



DINARD CÔTE D'ÉMERAUDE TOURISME

BRETAGNE ⁸⁵



RAPPORT D'ACTIVITÉS

2022

DINARD • BEAUSSAIS-SUR-MER • LANCIEUX • LA RICHARDAIS • LE MINIHIC-SUR-RANCE
PLEURTUIT • SAINT-BRIAC-SUR-MER • SAINT-LUNAIRE • TRÉMÉREUC

dinardemeraudetourisme.com

Découvrir 8 terres précieuses

UN TERRITOIRE
4 SAISONS





4

**RAPPORT MORAL
DU PRÉSIDENT**

6

**RAPPORT
D'ACTIVITÉS 2022**

13

**ACCUEIL, QUALITÉ &
DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

Accueil
Qualité
Labels et classement
AAP Nautisme
Mobilités
Data tourisme



DINARD
CÔTE D'ÉMERAUDE
TOURISME

S

SOMMAIRE

26

**COMMUNICATION
ET PROMOTION**

Les éditions
Le digital
La promotion & les actions de
communication
La presse

43

COMMERCIALISATION

Les partenaires
La boutique
La billetterie
Le service groupes
Les visites guidées

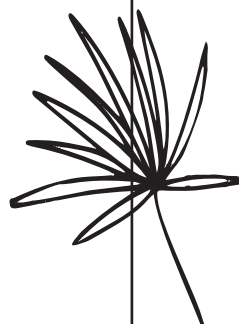
FOCUS

CHARTRE DU
VOYAGEUR
page 23



Édito

/ RAPPORT MORAL



Patrick CELTON
Président

Marie GUÉRIN
Directrice

« TOUS ENSEMBLE, NOUS SOUHAITONS FAIRE DE
DINARD CÔTE D'ÉMERAUDE TOURISME UNE
DESTINATION ÉVIDENTE, ENGAGÉE
ET INCONTOURNABLE »

Rapport Moral du Président, Patrick CELTON

2020 puis 2021 furent deux années inédites marquées par la crise sanitaire ... et malgré tout, un bilan globalement positif se dressait avec une fréquentation honorable compte-tenu du contexte et notre territoire toujours autant plébiscité et attractif ! De quoi se réjouir ...

En 2022, les week-ends électoraux, l'invasion de l'Ukraine, la montée en flèche de l'inflation, la flambée des prix des carburants, les épisodes caniculaires et la menace d'un nouveau pic épidémique début juillet étaient autant d'éléments laissant craindre une saison touristique plus compliquée que prévue. C'est tout l'inverse qui s'est produit ...

Une année 2022 avec un été surprenant marqué par des records de fréquentation. Tous les indicateurs étaient au vert

et ce, sur toute l'année. Nous réalisons aujourd'hui, avec satisfaction, que nous atteignons la première phase de notre ambition stratégique qui est celle d'un tourisme 4 saisons. Les actions de promotion ventant la richesse de nos endroits plus méconnus et des pépites incontournables à découvrir hors saison suscitent des désirs de courts séjours.

En 2023, nous allons bien entendu renforcer cette stratégie média au travers d'actions marketing de plus en plus tournées vers le développement durable. En effet, si rapprocher développement durable du tourisme et marketing pourrait paraître antinomique, comprendre les clientèles, réfléchir à une évolution de son offre et bien communiquer constituent les démarches essentielles de la mise en marché d'un tourisme responsable.

Les axes majeurs de la stratégie de l'OTI sont ceux d'un tourisme prestigieux, avec une promesse de vacances et de séjours qualifiés dans un cadre préservé et un environnement propice à la déconnexion et au ressourcement.

Faire du durable le Tourisme de Demain est un des enjeux que nous nous fixons dans notre feuille de route 2023-2025. Une autre ambition, au cœur de nos réflexions, est celle capitaliser sur la synergie humaine, de vos accompagner dans vos projets et d'étoffer notre offre de services.

2023 marque le lancement de 2 nouveaux challenges :

- La commercialisation d'offres packagées à destination des groupes et la mise en marché du tourisme d'affaires
 - Le développement du pôle ingénierie spécialisé dans la classification de l'offre, la valorisation de la filière nautisme, la mise en tourisme des mobilités douces avec la conception de circuits et le déploiement du volet observatoire.
- Nous vous accompagnons dans vos projets !

De plus, depuis le 1er Janvier 2023, la Communauté de Communes Côte d'Émeraude et Dinard Côte d'Émeraude Tourisme participent directement à la coordination et à l'animation de la Destination touristique régionale « Cap Fréhel Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel » et au pilotage des actions coordonnées à cette échelle aux côtés de Saint-Malo Agglomération, de Dinan Agglomération et de leurs offices de tourisme respectifs. Cette nouvelle mission va nous permettre de renforcer notre positionnement.

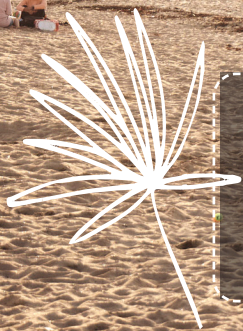
C'est grâce au soutien précieux du Conseil d'Administration, du Bureau et de la Communauté de communes Côte d'Émeraude que tous ces défis peuvent se concrétiser. N'oublions pas non plus la motivation de toute l'équipe sans qui cette évolution de l'OTI n'aurait pu être aussi significative. Une équipe passionnée et engagée que nous remercions chaleureusement ainsi que notre Directrice Marie GUÉRIN.

Enfin, mes pensées vont vers vous, Mesdames et Messieurs les Professionnels du Tourisme ... Merci pour la confiance accordée et le partage de nos enjeux pour rendre notre territoire encore plus attractif et à la hauteur de nos ambitions.

Patrick CELTON



ÉDITORIAL



Des hommes et des femmes
au service de la performance touristique

UN TERRITOIRE
4 SAISONS



INSTANCES ET CHIFFRES-CLÉS



RAPPORT
D'ACTIVITÉS

9 Communes de la Communauté de Communes Côte d'Émeraude constituent le territoire de compétence de l'Office de Tourisme Communautaire Dinard Côte d'Émeraude Tourisme créé le 1er Janvier 2017.

**DINARD - BEAUSSAIS-SUR-MER - LANCIEUX - LA RICHARDAIS -
LE MINIHC-SUR-RANCE - PLEURTUIT - SAINT-BRIAC-SUR-MER -
SAINT-LUNAIRE - TRÉMÉREUC**

Le statut associatif a été retenu par le Conseil Communautaire. Les socio-professionnels sont représentés dans les instances de décision de l'Office.

MEMBRES DE BUREAU

Le Bureau est composé de **5** membres actifs :

- 1 Président, issu du Collège des Socio-professionnels
- 1 Premier Vice-Président, issu du Collège des Élus Locaux
- 1 Second Vice-Président, issu du Collège des Socio-Professionnels
- 1 Secrétaire, issu du Collège des Élus Locaux
- 1 Trésorier, issu du Collège des Socio-professionnels

Le Bureau se réunit à chaque fois qu'il est nécessaire (sur 4 dates en 2022) et est force de proposition, de réflexion, d'étude et d'exécution pour le Conseil d'Administration.

/ Bureau



PRÉSIDENT
Patrick CELTON



1er VICE-PRÉSIDENT
Arnaud SALMON



2ème VICE-PRÉSIDENT
Jean-Luc GRIFFON



TRÉSORIÈRE
Véronique MOUCHON



SECRETAIRES
Michel PENHOUËT

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration est composé de 9 Élus représentant la Communauté de Communes Côte d'Émeraude et 10 Socio-professionnels exerçant sur territoire communautaire.

/ Collège des Socio-Professionnels



Elisabeth
ORVEILLON



Marie-Claire
BÉLIEN



Maïté
BERNARD



Stéphane
FRETAY



Thibault
DE FERRAND



Fabrice
MORIN



Bruno
VILT

/ Collège des Élus



Pascal
GUICHARD



François
GRANIER



Patricia
MARTINEAU



Hélène
SÉVIN-LE BOUHELLEC



Brigitte
SOULARY



Bruno
VOYER



Pierre
CONTIN

TRAVAILLER
ENSEMBLE

Ces 19 membres travaillent activement en collaboration étroite avec la Directrice. Il se sont réunis les 12 avril / 28 juin / 25 octobre / 14 décembre pour valider les actions prioritaires et axes stratégiques dans l'optique de renforcer l'attractivité de la destination Dinard Côte d'Émeraude auprès des marchés nationaux et internationaux.

Il y a une réelle synergie, une volonté de travailler tous ensemble afin d'impulser de la force au territoire. L'efficacité touristique collective s'appuie sur des relations privilégiées avec les acteurs touristiques.

4

Conseils d'administration

4 réunions de bureau

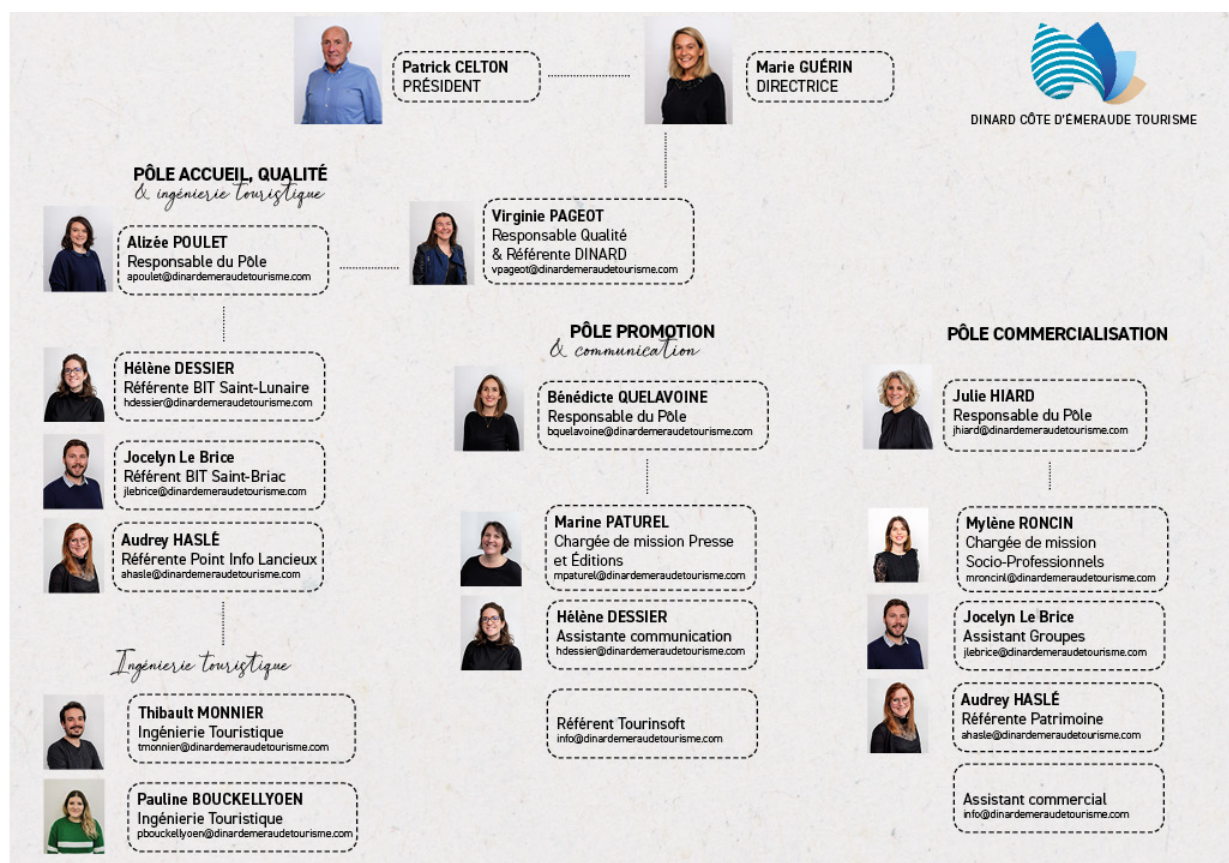
1

Assemblée générale

Présentation de nos avancements lors de bureaux communautaires

UNE ÉQUIPE DE PROFESSIONNELS

/ Organigramme



L'accueil est l'ADN de notre métier. L'engagement qualité en est le moteur. Nous sommes toutes et tous au service des clients et des professionnels du Tourisme.

