l'Unesco et mise sur la promotion de ses savoir-faire pour attirer un public international tout en préservant son identité.



© AdobeStock

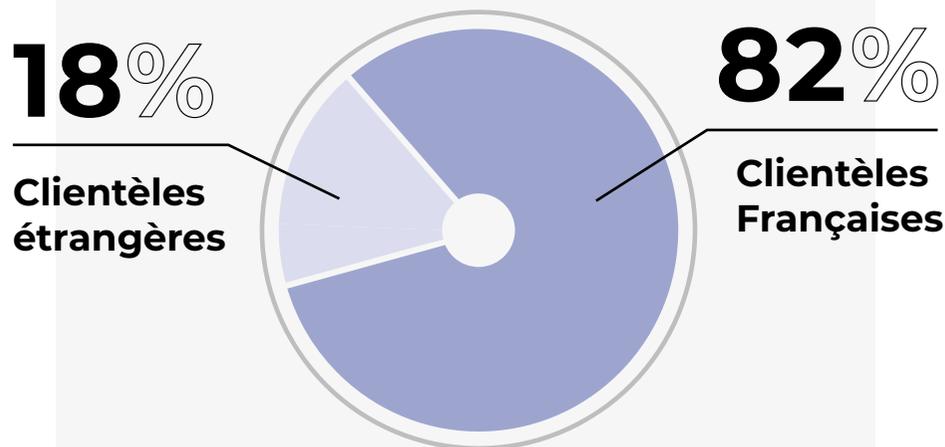


3 CHIFFRES

- 7 Petites Cités de Caractères®
- 3 villes et Pays d'Art et d'Histoire
- 10 communes du Patrimoine Rural de Bretagne

REDYNAMISER LA FRÉQUENTATION DE LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE.

Un potentiel de
croissance important !



Origine des touristes
(en % de nuitées)

Sources : Reflet 2022 - CRT Bretagne - DAT 56

Améliorer l'offre et diversifier les marchés

Le Morbihan accueille chaque année cinq millions de touristes. Ils ont généré 35,4 millions de nuitées en 2023, une fréquentation plutôt stable sur les vingt dernières années (34,7 millions de nuitées en 2003). Cette performance en fait le département le plus visité de Bretagne (34% des nuitées de la région) et le cinquième à l'échelle de la France. Si 2023 est marquée par un retour de la clientèle étrangère au niveau de 2019, cette dernière ne représente « que » 18% des nuitées, un chiffre en deçà d'autres destinations similaires.

Ainsi le Morbihan ne pointe qu'à la 77^{ème} place des départements pour la part des étrangers dans les nuitées hôtelières (11% contre 33% en

moyenne pour la France), et même au 94^{ème} rang dans les nuitées en camping (12% contre 28% pour la France). Le potentiel de croissance est donc important et dans son schéma de développement touristique, le Morbihan a fait de la redynamisation de la clientèle étrangère une de ses priorités, en ciblant notamment ses principaux marchés européens : Angleterre et Irlande (22% des nuitées étrangères), Allemagne (18%), Belgique et Luxembourg (13%) ou Pays-Bas (9,5%). Ces touristes arrivent pour l'essentiel en voiture mais également par bateau et train, plus rarement par avion via notamment l'aéroport de Rennes connecté à Londres, Dublin, Francfort ou Amsterdam.



Dépense
/ jour / personne
(en €)



Durée
moyenne de séjour
(en nuitée)



Nombre
de personnes
(par séjour)



Budget
moyen
(en €)

Clientèle française en Morbihan	44	5.3	3.4	744
Clientèle étrangère en Morbihan	71	7.9	3.1	1747

Source : Enquête REFLET 2022 - CRT Bretagne - ADT Morbihan



CAPITALISER SUR L'IMAGE DE DESTINATION AUTHENTIQUE

« Les clientèles étrangères contribuent à désaisonnaliser l'activité touristique. Il faut adapter davantage notre offre à leurs attentes spécifiques, renforcer notre communication auprès d'elles. L'accent doit être mis sur la promotion d'expériences authentiques, la valorisation de la nature préservée et la mise en avant de notre offre bien-être, tout en améliorant l'accessibilité ».

Anne-Sophie Gali, directrice générale du Sofitel Quiberon



UNE CLIENTÈLE à fort pouvoir d'achat

Cette stratégie répond à plusieurs objectifs. Tout d'abord lisser la fréquentation, avec des vacances scolaires qui varient d'un pays à l'autre.