L'Office de Tourisme est une structure répondant à un fonctionnement entrepreneurial. En 2024, afin de répondre aux normes de renouvellement de classement en Catégorie I, l'OTI se doit de maintenir un service d'accueil basé sur une organisation de qualité formalisée et suivie, respectant plus de 180 critères obligatoires permettant de :

Fédérer les Professionnels / Développer l'économie touristique / Gérer des flux touristiques importants nationaux et internationaux / Définir un positionnement marketing affirmé / Mettre en place une écoute clientèle / Évaluer sa performance

Le travail et les missions ont ainsi été organisés autour de 3 PÔLES :

**ACCUEIL, QUALITÉ
& INGÉNIÉRIE**

**PROMOTION
& COMMUNICATION**

COMMERCIALISATION

FOCUS

VIE DE L'OFFICE
page 25

13 ETP
5 SAISONNIERS

3 ÉLÈVES ACCUEILLIS (2 étudiants en stage + 1 élève de 3ème)

UNE ÉQUIPE DE PROFESSIONNELS

Experte du territoire

/ Développement des compétences

Les salariés suivent chaque année des formations. Depuis Octobre 2021, l'OTI Dinard Côte d'Émeraude travaille à l'élaboration d'un SADI (Schéma d'Accueil et de diffusion de l'information), un projet collectif et fédérateur, avec étude des sous-segments de clientèles et personas, état des lieux des services de l'OTI et cartographie des prestations pour un objectif de marketing de service toujours plus performant et une gestion de relation client ultra qualitative.

Malgré un plan de formations bien établi, certaines ont été reportées et/ou annulées ces dernières années. Mais ce sont tout de même 208 heures de formation en lien direct avec les thématiques de nos 3 pôles de compétence.

/ 505 partenaires !

TRAVAILLER ENSEMBLE : Tel est le vœu de l'Office de Tourisme, celui de la co-construction autour de projets communs et innovants. L'OTI a mis en place de nombreux ateliers et groupes de travail autour du numérique, de la création de contenus, du positionnement des communes dans les supports de communication etc... De toutes ces rencontres en ressortent des échanges fructueux et des partages constructifs.

FOCUS

SUR NOS
PARTENAIRES
page 46



© Renaud Photographie

Canopée à Pleurtuit & Carbone à Dinard

Extrait du
reportage photos
2022



© Renaud Photographie

LES RÉSEAUX ET PARTENAIRES INSTITUTIONNELS



RAPPORT
D'ACTIVITÉS

Comité Régional Bretagne

Le Comité régional du tourisme de Bretagne est une association loi 1901 créée en 1987 qui a pour objet principal le développement et la promotion des activités touristiques de la région Bretagne conformément aux dispositions du code du tourisme.

Il met en place les ressources, les outils, l'accompagnement et le réseau permettant de renforcer l'attractivité de la Bretagne, en tant que destination touristique durable et d'exception.

Sensation Bretagne

Ce sont 29 stations littorales de Bretagne, unies par une identité et des valeurs communes.

Elles s'associent autour d'une charte qui garantit à tous un accueil de qualité et des propositions hors des sentiers battus.

Nous nous unissons également avec ce réseau afin de mutualiser des actions de communication (communiqués de presse, salons ...).

CAD22 Côtes d'Armor Destination

L'Agence met au cœur de sa démarche la question de l'attractivité du territoire départemental et de ses acteurs, à la fois sous l'angle des projets qu'il faut susciter, accompagner et sous l'angle de la promotion qui doit s'inscrire dans la durée. Cet enjeu constitue le point cardinal de toutes ses actions.

Ile-et-Vilaine Tourisme

Les grandes missions de l'Agence de développement touristique d'Ile-et-Vilaine sont la promotion et le développement touristique du département. L'ADT assure le suivi et la coordination des opérations en liaison avec tous ses partenaires (élus, Offices de Tourisme - Syndicats d'Initiative, Chambre de Commerce et d'Industrie d'Ile-et-Vilaine, Syndicats professionnels...) et les services du Conseil départemental. Espace privilégié de la concertation et de l'information, l'ADT est investie d'une mission de service public et travaille à l'échelon départemental, en coordination avec les services du Conseil départemental, de la Région et de l'État.

OTB / Offices de Tourisme de Bretagne

La Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne en partenariat avec les acteurs du tourisme institutionnel travaillent à la structuration de l'offre accessible (label tourisme et handicap / classement / formations ...), mais également au développement des compétences et de l'emploi de manière solidaire et durable.

Véritable Relais territorial, la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne anime un réseau de 61 offices de tourisme et syndicats d'initiatives.

ADN

ADN Tourisme est née le 11 mars 2020 du regroupement des trois fédérations historiques des acteurs institutionnels du tourisme, Offices de Tourisme de France, Tourisme & Territoires et Destination Régions. En associant ainsi les représentants des trois échelons territoriaux métropolitains et ultramarins (offices de tourisme, comités départementaux et régionaux du tourisme), ADN Tourisme représente, au niveau national, les forces conjuguées de près de 1 300 structures représentant 800 millions d'euros de budget et 12 000 salariés. ADN Tourisme a pour objectif de proposer à ses adhérents une offre de services innovante et une expertise de qualité. Elle a également pour ambition de développer des partenariats forts avec l'Etat et ses opérateurs, ainsi qu'avec les acteurs privés, dans la perspective d'inscrire son action dans un tourisme innovant et respectueux des territoires.

Terres Émeraude «Destination Cap Fréhel Saint-Malo Baie du Mont Saint-Michel»

Association Loi 1901 fondée en 1997 et qui regroupe les Offices de Tourisme de Dinard Côte d'Émeraude, Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel et Dinan Cap Fréhel Tourisme.

Ce réseau s'est constitué pour mutualiser les moyens humains et financiers consacrés à la promotion de notre territoire.

TERRES ÉMERAUDE est également structure facilitatrice pour la promotion et la communication de la Destination Régionale Cap Fréhel Saint-Malo Baie du Mont Saint-Michel.

DESTINATION CAP FRÉHEL - SAINT-MALO BAIE DU MONT SAINT-MICHEL

Une des 10 destinations touristiques de Bretagne

5 EPCI / 5 Collectivités portent la Destination :

- Saint Malo Agglomération
- La Communauté de Communes Côte d'Émeraude
- Dinan Agglomération
- La Communauté de Communes Bretagne Romantique
- La Communauté de Communes du Pays de Dol et de la Baie du Mont Saint Michel.

Volonté d'élaborer une stratégie intégrée de développement touristique pour la destination de façon cohérente, efficace et complémentaire. (Cabinet ATEMIA, entreprise d'ingénierie touristique)

POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE DE LA DESTINATION

« Un territoire de prestige, façonné par une nature généreuse et enchanté par le génie humain »



LES 2 GRANDS AXES DE TRAVAIL EN 2022 :

LE NAUTISME

LA MOBILITÉ





PÔLE ACCUEIL, QUALITÉ

& ingénierie touristique

/ l'équipe



Alizée POULET
Responsable du Pôle



Virginie PAGEOT
Référente Qualité et de
l'espace d'accueil de Dinard



Jocelyn LEBRICE
Référent du BIT de
Saint-Briac-sur-Mer



Hélène DESSIER
Référente du BIT de
Saint-Lunaire



Audrey HASLÉ
Référente du BIT de
Lancieux



Mylène RONCIN
Conseillère en séjour



Marine PATUREL
Conseillère en séjour



Thibault MONNIER
Référent nautisme et
ingénierie



Pauline BOUCKELLYOEN
Référente ingénierie et
classification de l'offre

LA BRETAGNE

une destination très prisée en 2022

Après deux années impactées par la crise sanitaire, la saison 2022 a permis de renouer avec la fréquentation d'avant crise. Les projets et les voyages étaient au rendez-vous. Dès fin juin, 70 % des Français prévoient un séjour au cours de l'été (contre 61% en 2021). La Bretagne fut très plébiscitée et figurait dans le top 5 des régions envisagées.



► Balcon d'Émeraude - Saint-Briac-sur-mer

les chiffres clés

165 496
personnes accueillies

6 655
appels reçus

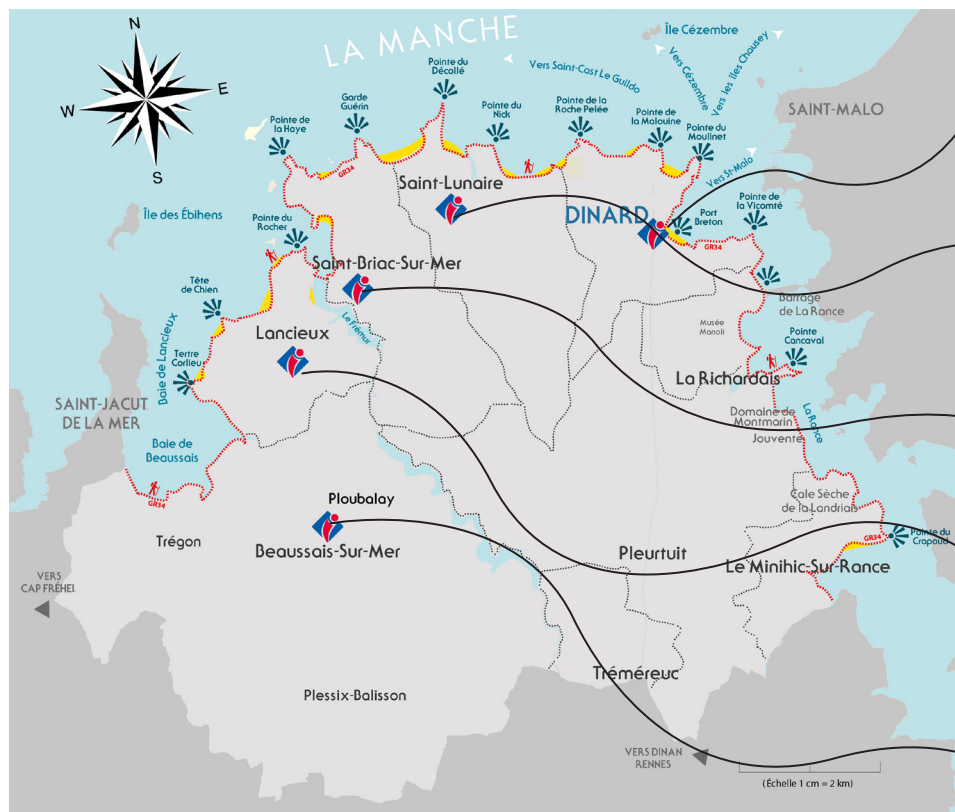
6 192
mails traités

1 326
conversations
via le Chat

1 178
courriers envoyés

L'ACCUEIL EN VIS-À-VIS - 5 ESPACES D'ACCUEIL

Au cours de l'année 2022, les Bureaux d'Information Touristique de Saint-Lunaire et de Saint-Briac sur mer ainsi que le Point Information Tourisme de Lancieux ont été dotés de compteurs afin de comptabiliser au plus juste le nombre de visiteurs.



89 723 VISITEURS

+ 20 %

305 jours d'ouverture

30 796 VISITEURS

+ 202 %

240 jours d'ouverture

28 763 VISITEURS

+ 261 %

242 jours d'ouverture

15 258 VISITEURS

+ 146 %

170 jours d'ouverture

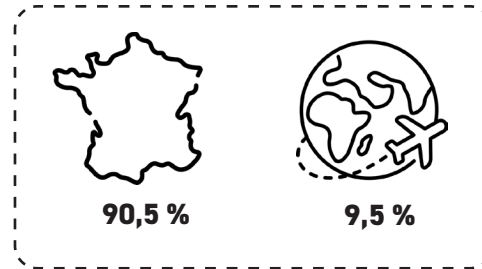
956 VISITEURS

- 28 %

66 jours d'ouverture

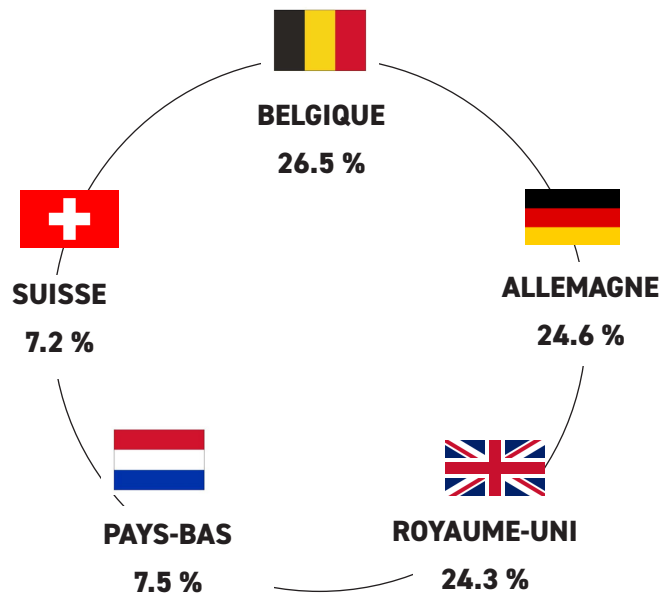
/ Origine des visiteurs

Concernant les clientèles internationales les chiffres sont proches de 2019 (année de référence). Notre territoire à attiré les Belges, les Allemands et les Anglais qui font leur retour dans le top 3 des nationalités.



RÉGIONS FRANÇAISES

Bretagne	36,8 %
Ile-de-France	32,2 %
Pays de la Loire	12,9 %
Normandie	11 %
Hauts-de-France	9,2 %
Auvergne-Rhône-Alpes	8,4 %



Concernant la fréquentation des clientèles françaises, les bretons occupent la 1ère place. Le tourisme de proximité continue de prendre de l'ampleur, renforcé par les vagues de chaleur de l'été 2022 : 24% des Français déclarent s'être rendus davantage qu'en 2021, dans un lieu de baignade proche de chez eux ou ont privilégié un climat moins chaud. (source ADN Tourisme)

Une forte demande aussi pour les découvertes patrimoniales (69%) et gastronomiques (54%). Ils confirment être en recherche de dépaysement pour trancher avec le quotidien (63%).

En ce sens, les demandes à l'accueil corroborent ces données :

- 1- Promenade et randonnée pédestre – 28,5 %
- 2- Patrimoine culturel – 18,5 %
- 3- Animations – 17,5 %
- 4- Patrimoine naturel – 13 %
- 5- Croisières, traversée en bateau 5,8 %

Dépaysement, déconnexion, découverte et enrichissement : les nouvelles aspirations des Français se confirment. 78% des Français souhaitent découvrir des paysages naturels et 68% de nouveaux endroits.



► Espace d'accueil de Lanciaux

/ Concours de dessins

Cette année l'Office de Tourisme a organisé deux concours de dessins au point information de Lancierux.

Le premier en avril, sur le thème « Le Moulin Humain ». La remise des prix s'est effectuée le vendredi 22 avril autour d'un goûter. 17 participants, chacun ayant reçu un cahier de coloriage et des bonbons.

Le second en novembre, sur le thème « Mon bateau de course » faisant écho à la Route du Rhum. La remise des prix s'est déroulée le vendredi 4 novembre autour d'un goûter. 19 participants répartis en deux catégories.

2023 : exporter le projet dans les autres stations dotées d'un Bureau d'Information Tourisme



/ Aménagement des espaces d'accueil

RENFORCEMENT SIGNALÉTIQUE

Afin de renforcer la visibilité aux abords des espaces d'accueil, une nouvelle signalétique extérieure a été désignée par le service communication. Les couleurs emblématiques des stations ont été reprises et apposées sur des flags.



► Nouvelle signalétique

AMÉNAGEMENT SAS D'ENTRÉE DINARD

Pour répondre à un axe stratégique majeur de l'OTI qui est celui d'un tourisme 4 saisons, l'équipe du pôle accueil fait vivre le sas d'entrée de Dinard et met en lumière les grands événements au travers de décorations ciblées. Les thématiques mises en avant en 2022 : L'atlas de la biodiversité, le nautisme, le Dinard Film Festival. Les projets d'aménagements prévus en 2023 tournent autour des marées, des mobilités, ...



► Festival du Film Britannique de Dinard



► Décor durant la Route du Rhum



► Exposition Atlas de la biodiversité - SAS entrée de Dinard.

LA QUALITÉ

une philosophie d'accueil



Dinard Côte d'Émeraude Tourisme est engagé dans une démarche de qualité et a obtenu la marque nationale Qualité Tourisme™ en avril 2019. Notre prochain audit complet aura lieu en avril 2024.



NOS PRINCIPAUX ENGAGEMENTS ENVERS NOS VISITEURS :

- Accueillir dans un environnement agréable et confortable,
- Être souriant, disponible et à l'écoute,
- Répondre aux attentes et faciliter l'organisation des séjours,
- Permettre d'accéder à l'information en plusieurs langues,
- Communiquer les informations essentielles même en dehors de nos heures d'ouverture.
- Proposer le conseil et la vente de billets de transports, de visites guidées, de billets de spectacle, boutique.
- Offrir un accès gratuit au Wifi,
- Prendre en compte les avis, remarques et réclamations.

► Espace d'accueil de Dinard

Ce dernier point constitue l'écoute client auquel nous portons une attention particulière. En effet, 16% des voyageurs font leur choix de destination en fonction des recommandations formulées par leurs proches, que ce soient leurs amis ou les membres de leur famille. (source : infotravel).

Le Bilan Qualité annuel permet de suivre le fonctionnement global de la structure, de faire la synthèse des indicateurs qualité et de vérifier les actions correctives.

Ce bilan d'écoute clients s'appuie sur plusieurs outils utilisés au quotidien par notre équipe :

- 1 482 questionnaires de satisfaction
- 1432 dans nos espaces d'accueils et
- 50 par mail
- Avis sur les réseaux sociaux : 11 avis

LA CATÉGORIE I

Dinard Côte d'Émeraude Tourisme a obtenu son classement en CATÉGORIE I par arrêté préfectoral le 29 avril 2019. Ce classement est valide 5 ans



Nous relevons quotidiennement les remarques orales, suggestions ou dysfonctionnements et les retranscrivons dans notre outil commun le cahier de liaison:

- 206 remarques orales
- 10 suggestions
- 20 dossiers de réclamations

Cette écoute clients nous permet de contribuer à l'amélioration continue de nos services et de nos outils. En effet, ces points de vigilance sont ensuite retranscrits aux principaux intéressés (professionnels, collectivités...) afin de mettre en place des actions correctives. La dernière réunion du Groupe Qualité de Destination s'est tenue le 14 décembre 2022. Au cours de cette réunion, un tableau d'actions correctives a été mis en place.

L'INGÉNIERIE *Touristique*

/ La mobilité

VÉLO

Sur notre territoire passe la voie verte V42, avec un compteur situé à Trémereuc. Ce compteur a dénombré en 2022, 124 504 passages (second lieu en Bretagne). Nous constatons une évolution de 3.2 % de personnes ayant emprunté cet itinéraire.

La V42 est praticable à vélo et à pied, la répartition des passages est la suivante :

49 % VÉLOS

51 % PIÉTONS

En complément de cet itinéraire cyclable et afin de répondre à une demande croissante de nos visiteurs sur leurs souhaits de pratiquer le vélo durant leur séjour, deux nouvelles boucles vélos ont été conçues à Dinard. Ces circuits viennent compléter l'offre existante des neuf circuits déjà existants. Ces derniers ont été remis à jour, repensés et des alternatives et nouvelles étapes y ont été rajoutées.

Les deux nouveaux circuits vélos à Dinard :

/ De Saint-Enogat au centre-ville
/ Du Moulinet à la Vicomté



► Saint-Briac-sur-mer

En 2023 : proposer de nouveaux circuits vélos avec des thématiques tel que le patrimoine, gastronomie ou encore produits locaux... afin d'étoffer l'offre du territoire.

RANDONNÉE

L'ensemble de nos circuits remontent sur la plateforme Cirkwi, 1er réseau social cartographique en France.

Cette plateforme recense l'ensemble des circuits de randonnées en France. Les randonneurs peuvent obtenir le tracé de chacun de nos circuits. Nous l'alimentons via notre base de données Tourinsoft.



Les chiffres clés

8221
consultations

117 952
affichages

827
téléchargements
des Traces GPX

1 022
impressions de
nos circuits.



LE TOP 3

- 1° / Circuit Émeraude Bords de Rance
- 2° / Le littoral de Saint-Briac
- 3° / Lawrence d'Arabie

L'attrait de nos visiteurs pour la pratique de la randonnée et les chemins de notre territoire nous permet de proposer une offre toujours plus variée et importante.

Ainsi 3 nouveaux circuits ont été mis en place en 2022 :

- / Le Tertre Corlieu à Lancieux
- / Grands sites et biodiversité à Saint-Lunaire
- / Les venelles à Saint-Briac sur mer



en résumé

- **2** nouveaux circuits vélo
- **11** boucles cyclables réalisées par l'OTI
- **3** nouvelles boucles de randonnées pédestres

En 2023 : élargir l'offre en proposant de nouveaux itinéraires, notamment sur les Bords de Rance et le Rétro-Littoral.