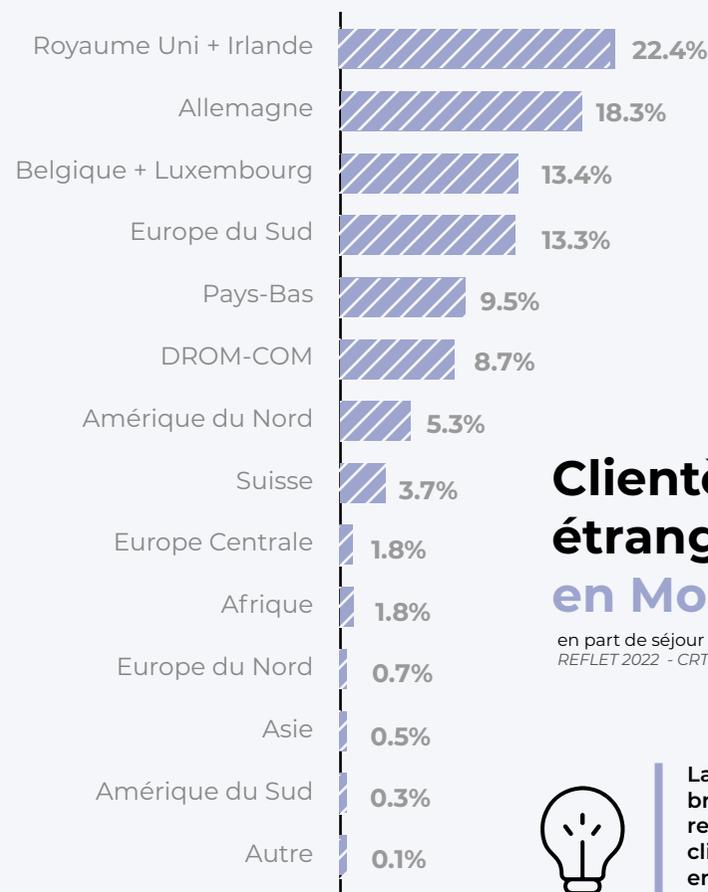
- Ainsi, les Britanniques font une pause à la fin du mois de mai. Par ailleurs, la clientèle étrangère dispose d'un pouvoir d'achat plus important. Elle séjourne en moyenne 7,9 jours dans le département, contre 5,3 jours pour les Français. Et elle dépense 71 € par jour et par personne (44 € pour les Français).
- Par-delà une politique de promotion renforcée, l'amélioration de la communication en anglais, sur

les territoires comme dans les hôtels/restaurants et chez les organisateurs d'activités, est essentielle.

- Il convient également d'adapter l'offre aux attentes d'une clientèle exigeante. Sensible aux labels et aux critères du durabilité, elle privilégie les établissements haut de gamme et pratique davantage le vélo. Elle souhaite également goûter à la gastronomie et apprécie la culture locale.
- A ce titre, le projet d'inscription des mégalithes de Carnac et des rives sud du Morbihan au patrimoine mondial de l'Unesco constitue une opportunité exceptionnelle.

Attirer une clientèle internationale exigeante

Cibler une clientèle étrangère à fort pouvoir d'achat nécessite une offre haut de gamme, alliant confort, durabilité et découverte locale.



Clientèle étrangère en Morbihan

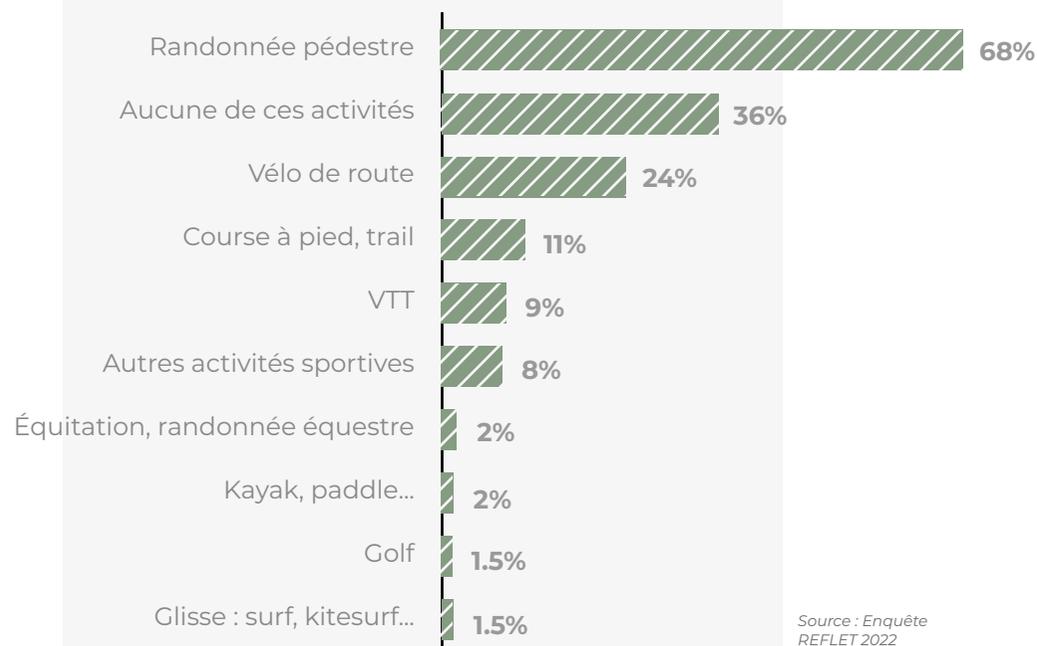
en part de séjour - Source : Enquête REFLET 2022 - CRT Bretagne - ADT Morbihan



La clientèle britannique reste la première clientèle étrangère en Morbihan talonnée par les Allemands.