**INGÉNIERIE
TOURISTIQUE**

PLANS

Le plan est l'outil indispensable du séjour. Ainsi, pour l'année 2022, le Pôle ingénierie a procédé à une refonte des plans des stations de Saint-Lunaire, Saint-Briac-sur-mer, Lancieux en mettant l'accent sur les aspirations de nos visiteurs tels que la randonnée, le cyclotourisme ainsi que la sensibilisation à la préservation de nos espaces naturels.

5000 exemplaires pour Saint-Lunaire, Saint-Briac-sur-mer et Lancieux et pour Beausais : 500 exemplaires.



/ Le nautisme

Le Nautisme est un des secteurs porteurs de l'économie du territoire. La force de la Communauté de Communes Côte d'Émeraude est de concentrer plus de 70 acteurs sur 9 communes et dans un rayon à 13 km. De plus, le panel d'activités nautiques proposé est large et maillé entre mer et Rance.



► Plage de Longchamp - Saint-Lunaire

SENSIBILISATION DE L'ÉQUIPE D'ACCUEIL

Dans le cadre de la Destination Cap Fréhel Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel, les équipes d'accueil des Offices de Tourisme ont participé à un éductour commun, le 16 mars 2022. La thématique était la «Rance maritime et fluviale». Parmi les structures nous ayant accueilli, toutes ont un lien avec le domaine du Nautisme : Le Domaine de Montmarin, L'espace Découverte EDF du Barrage de La Rance et Dina'Vig.

Dans le cadre de la Destination Cap Fréhel Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel, les équipes d'accueil des Offices de Tourisme de Dinard Côte d'Émeraude et Dinan Cap Fréhel ont participé à une sortie conviviale organisée par Chill in Rance, partenaire de l'OTI proposant de la location de paddles, kayaks et e-foil, le 9 juin 2022.



► Eductour - Chill In Rance

L'APPEL À PROJET 2022

Comme en 2021, la Région Bretagne, dans le cadre du soutien à l'investissement touristique, a dédié une enveloppe de 200 000 € à l'investissement touristique à l'échelle de la destination Cap Fréhel Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel. Les cinq EPCI qui la composent, et leurs Offices de Tourisme respectifs, ont décidé d'encourager le secteur du Nautisme et les activités de loisirs qui y sont affiliés. Cette aide pouvait représenter jusqu'à 50 % de l'investissement nécessaire à chaque projet, pour un investissement minimum de 4 000 €. Chaque structure

porteuse de projet pouvait prétendre à une aide allant de 2 000 € à 10 000 €.

En 2022, 7 prestataires nautiques de la CCCE ont été sélectionnés par le jury, et une enveloppe de 48 503,92 € a été accordée à leurs projet, pour un investissement de projet de 128 070,45 €.

La Région Bretagne accompagnera donc des projets tel que l'équipement de structures, l'installation de station de recyclage des eaux de rinçage, etc.

Au cours des deux dernières années, ces aides ont eu pour trait à des aménagements favorisant le confort des usagers ou l'accessibilité des personnes en situation de handicap à des opérations d'équipement en lien avec le développement durable (récupération d'eau de pluie, etc.) ou encore à l'achat de matériel destiné aux pratiquants débutants.

ROUTE DU RHUM 2022

Dinard Côte d'Émeraude Tourisme était présent sur le village de la Route du Rhum durant toute la durée de l'évènement, aux côtés des Offices de Tourisme de Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel, Dinan Cap Fréhel Tourisme ainsi que Destination Rennes.

Lors de ces permanences, les personnels ont pu rediriger les visiteurs vers les différents événements du Village, ainsi que les renseigner sur les divers aménagements cyclables et de randonnée.



► Village de la Route du Rhum 2022 - Thibault Monnier, Référent Nautique

APÉRO PONTON

Cette action d'animation de réseau a pour vocation de fédérer les acteurs du nautisme, mais également les prescripteurs du territoire, c'est-à-dire les hébergeurs, les structures de loisirs, les restaurateurs, etc. Une date a été organisée le 16 juin 2022 au Centre Nautique de La Richardais. Ce sont près de 40 personnes qui y ont assisté. Parmi les présents, des conseillers en Séjour de l'Office de Tourisme, des hébergeurs, des prestataires nautiques, etc.



► Apéro-ponton au Centre Nautique de la Richardais

INGÉNIERIE
TOURISTIQUE



AU SEIN DE L'OFFICE DE TOURISME
COMMUNAUTAIRE

INVENTORISATION DE L'OFFRE ET CRÉATION D'UNE MATRICE INTERNE

Afin d'accompagner les Conseillers en Séjour dans leurs recherches et développer leurs connaissances de l'Offre du Territoire, le Référent Nautisme a inventorisé l'Offre du territoire de la CCCE afin de créer une matrice recensant la totalité de l'Offre de loisirs, de services,

ainsi que les différentes cales et mouillages du territoire. Cet outil interne a pour vocation de faciliter les recherches des Conseillers en Séjour, et ainsi éclairer les visiteurs quant aux diverses offres pouvant leur correspondre.



► Saint-Sieu - Lancieux

PASSEPORT NAUTIQUE

Afin d'inciter les Conseillers en Séjour à découvrir les structures nautiques, tester les activités et se familiariser avec le milieu du Nautisme. Un passeport a été attribué à chaque Conseiller en Séjour, permanent ou saisonnier, permettant de tester des activités parmi une sélection de 15 partenaires.



EDUCTOURS

En 2022, l'Office de Tourisme Dinard Côte d'Émeraude a assisté à deux éductours proposés par les compagnies suivantes :

- Bateaux Rouges – le 8 juillet 2023
- Échappée Malouine – le 20 juillet 2023

Les deux prestataires ont proposé un tour de la baie de Dinard et Saint-Malo, tout en présentant leur activité et leurs différentes prestations.

les chiffres clés

2
éductours

48 503,92 €
de subventions
accordées par la
Région Bretagne

7
prestataires
subventionnés

12
jours de présence à
la Route du Rhum

1
apéro
ponton

1
étude des
Chiffres Clés

/ Labels / classement

ACCUEIL VÉLO – MUSÉE MANOLI

Au cours du mois de juin, Dinard Côte d'Émeraude Tourisme est devenu le relais territorial pour le label accueil vélo.

Accueil Vélo est une marque nationale qui garantit un accueil et des services de qualité le long des itinéraires cyclables pour les cyclistes en itinérance.

Un établissement « Accueil Vélo » peut être :

- Un hébergement
- Un loueur de cycles
- Un réparateur de cycles
- Un restaurateur
- Un office de tourisme
- Un site touristique

Le premier établissement labellisé fut le Musée Manoli, seul établissement de loisirs labellisé de la destination. Au cours de l'été, une visite d'audit a été réalisée, attribuant le label au musée. Le pôle ingénierie a accompagné le musée dans le montage du dossier ainsi qu'à la création d'outils nécessaires à l'obtention du label.

Pour rappel, les espaces d'accueil de Dinard, Saint-Lunaire et Lancieux ont obtenu le label accueil vélo.

Vous êtes intéressés par le label accueil vélo, contactez-nous : ingenierie@dinardemeraudetourisme.com



► Attribution du label Accueil Vélo



► Atelier Manoli

CHAMBRES D'HÔTES RÉFÉRENCE

Au mois de septembre, la convention Chambre d'hôtes référence a été signée entre Offices de Tourisme de Bretagne (OTB) et Dinard Côte d'Émeraude Tourisme.

Chambre d'hôtes référence est un référentiel mis en place par Offices de Tourisme de France®, la Fédération Nationale des Offices de Tourisme.

Cette qualification est attribuée pour une durée de 5 ans. Ainsi, une chambre d'hôtes non labellisée souhaitant être partenaire de Dinard Côte d'Émeraude Tourisme doit répondre à une grille de critères minimum de confort et services (sur la base du Référentiel Bretagne). Après échanges et prise de rendez-vous, nous assurons une

visite de vérification de conformité.

- **Déjà 2 chambres d'hôtes labellisées en 2023.**

Vous êtes intéressés par une labellisation chambres d'hôtes référence, contactez-nous : ingenierie@dinardemeraudetourisme.com

► Le Clos d'Enhaut - Chambre d'hôte à Dinard

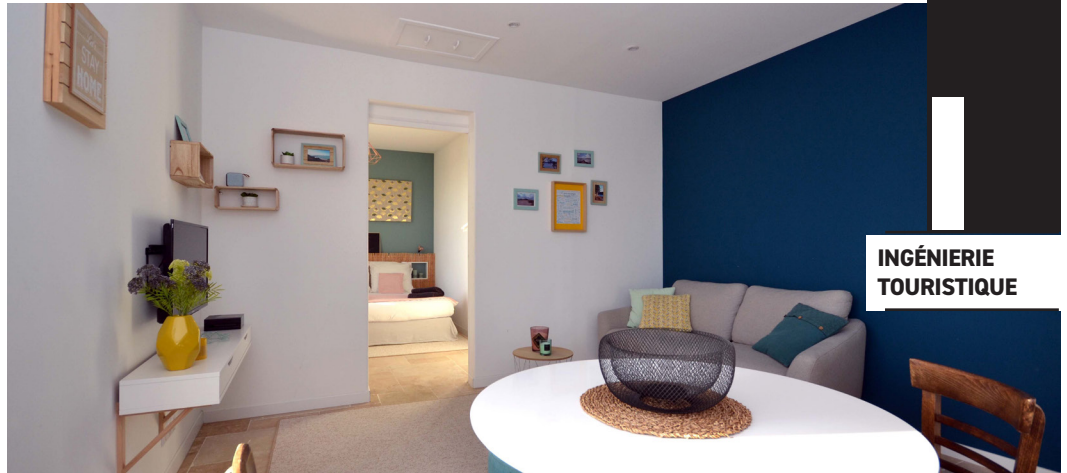


MEUBLÉS CLASSÉS

Le classement des meublés de tourisme garantit un certain niveau de qualité de prestations et favorise la lisibilité et la fiabilité de l'offre en hébergement touristique.

77 meublés de tourisme classés en 2022 dont 23 partenaires.

Notre offre d'hébergements touristiques marchands reste ainsi large, variée et qualitative.



INGÉNIERIE
TOURISTIQUE

► Côte et Rance - La Richardais

/ Tourisme Durable

OUTILS CRT

Afin de sensibiliser l'équipe dans la gestion des ressources sur son lieu de travail, nous avons installé des outils permettant d'améliorer nos gestes au quotidien.

Un tableau incitant aux modes de déplacements doux a été mis en place dans nos espaces d'accueil.



► Valorisation des mobilités douces au sein de l'équipe.



► Incitation à l'économie d'énergie dans nos locaux.

CHARTRE DU VOYAGEUR

Dinard Côte d'Émeraude Tourisme a ratifié la Charte du voyageur et s'est engagé à la diffuser sur son territoire. À l'aide de quelques recommandations habilement écrites nous sensibilisons nos visiteurs à notre environnement et les invitons à prendre soin de leur lieu de vacances.

La charte est présente sur plusieurs de nos supports de communication (Magazine, plans...) ainsi que sur des kakemonos présents dans chaque espace d'accueil.

Afin de renforcer cette sensibilisation auprès du jeune public nous avons fait imprimer certaines phrases sur des ballons 100 % biodégradables réalisés à partir d'hévéa. Un arbre à ballons est en place dans l'ensemble des espaces d'accueil, les conseillers en séjour les proposent aux enfants.



► Charte du voyageur - OTB / DCET

ATLAS DE LA BIODIVERSITÉ

Dinard Côte d'Émeraude Tourisme assiste aux comités de pilotage de l'atlas de la biodiversité. Au titre de relais territorial, certains membres de l'équipe ont participé à des groupes de travail concernant certaines actions de l'atlas : la promotion, la mise en place de l'exposition...

L'atlas de la biodiversité fut ainsi mis en avant dans nos éditions, plans et une exposition lui a été dédiée dans le SAS de Dinard au cours de l'été.

De plus, Dinard Côte d'Émeraude Tourisme a offert des lots pour le concours d'illustration (livres Tom et Lola) et Alizée fut membre du jury, remise des prix au mois de juillet.



► Exposition autour de l'Atlas de la biodiversité



► Remise des prix concours de dessin Atlas de la biodiversité

/ Observatoire

ENQUÊTE REFLET (BILAN) SITE BRETAGNE TOURISME ENQUÊTE REFLET

Durant l'année 2022, l'équipe de Dinard Côte d'Émeraude Tourisme s'est engagée auprès de la Région Bretagne pour renouveler l'enquête REFLET (Région Enquête Fréquentation Loisirs Et Tourisme).

La dernière enquête datait de 2016, une nouvelle photographie du tourisme de notre région était nécessaire compte-tenu de l'évolution des nouvelles aspirations des visiteurs. Le but est de connaître le poids des clientèles, leurs comportements, les retombées économiques... de nombreuses données qualitatives et quantitatives importantes. Sur l'ensemble de la région Bretagne, 316 points d'enquête ont été sollicités. Sur notre territoire ce fut l'Office

de Tourisme de Dinard, le BIT de Saint-Lunaire et le BIT de Saint-Briac sur mer, espaces d'accueil ouverts à l'année.

PROCESSUS :

Distribution d'un coupon aux visiteurs se rendant dans nos espaces d'accueil, participation à l'enquête (questionnaire complet sur son comportement de consommation touristique sur le territoire) avec possibilité de participer à un tirage au sort pour remporter deux séjours en Bretagne.



les chiffres clés

14
vagues d'Enquête d'une
durée de 7 jours.

2 417
mails collectés

3^{ème}
office de tourisme de
Bretagne en termes de
collectes

De même, en parallèle de ces vagues d'enquêtes, la Destination Cap Fréhel Saint Malo Baie du Mont Saint-Michel a mis en place une opération de comptage des camping-cars et vans aménagés sur certains espaces de notre territoire dans le cadre du schéma d'accueil des camping-cars.

/ Vie de l'Office

5 saisonniers sont venus renforcer l'équipe de juin à décembre.

Lucas du 6 juillet au 31 août.

Léa du 28 juin au 31 août

Pauline du 28 juin au 10 décembre

Laure du 1er juin au 15 novembre

Ambre du 1er juin au 31 août



► Le renfort saisonnier

0

VIE DE
L'OFFICE

Des stagiaires ont également été accueillis. La finalité s'inscrit dans un projet pédagogique où l'étudiant met en pratique les enseignements théoriques. Le stagiaire est accompagné et encadré par un maître de stage, très souvent la responsable du pôle de référence. Les stagiaires sont d'une aide précieuse et apportent un œil neuf.

INGÉNIERIE TOURISTIQUE :

François du 16 mai au 22 juillet

COMMUNICATION :

Juliette du 9 mai au 25 juin

2 DÉPARTS

L'année 2022 a été marquée par deux départs dans l'équipe permanente : Floriane le 10 juin et Victor le 18 juin. Nous les remercions de leur investissement au sein de l'OTI et leur souhaitons une bonne continuation.



1 NOUVELLE COLLABORATRICE

Pauline BOUCKELLYOEN a signé un CDI à l'issue de sa saison. Elle est dotée du Master 2 «Aménagement touristique et développement des destinations». Elle a donc intégré l'équipe d'accueil et d'ingénierie touristique.





PÔLE PROMOTION & Communication

Des outils au service des professionnels de notre territoire.



/ l'équipe



Bénédicte QUELAVOINE
Responsable du Pôle



Marine PATUREL
Relation presse et éditions



Hélène DESSIER
Assistante communication

/ les éditions 2022

Toujours plébiscités, nos différents guides sont déclinés pour répondre à l'offre, susciter l'envie de séjourner sur notre territoire et sont également des outils pour l'équipe d'accueil. Ce travail a été réalisé avec l'agence de communication Ekoute, avec qui nous travaillons pour la 3ème année consécutive.

Chaque année, nous les réajustons selon le positionnement stratégique et les objectifs de l'Office pour en faire la vitrine de la Côte d'Émeraude et ainsi, déclencher la consommation en termes d'hébergements, de restauration, de culture et d'activités sportives et de loisirs.

Chaque guide présente les partenaires concernés ainsi que des pages éditoriales : expérientielles, thématiques (patrimoine, shopping...), conseils écoresponsables, sites incontournables pour les primo-visiteurs et pépites plus confidentielles... Les partenaires participent à la diffusion de ces guides en les mettant à disposition des visiteurs qui les souhaitent.

11 258
Consultations
des brochures
sur notre site

Une collection déclinée



COMMUNICATION

Réalisation Ekoute & imprimés en Bretagne



Le Mag'
12 000 exemplaires



Guide Gourmand
7 000 exemplaires



Guide Hébergements
4 000 exemplaires



Corinne

Directrice Artistique
chez Ekoute



Guide Art
4 000 exemplaires



Guide Nautisme
5 000 exemplaires



Guide Réception
500 exemplaires

Réalisation des guides nautisme et réception en interne

La collection 2022 est dans la continuité de celle de 2020/2021, avec quelques améliorations telles l'ajout de QR codes pour renforcer les liens entre éditions et digital. Les couvertures ont également été revues, les illustrations ont été conçues avec la volonté d'accentuer l'idée d'un tourisme « 4 saisons », comme sur la couverture du magazine. Les entrées de rubrique ont également fait l'objet de modification, avec l'utilisation de photos et de formes organiques, fil conducteur de ces éditions 2022.



les plans touristiques

(10 000 Dinard, 5 000 Saint-Lunaire & Saint-Briac-sur-Mer, 3 000 Lancieux & Beausais-sur-Mer) et déclinés en plans de poche : 10 000 par stations et 25 000 pour Dinard.



Chaque année, nous réalisons, en interne, des guides thématiques, répondant à des demandes ciblées. Ils sont des outils indispensables pour un accueil de qualité. Ils répondent à des demandes récurrentes et de différentes cibles mais aussi à la saisonnalité des événements.

Ces guides sont offerts à la demande. On les retrouve en consultation et/ou téléchargement sur notre site internet.

PLAN DE DIFFUSION

- Au sein des 5 espaces d'accueil
- Expédiées par courrier
- Chez nos partenaires
- Sur les opérations de promotion en France et en Europe
- En téléchargement sur dinardemeraudetourisme.com

des guides en commun AVEC LES RÉSEAUX



LA CARTE DESTINATION
33 250 exemplaires

Réalisation
ISATYS

Carte unique traduite en 6 langues : français, anglais, allemand, espagnol, italien et néerlandais.



**LE MAGAZINE DESTINATION
BRETAGNE** - 1 350 exemplaires

Il est réalisé par Sensation Bretagne; réseau auquel Dinard appartient en qualité de station littorale

/ le digital - LE SITE INTERNET

Après l'obtention de la marque Qualité, le service Promotion & Communication s'est renouvelé en proposant une nouvelle interface du site internet. Le choix s'est porté sur un site totalement administrable ; favorisant des contenus adaptés aux cibles présentes sur le territoire à chaque moment donné.

Chaque année, un important travail de contenus et d'ajustements est effectué sur le site internet dinardemeraude-tourisme.com afin d'être toujours plus performant pour les visiteurs, les professionnels et les institutionnels qui utilisent notre site comme un outil de veille, d'informations ou de découvertes.

Pour se démarquer, nous nous efforçons d'apporter une valeur ajoutée à nos contenus avec des pages thématiques

en cohérence avec notre ligne stratégique et éditoriale.

Notre but étant de capter l'attention rapidement, de favoriser la lisibilité, d'inciter les lecteurs à rester sur notre site et de toujours inviter les internautes à avoir le déclic de leur prochain séjour. La valorisation d'un tourisme plus responsable et d'un territoire 4 saisons a été le fil conducteur de nos rédactions en 2022 avec la création des pages : été, hiver, automne et printemps avec la valorisation des activités, événements, hébergement et restauration tout au long de l'année.

S'y ajoutent des pages plus thématiques comme le nautisme, le vélo et la randonnée faisant la promotion d'un tourisme plus vert et répondant également à une demande en forte croissance.

les chiffres clés

1 006 006 pages vues + 15%*

280 432 visiteurs uniques + 30%*

374 439 sessions + 34%*

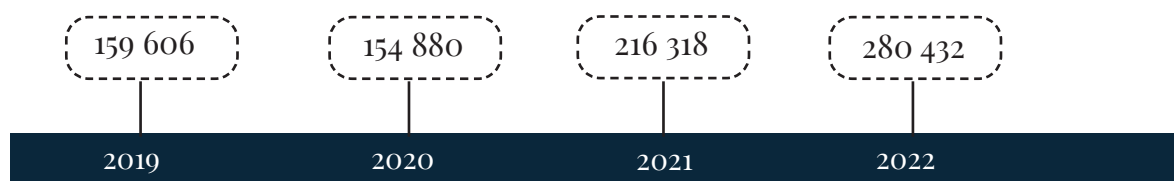
* par rapport à 2021

1 grand jeu-concours organisé par l'Office de Tourisme avec la participation de ses partenaires.

2 mini-sites dédiés à deux événements thématiques : la Saint-Valentin en février et Noël. L'occasion de mettre en avant les activités et offres de nos partenaires.

FOCUS

Jeu-concours p. xx



Zoom sur ELLOHA

Le système de réservation en ligne a été adopté début 2021 et permet aux propriétaires de meublés la réservation en ligne de leur établissement depuis notre site internet, ou sur leur propre site web via l'intégration d'un widget.

L'année 2022 a surtout fait l'objet de formation continue auprès des utilisateurs, et l'intégration de 2 nouveaux meublés. Le système a été étendu aux équipements de

loisirs. Le Musée Manoli a adopté ce système pour la réservation des ateliers créatifs.

Des réunions mensuelles sont organisées par Elloha pour nous informer des nouvelles fonctionnalités. Le CRT organise régulièrement des réunions avec l'ensemble des têtes de réseau bretonnes afin de faire remonter d'éventuelles remarques des utilisateurs.



ZOOM SUR NOS internautes

L'importance de connaître son audience est primordiale car elle permet : de déterminer si nous arrivons à attirer le trafic escompté mais aussi de comprendre le comportement des internautes. Cette analyse est importante et utile pour ajuster notre stratégie et adapter nos contenus.