FAIRE DU MORBIHAN UNE DESTINATION DE PLEINE NATURE.

Activités sportives pratiquées durant le séjour en Morbihan



Source : Enquête
REFLET 2022
CRT Bretagne
ADT Morbihan

Développer les activités de pleine nature

Le Morbihan souhaite se positionner dans les prochaines années comme une destination majeure pour les « activités de pleine nature » et répondre à la demande croissante pour des expériences différentes, ancrées dans les terroirs. Les visiteurs sont en effet de plus en plus nombreux à rechercher des destinations offrant des espaces préservés, des lieux propices au ressourcement et au bien-être, avec une forte envie de prendre du temps pour soi. Il s'agit également de favoriser le développement d'un tourisme plus durable, avec une meilleure répartition des flux sur l'ensemble du département. Dans le détail, la randonnée pédestre demeure

l'activité la plus pratiquée lors d'un séjour touristique, devant le vélo de route. A noter une percée pour des activités plus « extrêmes », telles que le VTT ou le trail. Une coordination renforcée entre les organismes territoriaux et les professionnels du tourisme est indispensable, afin de développer de nouvelles offres de loisirs en lien avec l'identité de chaque territoire. Il convient également d'appuyer et mettre en avant les efforts déjà réalisés par les territoires et les associations. Ainsi, le Morbihan compte déjà une centaine de circuits VTT et Gravel, et une offre riche d'activités nautiques sur le littoral, les plans d'eau douce et les cours d'eau.



3 personnes sur 4
âgées de plus de 15 ans,
déclarent pratiquer
des activités sportives
dans la nature

soit plus de
> 34
MILLIONS
de pratiquants





ENSEMBLE, POUR DIVERSIFIER L'OFFRE

Le sport de pleine nature prend une place grandissante. Les visiteurs sont en quête d'activités variées et immersives, souhaitent randonner, faire du vélo, naviguer... Nous devons travailler ensemble, à l'échelle du département, pour diversifier notre offre, en pensant à l'hébergement mais aussi aux loisirs et à la culture. Avec une offre diversifiée, nous pourrions valoriser la Bretagne intérieure !

**Sylvette Le Strat, maire de Gueltas
et présidente de l'office de tourisme de Pontivy**



© A. Le Strat

La force d'un territoire aux richesses variées

Par ailleurs, ce travail implique de poursuivre la mise en valeur du territoire naturel, aux richesses variées.

- La Véloroute V5 ou V45, qui reliera à terme Roscoff à Saint-Nazaire, en longeant la côte morbihannaise, poursuit son chemin. Les différents tronçons permettant de découvrir l'intégralité de la côte à vélo sont pratiquement achevés. La Vélodyssée, qui permet de profiter des beautés intérieures de la Bretagne, doit également être davantage valorisée.
- Plus largement, les quinze stations vertes du Morbihan peuvent servir de soutien pour structurer une offre d'activités dans les territoires intérieurs, avec de nouvelles expériences en lien avec le patrimoine naturel et l'identité culturelle.
- Le Morbihan regorge de trésors naturels qui en font un terrain de jeu idéal pour les sports de pleine nature. Parmi ses richesses, on peut citer le pays du Roi Morvan, avec ses vastes étendues boisées et la rivière du Scorff, véritables invitations à l'exploration. Le Blavet, colonne vertébrale pour développer des activités dans les communes intérieures, avec une découverte en bateau ou à vélo sur les chemins de halage. La légendaire forêt de Brocéliande, les vastes Landes de Lanvaux et le lac de Guerlédan offrent également un cadre exceptionnel pour des pratiques sportives et de loisirs, attirant déjà de nombreux amateurs d'aventure et de nature. Ces lieux emblématiques possèdent encore un potentiel considérable pour répondre aux attentes croissantes d'un public toujours plus friand de nouvelles expériences en plein air.

Mettre en valeur les trésors naturels du Morbihan

Véloroutes, stations vertes et sites emblématiques offrent un potentiel exceptionnel pour les activités de pleine nature en Morbihan.



© Simon BOURDÉ - Morbihan Tourisme



**15 STATIONS
VERTES**
En Morbihan

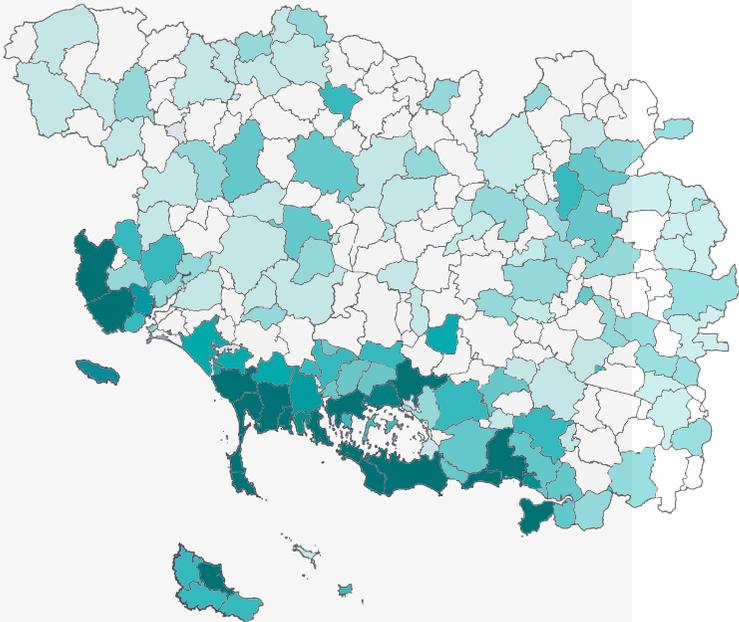


68% DE TOURISTES
pratiquent
la randonnée pendant
leur séjour

MODERNISER LES OUTILS TOURISTIQUES

Pour mieux répondre aux aspirations des clientèles d'aujourd'hui et de demain

82%
des capacités d'accueil
sur le littoral



Modernisation : rendre l'offre plus attrayante

Les acteurs de l'hospitalité sont essentiels à l'attractivité touristique d'un territoire. Après avoir modernisé leurs établissements pour répondre aux aspirations de voyageurs souhaitant des expériences plus personnalisées et plus authentiques, mais également pour mieux s'ancrer dans les territoires en s'appuyant sur leurs valeurs, ils travaillent désormais à gommer les frontières. Frontières entre les clientèles à l'heure où le télétravail se mêle aux vacances, obligeant à repenser les espaces ; frontières entre les métiers avec des campings et résidences de tourisme qui reprennent les codes de l'hôtellerie traditionnelle, multipliant les restaurants, piscines et spas, et des hôtels qui développent des hébergements insolites.

Alors que chaque projet doit parallèlement s'inscrire dans une démarche durable et responsable, ces hybridations peuvent être

une chance pour les territoires qui souhaitent diversifier leurs clientèles et mieux répartir les flux, dans le temps et dans l'espace. Mais elles exigent des moyens, pour réfléchir aux nouveaux besoins et concepts, et pour engager des travaux parfois importants. C'est dans ce contexte que le Morbihan entend soutenir les porteurs de projets et les investissements touristiques, tout en les aidant à réussir la transition écologique.

L'ADT, en lien avec les partenaires du territoire et le Conseil départemental a donc lancé une action ambitieuse visant à encourager la reprise d'établissements touristiques vacants, comme des campings ou des hôtels, l'implantation de projets dans des friches ou encore la réhabilitation de sites patrimoniaux d'exceptions tels que des châteaux, manoirs et anciennes abbayes, en particulier dans les territoires en manque d'offres touristiques.



UNE OFFRE HAUT DE GAMME À DÉVELOPPER

« Une opportunité, un coup de cœur, une clientèle qui évolue vers le haut de gamme participent au choix de notre développement dans le département. La candidature des mégalithes de Carnac et des rives sud du Morbihan au patrimoine de l'Unesco a encore renforcé notre conviction, avec l'acquisition d'un nouvel hôtel à Carnac, notre troisième dans le Morbihan ».

Johan et Stéphanie Dubourdieu,
directeurs Pôle Morbihan Beautiful Life Hotels





© Domaine de Locquénec - Christophe Le Potier

Rénover, diversifier, attirer : renouveler l'offre touristique

Le Morbihan se mobilise pour moderniser son offre touristique, en soutenant des projets innovants et en réhabilitant des sites à potentiel. Cette dynamique vise à attirer de nouveaux investissements tout en respectant les enjeux écologiques et à s'adapter aux nouvelles attentes des voyageurs.

POURQUOI

soutenir la modernisation des outils touristiques



© Cohen David Emmanuel - célique et Spa - BL hotels - Carma

Ne pas laisser un établissement vacant



Anticiper les fermetures, les départs à la retraite... tous les changements de propriétaires.

Accueillir de nouveaux projets d'hébergements ou de loisirs



Se différencier d'autres territoires, **être précurseur.**

Maintenir une offre attractive



Important de **ne pas se reposer sur ses acquis** : aujourd'hui, le Morbihan est attractif, le sera-t-il encore demain ?