En résumé, nous regardons chaque mois le nombre de visites (journalières, hebdomadaires, mensuelles, etc.), le profil des visiteurs, la durée moyenne passée sur les pages disponibles, celles le plus consultées, les mots-clés utilisés pour aboutir au résultat recherché, etc...

notre AUDIENCE

SEXE

HOMMES - 32.2 %
FEMMES - 60.8 %

ÂGES

18-24 ans - 12.89 %
25-44 ans - 42.44 %
45-64 ans - 33.25 %
+ 65 ans - 11.42 %

TOP 4

DES PAYS REPRÉSENTÉS

1/ FRANCE - 88.74 %
2/ BELGIQUE - 1.99 %
3/ ALLEMAGNE - 1.65 %
4/ ROYAUME-UNI - 1.29 %

LES PAGES LES PLUS CONSULTÉES

EN 2022

Page d'accueil	Dinard ou Dinan
Agenda	à voir, à faire
Locations de vacances	Promenade du Clair de Lune
Feux d'artifice	En famille
Marchés	Incontournables

Comment

nous ont-ils trouvé ?

ORGANIC SEARCH

[240 078 internautes]

C'est le trafic qui provient des résultats naturels des moteurs de recherche.

REFERRAL

[12 510 internautes]

Les visiteurs sont renvoyés par des liens figurant sur d'autres sites.

DIRECT

[29 073 internautes]

L'internaute est arrivé de manière directe (URL saisie dans son navigateur...)

SOCIAL

[4 064 internautes]

Les visiteurs sont renvoyés depuis les réseaux sociaux.

RETOUR SUR

Le grand jeu de Noël

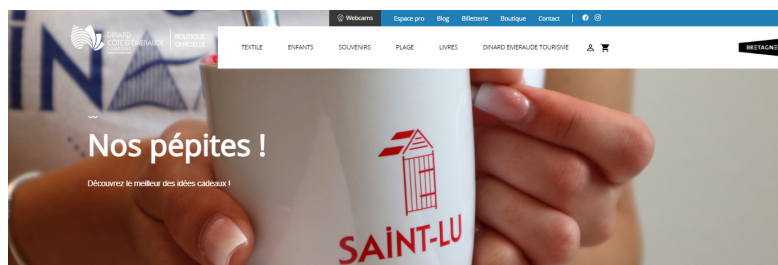


Du 15 au 23 décembre 2022

- 1 nouvelle conception graphique avec une déclinaison «responsive»
- 3 285 participants (+41% / 2021)
- 150 lots offerts
- 52 partenaires donateurs
- 1 publication sponsorisée
- 9 jours de jeu

Un beau succès pour cette 4ème édition. De nombreux partenaires ont rejoint le jeu pour la première fois cette année, ainsi qu'une Mairie de la CCCE. **MERCI** 20

/ le digital - LA BOUTIQUE EN LIGNE



45 831
visites en 2022

13
inscriptions

10
produits achetés

7
commandes effectuées

Les fiches produits ont été remises au goût du jour avec notamment de nouveaux visuels. Une série de photos a été importée et de nouveaux produits ont été ajoutés. Ce travail se poursuit en 2023 avec la révision de la SEO.

/ le digital - TOURINSOFT, BORNES TACTILES ET ÉCRANS WIDJI

Tourinsoft

L'Office de Tourisme Communautaire utilise le logiciel TOURINSOFT [Mis à disposition des Offices de Tourisme par Ille-et-Vilaine Tourisme] pour la saisie des informations (partenaires, événements, circuits vélo et pédestre, etc...), qui leur permet de remonter vers les bases de données départementale, régionale et nationale.

Ces informations remontent désormais sur les 4 bornes tactiles situées à côté des espaces d'accueil de Dinard, Saint-Lunaire, Saint-Briac-sur-Mer et Lancieux.

widji

Les espaces d'accueil possèdent tous un écran doté d'une solution Widji. Il s'agit d'une solution d'affichage dynamique. Cela permet un contrôle de nos écrans à tout moment par Internet. L'information d'urgence (annulation d'un événement, etc...) est, de ce fait, gérée de manière immédiate.

Sont affichées en permanence les informations suivantes : Nos services (boutique, billetteries,...), les informations pratiques (météo, marées, horaires,...), les événements (agenda et visites guidées) ainsi que les affiches qui nous sont envoyées par mail au format JPEG.



► Écran Widji au BIT de Saint-Briac-sur-mer

les bornes tactiles

Les bornes interactives d'information touristique : Dinard Côte d'Émeraude Tourisme offre un outil innovant et interactif qui simplifie la vie des visiteurs en synthétisant toute l'offre et les services du territoire.

Les bornes donnent accès à un plan interactif, des informations numériques accessibles 24/7, une bibliothèque de documents. My Social Box a procédé à une intégration de notre base de données touristique Tourinsoft (traitement automatisé).

**CONSULTATION
DES BORNES EN 2022**

Dinard : 9 357 fois
Saint-Lunaire : 3 403 fois
Saint-Briac-sur-mer : 3 564 fois
Lancieux : 2 786 fois

19 110 pages vues sur les bornes
141 cartes postales envoyées

/ le digital - RÉSEAUX SOCIAUX

Facebook, Instagram, Youtube



Selon un sondage d'eDreams Odigeo , 42 % des voyageurs français réservent leurs vacances en fonction du potentiel « instagrammable » d'une destination. D'après une étude de la société Schofields, 34 % des sondés français utilisent les réseaux sociaux pour s'inspirer pour leurs voyages et 51 % des « millenials » (18 - 34 ans).

Aujourd'hui, les réseaux sociaux jouent un rôle clé dans le choix de la destination. C'est pour cette raison que Dinard Côte d'Émeraude Tourisme a mis l'accent sur les réseaux et multiplié la création de contenus (vidéos, photos, articles, etc..).

Le choix éditorial est simple : séduire les visiteurs avec des photos et vidéos de grande qualité, des textes courts et précis, et des liens vers des pages dédiées pour des thèmes bien choisis (Saint-Valentin, Noël, réveillons, etc..).

LinkedIn

Ce réseau professionnel permet de développer son activité, de se forger une réputation sur le marché et de promouvoir son entreprise. Utiliser LinkedIn c'est se faire entendre et signaler sa présence.

Dinard Côte d'Émeraude Tourisme y est présent depuis fin 2019. Les informations partagées sur ce réseau sont: les actions de promotion menées par l'Office, les offres d'emploi, les nouveaux outils de communication, etc...



Nous rejoindre sur LinkedIn

NOS INDICATEURS

Les chiffres 2022

635

Abonnés

15

commentaires

782

réactions

27 735

vues

/ Comment travaillons-nous ?

La ligne éditoriale 2022 a été élaborée par le Pôle Communication. En découlent deux calendriers éditoriaux, élaborés par l'équipe digitale : un pour Instagram et un pour Facebook. Les publications sont ensuite programmées en fonction des événements, des actualités mais surtout de la saisonnalité. Ces dernières sont programmées par la Community Manager, qui assure également la modération des commentaires. En lien avec la Direction, il a été convenu que les réseaux sociaux seraient une vitrine pour le territoire. De ce fait, nous postons, dans la majorité des cas, des visuels en format HD et des vidéos, qui permettent de faire rêver l'internaute, et lui donner envie de venir passer ses futures vacances à Dinard Côte d'Émeraude.

Nous travaillons également en collaboration avec nos partenaires. Notamment au travers des jeux-concours qui permettent de faire augmenter le nombre de fans de nos partenaires et de faire parler de leurs activités.

Enfin, tous les indicateurs de nos réseaux sociaux sont répertoriés dans un tableau récapitulatif. Cela nous permet d'analyser ce qui fonctionne le mieux et le moins bien et donc d'adapter notre communication.

/ Quels indicateurs ?

Le taux d'engagement est l'un des indicateurs que nous suivons attentivement. Il s'agit du taux de personnes interagissant avec notre contenu (mentions « j'aime », commentaires, partages).

Chaque mois, ces chiffres sont regroupés dans un baromètre édité par We Like Travel.

On considère qu'un taux d'engagement est bon lorsqu'il se situe entre 1,5% et 2,5% sur Facebook et entre 3% et 5% sur Instagram.

En 2022, notre taux d'engagement moyen annuel est de 2,9% sur Facebook et de 4,6% sur Instagram.

FOCUS

sur Facebook

Facebook est le réseau social le plus utilisé en France avec près de 30 millions d'utilisateurs chaque jour (incluant Facebook et son application de messagerie instantanée Messenger).



26 000 FOLLOWERS

NOTRE AUDIENCE

63% de femmes 37% d'hommes

25,7% ont entre 45 et 54 ans.

21,5% ont entre 35 et 44 ans.

19,7% ont entre 55 et 64 ans.

Les trois villes les plus représentées sont

- Rennes
- Paris
- Saint-Malo

NOS INDICATEURS

Les chiffres 2022

1 203 844

personnes
atteintes

12 077

partages

118 698

mentions « J'aime »

6 146

clics sur un lien

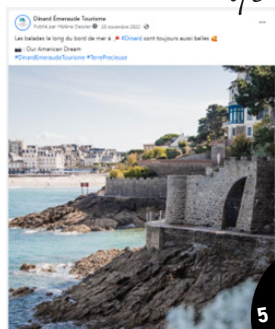
6 353

commentaires

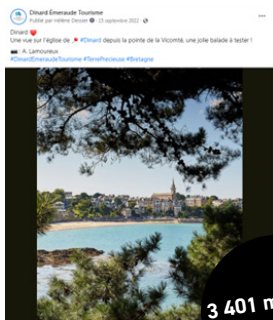
1744

nouveaux abonnés

Les publications les plus populaires de l'année



5 155 mentions
« j'aime »



3 401 mentions
« j'aime »



3 275 mentions
« j'aime »

FOCUS

sur Instagram

Instagram est de plus en plus populaire. Ce réseau social se place en troisième position auprès des Français, après Facebook et Youtube .

14 200 FOLLOWERS



NOTRE AUDIENCE

64% sont des femmes.
36% sont des hommes.

25,7% ont entre 35 et 44 ans.
25,3% ont entre 45 et 54 ans.
21,1% ont entre 25 et 34 ans.

Les trois villes les plus représentées sont Rennes, Paris et Saint-Malo.

NOS INDICATEURS

Les chiffres 2022

213 444

personnes
atteintes

110 196
mentions « J'aime »

1 611

commentaires

2 006

nouveaux abonnés

COMMUNICATION

Les publications les plus populaires de l'année



1 996 mentions
« j'aime »



1 761 mentions
« j'aime »



1 558 mentions
« j'aime »

> On nous remarque sur la toile

VISIBRAIN

Est un outil de veille des réseaux sociaux. En juillet 2022, ils nous ont cité en exemple dans le cadre du tourisme responsable :

« Été 2022 : Instagram à l'heure du tourisme responsable » / Juillet 2022

Instagram : les destinations françaises qui tirent leur épingle du jeu en matière de tourisme durable.

La page Instagram Dinard Côte d'Émeraude arrive en première position du Top 10. La région Auvergne-Rhône-Alpes et le Pays Basque complètent le podium. Une autre destination bretonne est également présente : Belle Île en Mer.