Répondre aux attentes et besoins des clientèles actuelles



Et donc en **capturer de nouvelles !**

Favoriser un équilibre territorial



Rural VS urbain par exemple.

Accroître les retombées économiques

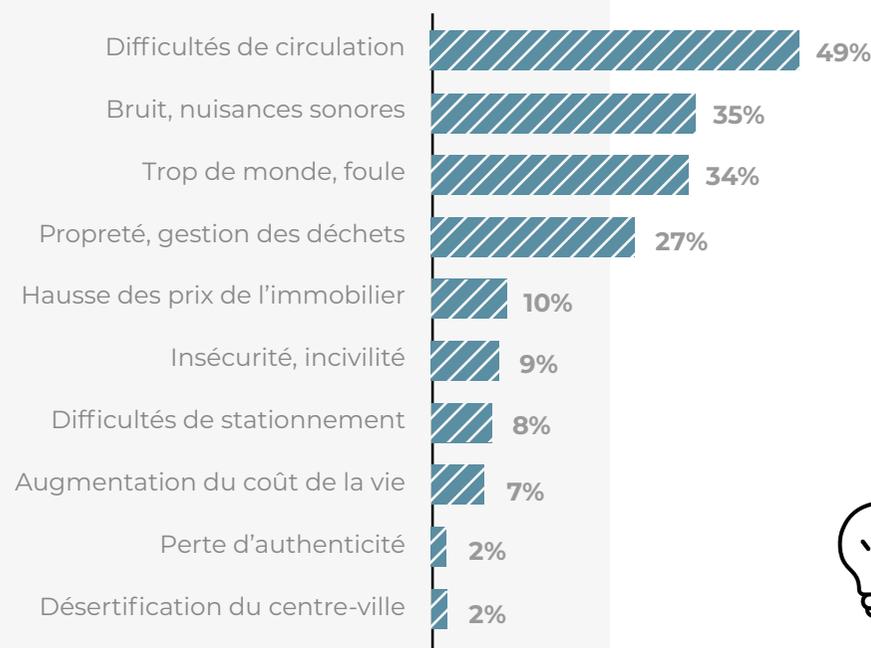


Créations d'emplois, consommation locale, (re)**dynamisation** des territoires moins identifiés aujourd'hui.

AMÉLIORER L'ACCEPTATION DU TOURISME.

Des nuisances concentrées dans le temps

Difficultés de circulation, bruits/nuisances sonores et foule, trio de nuisances perçues



Source :
Tci Research
ADT Morbihan

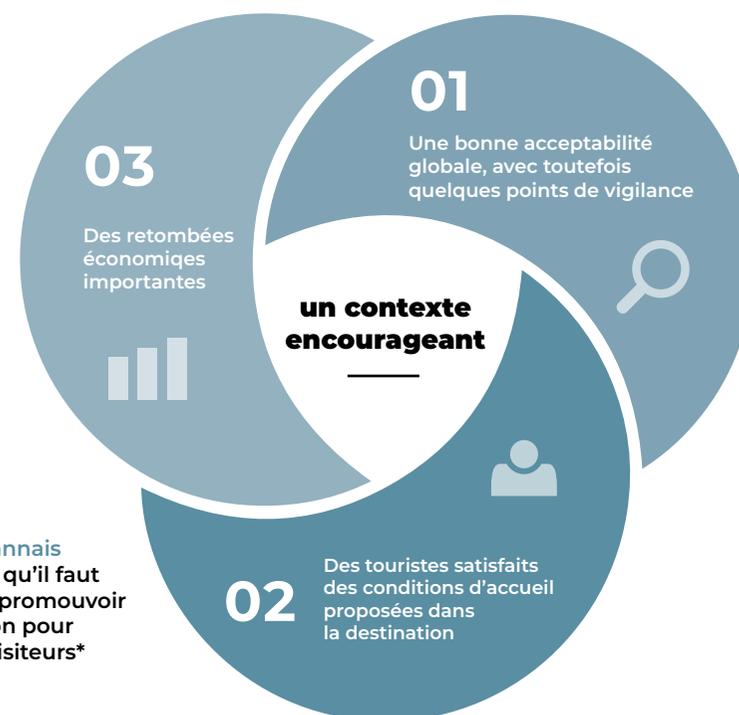


74 %
des Morbihannais
considèrent qu'il faut
continuer à promouvoir
la destination pour
attirer des visiteurs*

Fréquentation : mieux faire accepter le tourisme

Venise ou Dubrovnik à l'étranger, le Mont-Saint-Michel ou Etretat en France... Inconnu il y a quelques années, le terme « surtourisme » fait désormais les choux-gras des médias. Le phénomène se limite à quelques sites et à des périodes précises. Pour autant, alors que le ressenti d'une possible surfréquentation sur la zone littorale du Morbihan est parfois exprimé, il devient indispensable de se poser la question de la juste place du tourisme. Dans les faits, la grande majorité des habitants considère que le tourisme est positif, en permettant la mise en valeur du patrimoine, en boostant l'économie et en favorisant le développement d'activités culturelles et de loisirs.

La part des « tourismophobes » se limite à 7% de la population. Les difficultés sont plus particulièrement exprimées par les habitants installés en bord de mer, qui évoquent une sensation de foule, des difficultés de circulation ou des nuisances sonores. Pour autant, l'impact des visiteurs - sur la qualité de vie ou les espaces naturels sensibles - doit être davantage pris en considération pour éviter que cette tourismophobie ne progresse. Il convient tout d'abord d'objectiver la réalité à partir des données récoltées par l'observatoire départemental du tourisme, et par une communication renforcée pour tordre le coup à quelques idées reçues.



*Chiffres issus de
l'étude Tci Research
- ADT Morbihan,
consultable sur
l'espace pro de
Morbihan Tourisme.



LES HABITANTS SONT LES PREMIERS AMBASSADEURS

« L'acceptation du tourisme est essentielle car les habitants font partie intégrante du territoire, en sont des acteurs et des visiteurs eux-mêmes. Ils sont les premiers ambassadeurs de leur région et, pour qu'ils continuent de promouvoir leur cadre de vie, il est crucial qu'ils s'y sentent bien et bénéficient d'une qualité de vie satisfaisante ».

Nadine Pélerin, Vice-Présidente au tourisme de Golfe du Morbihan - Vannes agglomération



© François Le Divenah

LE POIDS CROISSANT des excursionnistes

Ainsi, la fréquentation est relativement stable depuis vingt ans. En revanche, la dynamique démographique est forte.

- Fort de sa qualité de vie, le Morbihan a gagné 150 000 habitants en trente ans, qui apprécient de découvrir les richesses culturelles et naturelles de leur département. Il faut y ajouter les excursionnistes, ces visiteurs de quelques heures venus de toute la Bretagne. Entre 2019 et 2022, ils ont progressé de 28%. Boosté par le Covid qui a poussé les populations à voyager près de chez elles et encouragé par les pouvoirs publics, ce

tourisme de proximité participe au ressenti de « surtourisme ».

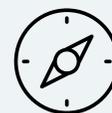
- Plusieurs leviers peuvent être actionnés dans les prochaines années. Gestion des flux dans le temps pour amortir les pics de fréquentation, développement d'une offre touristique dans les territoires moins fréquentés pour une meilleure répartition des visiteurs et implication des populations dans les projets doivent permettre de continuer à accueillir les visiteurs dans de bonnes conditions tout en améliorant leur acceptation par les habitants, pour un tourisme profitable à chacun.

Optimiser l'accueil et impliquer les habitants

Le Morbihan, dépendant du tourisme, œuvre à diversifier l'offre et impliquer les habitants pour un développement harmonieux.



© Loïc KERSUZAN Morbihan Tourisme



90 %

DES MORBIHANNAIS

se disent fiers de voir des touristes visiter le département*

SOUTENIR LES GRANDS ÉVÉNEMENTS.

Le Département soutient l'accueil
et l'organisation de grands événements

7,75

**millions de participants
aux grands événements
en France en 2023**

Après deux années de crise sanitaire difficiles pour le secteur, le nombre de participants aux cent plus grands événements de France métropolitaine est ainsi passé de 7,39 millions en 2022 à 7,75 millions en 2023

(Source Cabinet EPSA)

Valoriser et soutenir la filière

Pour son édition 2024, le Festival Interceltique de Lorient a attiré 650 000 visiteurs. Il a par ailleurs bénéficié d'une exposition médiatique exceptionnelle, avec la diffusion sur France 3 de la Grande Parade des Nations Celtes et du spectacle nocturne Horizons Celtiques. Événement phare de l'été dans le Morbihan depuis plus de 50 ans, le FIL - comme disent les initiés - témoigne de la politique dynamique du département en matière d'accueil et d'organisation de grands événements.

Qu'ils soient sportifs ou culturels, ils remplissent diverses missions. Ils jouent un rôle majeur dans le rayonnement d'une destination ; contribuent à attirer les visiteurs

dans des régions moins fréquentées, comme le festival de la photo de La Gacilly ou le festival L'Art dans les Chapelles dans la vallée du Blavet et autour de Pontivy ; et ils permettent de mieux lisser la fréquentation au fil de l'année, à l'instar de la Semaine du Golfe du Morbihan dont la prochaine édition se tiendra du 26 mai au 1er juin 2025. Ces événements font également vivre un écosystème (agences événementielles, prestataires techniques...) et rejaillissent sur l'économie locale (hôtels, commerces). Ainsi, selon une étude réalisée par l'agence d'urbanisme et de développement économique du Pays de Lorient, l'édition 2023 du FIL s'est traduite par 35,6 M€ de retombées.