MY DESTINATION

Est une agence de communication touristique qui fait le benchmark des prises de paroles engagées mettant en lumière la solidarité, la lutte contre le réchauffement climatique, etc...

« Benchmark : tourisme responsable et réseaux sociaux » — avril 2022

Notre partenariat avec la Baroudeuse Culinaire, dans le cadre d'une campagne autour de la gastronomie locale pour Pâques, a été repéré par My Destination.

My Destination a mis en avant la démarche de consommation de produits locaux et de saison, achetés auprès de producteurs du coin.



VISIBRAIN / juillet 2022

/ L'accueil numérique

Les réseaux sociaux sont devenus une véritable source d'information pour les visiteurs. Nous répondons chaque jour aux messages et commentaires.

À noter : les messages proviennent très souvent des visiteurs déjà en séjour sur notre territoire. Ils attendent donc une réponse rapide de notre part.



En 2022, nous avons répondu à 1 326 demandes Chat !

FOCUS

LA QUALITÉ - CATÉGORIE I

Pour une demande envoyée en période d'ouverture de l'OT, la réponse est apportée en un maximum de 8 heures. Hors période d'ouverture, le délai de réponse ne peut excéder 24h.

/ le digital - LES INFLUENCEURS

4 BONNES RAISONS DE COLLABORER AVEC LES INFLUENCEURS VOYAGE

1. La création de contenus. Une personne externe aura un œil neuf, parfois plus proche de celle de nos visiteurs.

2. Accéder à un nouveau réseau. C'est sans doute une des principales raisons de collaborer avec un influenceur. Leur communauté est souvent très nichée en fonction de la passion ou sphère d'activité de l'influenceur : mode, voyage, lifestyle, mise en forme, décoration, photographie, etc.

3. Améliorer notre SEO. Un avantage dont on parle peu mais qui mérite d'être mentionné

4. Augmenter notre crédibilité et notre notoriété. Le partenariat entre la marque et l'influenceur est mis de l'avant en toute transparence. On obtient ainsi une crédibilité inégalée, contribuant au passage à une augmentation de la notoriété pour la destination.

5 accueils de blogueurs en 2022

1 vidéo «été» créée par WemProduction.

1 vidéo sur le thème de la gastronomie - Baroudeuse Culinaire

4 articles de blog optimisés SEO sur Dinard Côte d'Émeraude Tourisme.

EN QUELQUES CHIFFRES

1 vidéo «hiver» sur la destination créée par les French Wanderers.

SÉJOUR HIVERNAL AVEC

les french wanderers



Volonté de mettre en avant une idée de court séjour en hiver. Il s'agit d'une parenthèse iodée avec découverte des balades hivernales (randonnées...) mais aussi des lieux cocooning et tendance de notre territoire.



LES SAVEURS DE PÂQUES AVEC

la baroudeuse culinaire



Une campagne autour des producteurs locaux et des Chefs de notre territoire.
Mise en avant des produits circuits courts et des plats de saison ..
Intégration de l'aspect durable au travers de la recette.

1 RECETTE
1 INTERVIEW DE CHEF
1 REPORTAGE PHOTOS
1 VIDÉO

► Recette de la Baroudeuse Culinaire - Samoussas au blé noir

FOCUS

influenceurs p. xx



/ le digital - LA E-REPUTATION

L'e-réputation est la perception que les internautes se font d'une marque, d'une entreprise ou d'une personne en la recherchant sur Google. Véritable facteur de différenciation, la notoriété numérique est un ingrédient crucial dans l'image publique qu'a une société ou une personne dans le monde réel. A l'ère du digital et des réseaux sociaux, l'e-réputation devient plus que jamais un enjeu capital.

G+ GOOGLE AVIS

Google est le premier moteur de recherche utilisé en France. Celui-ci offre la possibilité aux entreprises de créer une « fiche établissement » pour communiquer les informations utiles aux internautes : coordonnées, horaires, services, etc... Les internautes peuvent y laisser leur avis suite à leur visite.

Les 4 espaces d'accueil de l'Office de Tourisme ont leur page Google sur laquelle les visiteurs peuvent laisser leurs avis ainsi qu'une note (représentée par des étoiles allant de 1 à 5). Ils ont la possibilité de rajouter un commentaire sur leur expérience-client.

LES NOTES GOOGLE :

- Dinard : 4,4/5 (455 avis au total)
- Lancieux : 4/5 (50 avis au total)
- Saint-Briac-sur-Mer : 4,4/5 (188 avis au total)
- Saint-Lunaire : 4,4/5 (93 avis au total)

TRIP ADVISOR

Dans le cadre de la démarche Qualité et pour une écoute client optimale, nous avons souhaité figurer sur un second site d'avis en ligne. Dans une étude menée en 2019, 72% des voyageurs dans le monde lisent fréquemment ou même systématiquement les avis sur Tripadvisor avant de prendre une décision sur leur choix d'hébergement ou de restaurant.

C'est pourquoi nous nous sommes tournés vers cette plateforme depuis 2021.

EN BREF :

- Une moyenne de 5/5
- 6 avis au total
- Des avis encourageants tels que :
« Excellent office de tourisme. »
« Nous avons été renseignés par des personnes sympathiques et professionnelles, qui ont su partager leurs connaissances et leur amour de cette région. »

/ Actions de promotion par Dinard Côte d'Émeraude Tourisme

UNE STRATÉGIE

L'Office de Tourisme Communautaire DINARD CÔTE D'ÉMERAUDE TOURISME assure la promotion du territoire de la Communauté de Communes Côte d'Émeraude en définissant un plan de communication et de promotion annuel. Son but, renforcer l'image et la notoriété du territoire adapté aux clientèles visées actuelles et potentielles, en cohérence avec le CRT, le réseau Sensation Bretagne et l'association Terres Émeraude. Ce plan intègre la saisonnalité des activités.

actions 2022 Les émissions télé

FOCUS

PRESSE page 42

TF1 - Week-end à ... au JT de 13 H

Diffusion le 2 avril 2022

Avec la mise en avant de : Captain Taxi / GR Insolites / Chouchenn Dragon Rouge / cahutes du Camping Port Blanc et les bons plans : Usine marémotrice et concert à Émeria.

- 6,44 millions de Français en moyenne par émission
- Durée : 20 min le samedi midi

France 3 - «Vous êtes formidable»

Diffusion le 26 septembre 2022

Pour commencer la matinée, ce magazine 100% positif, inspirant et proche de vous, vous emmène à la rencontre de personnalités bretonnes entourées de celles et ceux qui ont marqué leurs parcours et qui font vivre notre territoire. L'émission avait besoin d'un intervenant complémentaire sur le thème gastronomie/saveurs : l'OT a fait le choix de proposer une rencontre avec Stéphane Mordeles pour la Cave du Dragon Rouge

- Près de 360 000 téléspectateurs
- Du lundi au vendredi à 9h05



France 3 - «Vous êtes formidable»

Diffusion le 18 octobre 2022

Émission dédiée à Saint-Briac-sur-Mer. Envoi de rushes et de photos pour les besoins de l'émission.

- Près de 360 000 téléspectateurs
- Du lundi au vendredi à 9h05

Direct 8 - Direct Auto

Diffusion le 27 février 2023

Pour la présentation de la dernière Honda Civic Type R, nous avons été contactés afin de trouver un lieu de tournage.

Si la recherche de friches industrielles n'a pas abouti, c'est Saint-Briac-sur-mer qui servira de décor pour cette émission.

- 424 000 téléspectateurs en moyenne
- Samedi sur Direct 8 à 18h30

et influenceurs



LA BAROUDEUSE CULINAIRE



voir la vidéo

Mars 2022

Présence sur 1 journée, au marché de DINARD, à la découverte des producteurs locaux, puis à LANCIEUX, sur la plage des Briantais pour réaliser une recette avec les produits du marché. L'accueil comprenait une vidéo, une interview et une recette avec photo.

- 23 500 abonnés sur sa page Instagram.

FRENCH WANDERERS

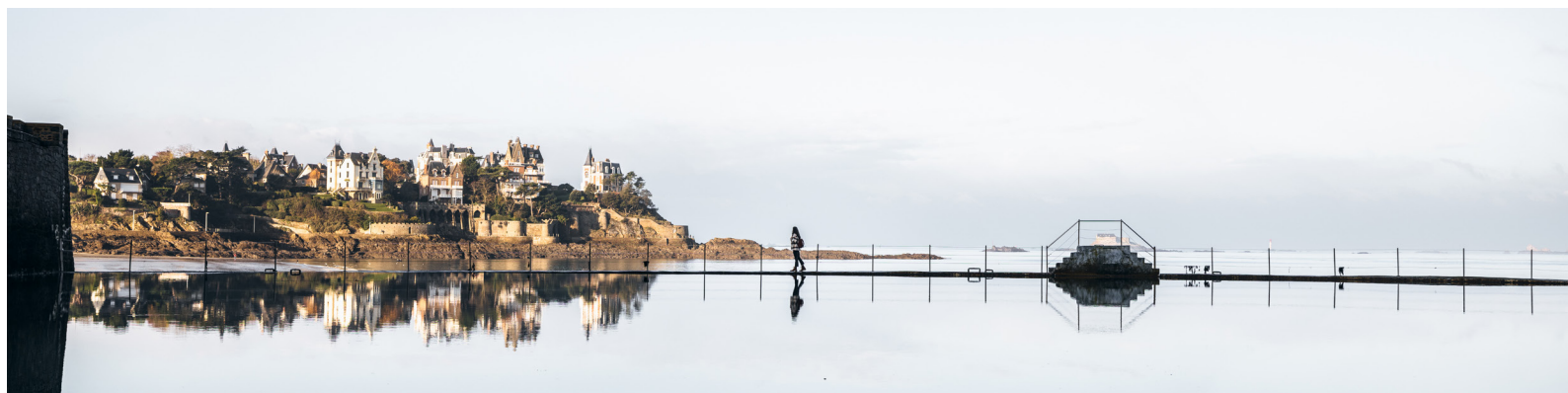


voir la vidéo

Décembre 2022

Présence sur 2 journées, une à DINARD et la seconde à SAINT-LUNAIRES & SAINT-BRIAC-S/MER. L'accueil comprenait : 3 Publications IG+ FB - 38 Stories et 30 photos.

- 20 900 abonnés sur sa page Instagram.



► Le Pool à Dinard par les French Wanderers.

les campagnes digitales

RÉALISATION D'UNE VIDÉO ÉTÉ



voir la vidéo

Fin d'été sur la côte d'Émeraude avec WemProduction

Vidéo de 2 minutes avec la mise en avant des événements et de l'ambiance festive sur la côte d'Émeraude

- 35 580 vues sur Facebook

SPOT DANS LES CINÉMAS DE RENNES

> SEMAINE 49 /

Du 30 novembre au 13 décembre 2022, un spot publicitaire d'une minute a été diffusé dans les cinémas de Rennes, avec 28 070 entrées estimées.

75 %
des spectateurs
ont mémorisé le
message
publicitaire.