DES ÉVÉNEMENTS POUR LES TOURISTES & LES HABITANTS

« Les grands événements sont de véritables marqueurs territoriaux qui renforcent la notoriété d'un lieu. Ils offrent des moments d'animation et de partage, enrichissant ainsi la vie quotidienne des habitants et renforçant les liens avec les visiteurs. Leurs importantes retombées économiques profitent directement à la population, permettant de mettre en avant les qualités du territoire en renforçant la dynamique d'amélioration de la qualité de vie ».

Thierry Verneuil,
Président du Directoire de la Semaine
du Golfe du Morbihan





Pour des événements PLUS DURABLES

Le Morbihan souhaite continuer à valoriser ces grands événements qui, par-delà attirer les visiteurs, offrent des moments d'animation et de partage pour les habitants.

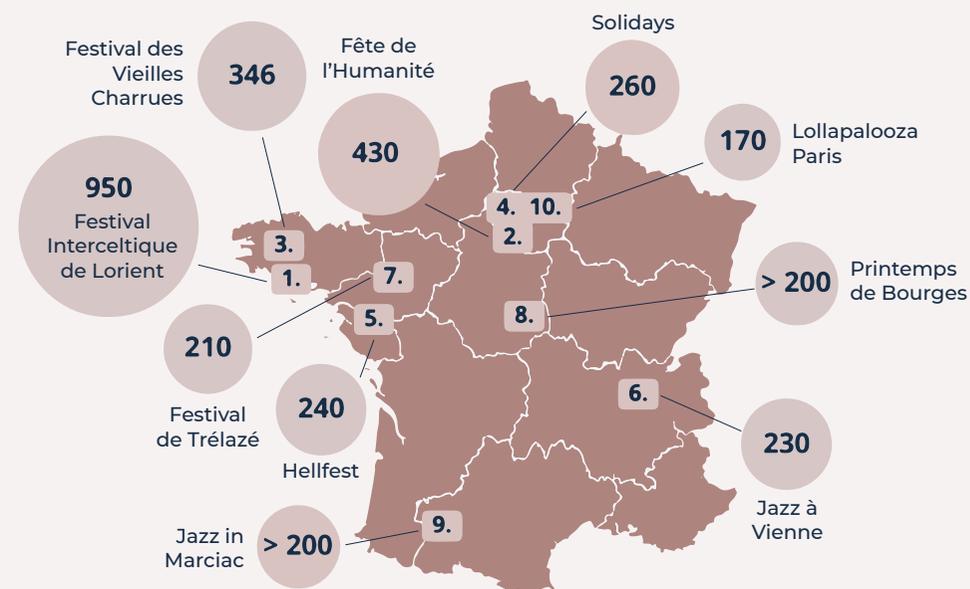
- Ces rendez-vous emblématiques sont aussi l'occasion de mettre en lumière l'identité culturelle et naturelle du territoire. En mobilisant les acteurs locaux, ils permettent de créer un élan collectif, tout en renforçant l'attractivité et le rayonnement du département. Ces événements sont des vitrines de savoir-faire et d'initiatives qui peuvent inspirer des pratiques plus responsables..

- Par ailleurs, il est impératif de soutenir une démarche de durabilité, dans le souci de répondre aux aspirations de visiteurs plus exigeants mais aussi des territoires soucieux de protéger leur environnement et la qualité de vie de leurs habitants. Les pistes de progrès sont nombreuses et doivent guider les décisions futures, depuis la mise en place d'offres de transport décarbonées pour faire venir participants et visiteurs jusqu'à la gestion des déchets en passant par l'utilisation de matériaux recyclables.

Les plus grands festivals d'été en France

Classement des plus grands festivals dans le pays en 2023 selon la fréquentation totale (en milliers).

Sources : recherches Statista



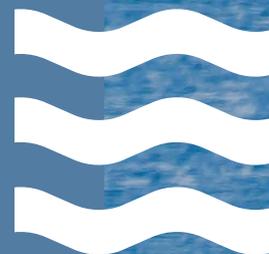
Pour le bonheur des visiteurs et la qualité de vie des habitants...

Attractivité, solidarité et transition... Tels sont les trois objectifs du nouveau schéma de développement touristique du Morbihan 2024-2028, élaboré par le Conseil départemental et son Agence du Développement du Tourisme. Le réchauffement climatique dont nous mesurons chaque jour les effets, et la crise sanitaire qui a accéléré les changements de comportement des voyageurs, remet en cause les modèles passés et obligent à se réinventer. Des mobilités douces à la modernisation de l'offre touristique, d'une meilleure gestion des flux dans le temps et l'espace au développement d'activités de pleine nature, ce schéma ambitionne de répondre aux enjeux du futur ; aux attentes des voyageurs à la recherche de nouvelles expériences en lien avec l'identité et la culture locale mais également aux besoins des territoires, conscients des importantes retombées économiques du tourisme et soucieux d'un développement durable et raisonné.

Portées par le Département et l'ADT, les collectivités sont en première ligne pour faire la promotion de leurs destinations, développer et financer des équipements structurants, créer les conditions d'accès à l'investissement.... Mais le tourisme est une économie de l'offre. Et sans acteurs privés capables d'imaginer les hébergements de demain, d'inventer les restaurants qui subliment la gastronomie locale, d'élaborer les activités culturelles ou de loisirs qui participent à l'attractivité des territoires, pas de touristes ! Pour que le Morbihan continue à faire la course en tête, la dynamique doit être collective. C'est tous ensemble - collectivités et professionnels - que nous avancerons et inventerons le tourisme demain ; un tourisme choisi et non subi, qui privilégie le mieux au plus, pour le bonheur des visiteurs et la qualité de vie des habitants...

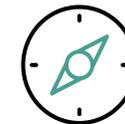
Gérard Pierre, Président de l'Agence de Développement du Tourisme du Morbihan

Soizic Perrault, Vice-Présidente au Conseil départemental en charge du tourisme



Stratégie marketing & communication

Une stratégie de communication renouvelée pour soutenir le nouveau schéma de développement touristique, renforcer l'attractivité du Morbihan et valoriser l'identité unique du département.



STRATÉGIE MARKETING ET DE COMMUNICATION.

Pour soutenir et amplifier l'ambition de son nouveau schéma de développement touristique, l'ADT du Morbihan met en place une stratégie de communication dynamique et ciblée.



Au cœur de ce dispositif : renforcer la notoriété de la destination et s'adapter aux attentes des visiteurs d'aujourd'hui. En phase avec les objectifs identifiés pour le développement touristique du département, cette stratégie de communication intègre une approche renouvelée qui s'appuie sur l'identité et l'attractivité du Morbihan, pour faire rayonner son esprit unique.

État des lieux et grandes orientations

Courant 2022, l'impératif technique de refonte du site Internet a suscité une réflexion globale sur la stratégie de communication, marketing et digitale de l'ADT. Accompagnés par l'agence Augural Strateo, les élus et professionnels du tourisme du Morbihan ont pu confronter leurs idées, enjeux et objectifs au cours de plusieurs ateliers.

En conclusion, la communication de l'ADT est efficiente mais mériterait **quelques optimisations, déclinées en 5 axes de réflexion**

01. Renforcer l'image de marque de la destination
02. Axer davantage la communication sur les courts-séjours (hors saison)
03. Prendre position sur les tendances de consommation touristique
04. Pousser l'offre tourisme d'affaires
05. Prendre la parole sur les sujets de préoccupations des professionnels du tourisme.



Quitte à dépoussiérer la communication de l'ADT, et en phase avec la nouvelle stratégie de développement du Département, l'équipe a mené de front dès 2023 la refonte de l'écosystème digital et le renouveau de l'identité graphique. Il a ainsi été proposé d'adopter le nouveau logo du Département et de le décliner dans une version tourisme : une hermine noire, trois vagues bleues et la base line « **L'esprit Sud de la Bretagne** » pour sa version grand public.



ACTIONS DE COM pour faire rayonner la destination



Des leviers off et on line sont activés chaque année et tout au long de l'année

- De janvier à décembre, l'ADT assure la promotion de la destination Morbihan via différents supports : presse (diffusion de dossiers et communiqués de presse, accueils de journalistes), réseaux sociaux (animation des communautés, campagnes de sponsoring et de notoriété), web (actualisation des sites internet, actions de référencement naturel et payant, campagnes digitales en display et sur YouTube notamment), éditions touristiques. Des campagnes annuelles sont ainsi mises en place et génèrent une

visibilité continue, pour toutes les destinations morbihannaises, de l'Armor à l'Argoat, et tout au long des quatre saisons.

- En complément, un temps fort est mis en place chaque printemps pour sensibiliser une plus large cible, via la puissance du média TV depuis 2019. Si 2024 a marqué la cinquième année de présence sur les chaînes de France Télévisions et BFM TV, la force de la campagne avait été multipliée dès 2023 avec la création de deux spots publicitaires de 15 secondes, pour gagner en puissance et en visibilité touchant ainsi plus de 141 millions de contacts sur la cible 35 ans et plus en 2023.



Les chiffres CLÉS



CAMPAGNE TV
NATIONALE

163 millions
DE CONTACTS
en 2024 sur la cible 35 ans et +



RÉSEAUX
SOCIAUX

558 998
ABONNÉS

Facebook, Instagram et X (octobre 2024)



WEB

1.4 million
DE SESSIONS
entre janvier et octobre 2024



PRESSE

3.5 millions
D'EUROS

de contre-valeur publicitaire dans la presse écrite en 2023



Agence de Développement du Tourisme du Morbihan

2 rue Louis de Broglie - 56038 Vannes

02 97 54 06 56 - developpement@morbihan.com

morbihan-pro.com