Le Cinéma confère des conditions de visibilité incomparables et prestigieuses : grand écran, spectateur bien installé, sonorisation intense, etc... Le message atteint sa cible en laissant une trace mémorielle plus intense.

les campagnes Editoriales

INSERTION DANS LE JOURNAL L'ÉQUIPE



IMMERSION ÉMERAUDE



Le Office de Tourisme de Dinard Côte d'Émeraude vous propose une immersion dans le monde du tourisme local. Découvrez les activités, les lieux, les produits locaux et les services proposés sur le territoire. Cette immersion est gratuite et vous permettra de mieux connaître le territoire et de profiter pleinement de vos vacances.

À l'occasion de la Route du Rhum - Destination Guadeloupe, Dinard Côte d'Émeraude Tourisme s'est associé à L'EQUIPE et au Journal du Nautisme afin de valoriser l'ensemble de son offre sur son territoire (page 67) ! Les visiteurs pouvaient le retirer gratuitement sur le village. Scannez pour lire l'article.



LA CARTE DE VOEUX 2022

L'année s'est achevée avec la réalisation des voeux pour 2023. Dans la continuité logique des travaux de 2022, nous avons fait le choix de végétaliser nos voeux pour affirmer notre choix de communication vers un tourisme plus responsable.



INSERTIONS PUBLICITAIRES

Nous avons été sollicités par Eiffage pour la création d'un nouveau magazine sur Dinard au début du printemps 2022. Ils nous ont dédié deux pages : l'une pour faire la publicité de l'Office de Tourisme DCET et l'autre comme guide de randonnées à Dinard.

La Ville de Dinard, nous a permis de placer un encart dans le magazine du festival du film de Dinard.

Enfin les sauveteurs en mer nous sollicitent chaque année pour une insertion dans le guide d'été.



FOCUS LES BANDEAUX MAIL

Chaque mois, les signatures des collaborateurs sont mises à jour avec un visuel immersif redirigeant vers une page thématique liée à la saison ou un événement.



les campagnes radio

FRANCE BLEU ARMORIQUE - PARTENARIAT OTB

L'Office de Tourisme poursuit son partenariat avec OTB et bénéficie de créneaux de 3 minutes pendant toutes les vacances scolaires. Chaque intervention de l'OT s'accompagne d'une intervention d'un partenaire du territoire.

Vacances d'été : Courses hippiques Lancieux-Ploubalay / Big Love - Festival Dinard Opening / Exposition "Les Arts au Clair de lune" à Dinard.

Vacances de Noël : L'Aparté, boutique de décoration à Pleurtuit / Au Bouchon Breton, restaurant dinardais / Émeraude cinémas Dinard - La Richar-

FRANCE BLEU ARMORIQUE SEPTEMBRE 2022

L'émission quotidienne « Ici » a mis en avant nos partenaires de la Côte d'Émeraude, notamment Beausais-sur-Mer, du 5 au 10 septembre : l'artisan de pulls marins Baie des Caps, le sculpteur Aymeric Louvet, le stand-up paddle au Minihic-sur-Rance avec Fauméa, l'aire de camping-cars de Beausais-sur-Mer et la ferme « Les jardins de Maupitet ».

RADIO PAROLE DE VIE ÉTÉ 2022

Pour la deuxième année consécutive, l'OT a enregistré des chroniques, diffusées tout l'été sur RADIO PAROLE DE VIE. Six chroniques « Escapades locales, entre terre et mer » ont été enregistrées avec Bénédicte, Marine et Juliette, et avaient pour but de valoriser le territoire à travers la mise en avant du patrimoine, des activités nautiques, des circuits vélo, des visites culturelles ou encore des activités de loisirs en famille.

les actions mutualisées

Terres émeraude



SALON DE BRUXELLES

Du 25 au 27 mars 2022

La clientèle belge connaît bien la Bretagne et est très fidèle à notre destination.

Nombre de visiteurs sur le salon : **400 000**

Type de clientèle : **Familles et couples**

Tranche d'âge : **35 – 65 ans**

Principales demandes : **Transports / hébergements et restaurations / visites.**

WORKSHOP RENDEZ-VOUS EN FRANCE

Du 22 au 23 mars 2022

Une des raisons du succès de Rendez-vous en France est son principe itinérant qui permet de faire découvrir aux prescripteurs internationaux la diversité des destinations françaises.

6 Tours opérateurs étrangers sont venus découvrir Dinard le temps d'une matinée (visite guidée et déjeuner chez Didier MÉRIL).

ÉVÉNEMENT PRESSE

Le Mardi 22 novembre 2022.

Rencontre avec les journalistes à Paris le temps d'un brunch breton 4 mains - 4 étoiles concocté par les chefs étoilés Olivier BELLIN et Jérôme Banctel à Mersea Beaupassage, le temple de la street food de la mer.

Tout au long de l'évènement : dégustations de produits phares et pépites confidentielles, atelier bien-être marin, bar à algues, découverte de plus de 60 marques bretonnes autour de la création nouvelle vague (lifestyle, mode, déco, cosmétique...), nouveautés 2023...

Une manière de délocaliser un bout expérientiel d'une Bretagne retwitant les codes, inventive, créative, défricheuse et gourmande. Organisé par le CRT Bretagne.

> Mise en avant de Divine, créateur de parfum.

SALON DE LA RANDO - LYON

Du 25 au 27 mars 2022

Le Salon du Randonneur c'est le rendez-vous annuel incontournable pour définir votre itinéraire de randonnée.

Nombre de visiteurs sur le salon : **13 438**

Type de clientèle : **Retraités en couples, seuls et aussi entre amis. Familles avec enfants**

Tranche d'âge : **jeunes retraités**

Principales demandes : **Les sites à ne pas manquer / Des circuits de randos en boucle / Des détails sur le patrimoine le long du GR34 / Des circuits vélo / Les hébergements.**

TOURNÉE MÉDIATIQUE - ALLEMAGNE

30 novembre 2022

Rendez-vous incontournable de l'année pour rencontrer les médias allemands.

PARISIEN WEEK-END

Partenariat éditorial avec pour objectif la mise en avant de la Bretagne en avant saison, mais aussi en vue des vacances d'été. L'angle choisi pour ce dossier est l'itinéraire bis, hors des sentiers battus et en rétro-littoral.

Date de parution : 15 avril + digitalisation fin avril / mai
Cible : famille

Angle : 10 raisons / façons de découvrir la Bretagne en famille

- Diffusion de 223 000 exemplaires
- Audience de 2 300 000 lecteurs
- Relais Le Parisien.com : 16 883 visites au 19/10/22

CARTE TERRES EMERAUDE

Révision complète de la carte destination avec intégration de thématiques en lien avec les mobilités douces, la gastronomie

les actions mutualisées

Sensation Bretagne



SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE 2022 - PARIS

Nombre de visiteurs sur le salon : **502 757**
Type de clientèle : **Familles et couples**
Tranche d'âge : **35 - 65 ans**
Principales demandes : **Transports / hébergements et restaurations / visites.**



REPORTAGE PHOTOS avec Alexandre LAMOUREUX

En partenariat avec Sensation Bretagne, nous avons programmé deux journées de reportage. La première pour Dinard, station du réseau et la seconde pour Saint-Lunaire et Lancieux.

Nous souhaitons des photos coucher et lever de soleil pour anticiper les besoins photos des éditions de 2023.



les actions mutualisées

CRT Bretagne

sur le marché français

Tourisme **BRETAGNE** ^{BE}

CAMPAGNE DIGITALE FAMILLE

Campagne commune sous forme de carrousel avec une page d'atterrissage avec du contenu « famille » sur la base du site [Tourismebretagne.com](https://www.tourismebretagne.com). Création d'un guide en téléchargement gratuit dédié aux vacances en famille en Bretagne.

- 2 780 000 impressions
- 1 213 000 personnes touchées
- 2 112 clics
- 1 858 téléchargements du guide famille

VOYAGE FAMILY

Reprise de tous les articles Bretagne (2021 & 2022) dans un guide en téléchargement gratuit. (100% financé par le CRT)

PETAOUCHNOK

Petaouchnok est un nouveau média conçu autour de valeurs fortes : optimiste, inattendu, durable et responsable. Porté par des voyageurs reconnus.

- 354 751 impressions
- 263 528 personnes touchées (vues uniques)
- 11 856 interactions

Une action qui fonctionne très bien, qui plait aux internautes avec des commentaires très inspirants.

sur les marchés
étrangers

THE HIKE / PAYS-BAS

Un dispositif très satisfaisant, avec des contenus de qualité créés (articles, idées séjour, photos). Une image de la destination moderne, nature et responsable, totalement en phase avec la stratégie Tourisme Bretagne et les attentes des clientèles néerlandaises.

- **INSTAGRAM** : 52 stories - 50 000 vues
9 posts avec +10 000 impressions
1 réel avec + 4 000 impressions
- **FACEBOOK** : 3 publications - 147K impressions
180 commentaires - 2700 j'aimes - 1200 clics
- **PINTEREST**
46 pins avec+ de 2K impressions
- **ARTICLE N°1** : 7504 sessions / 04:58 temps de lecture
- **ARTICLE N°2** : 6436 sessions / 05:04 temps de lecture
- **ARTICLE N°3** : 7374 sessions / 05:05 temps de lecture

/ la presse 2022

En cohérence avec la stratégie de communication amorcée par le CRT en 2022, l'Office de Tourisme peut se féliciter de positionner la Côte d'Émeraude comme une destination touristique durable et d'exception, par sa richesse naturelle et culturelle notamment. Comme dans le travail engagé dans les autres supports de communication (éditions, réseaux sociaux...), les parutions presse contribuent à valoriser un territoire qui se découvre tout au long de l'année, afin de poursuivre la répartition des flux dans le temps. Les actions ciblent nos audiences principales, à savoir les familles et les DINKS (couples sans enfants avec deux revenus).

Sensation Bretagne

Les communiqués et les dossiers de presse de l'année en cours sont disponibles dans l'Espace presse de notre site internet.



Le réseau Sensation Bretagne travaille depuis 2019 avec l'Agence Air Pur dont le rôle est de concevoir et diffuser des dossiers et communiqués de presse thématiques pour les diffuser à un réseau de journalistes.

LES DOSSIERS DE PRESSE RÉALISÉS EN 2022 :

- La Bretagne incarnée : 28 manières de se balader sur le littoral à travers le regard des bretons
- 15 manières de flatter son instinct sauvage sur terre & sur mer : vers une nouvelle façon de vivre le littoral breton !
- Hors-piste sur le littoral breton : 16 façons de slalomer pour un hiver pas comme les autres

CO BRANDING AS ADVENTURE / BELGIQUE

AS Adventure est une chaîne belge de magasins spécialisés sports et loisirs. AS Adventure publie un magazine bilingue édité 4 fois dans l'année. L'angle souhaité : mise en avant des grands espaces, des activités sportives en plein air, le slow tourisme sous un angle famille.

- 50 magasins dans toute la Belgique
- 140 000 exemplaires

Pour la partie online :

Pages vues (NL) – 1863 / Durée de lecture : 2min17

Pages vues (FR) – 1432 / Durée de lecture : 2min03

Newsletter : Envois - 279 064 - Clics uniques - 12 881

Clics sur bloc Bretagne - 1 479 - CTR - 4,52% (moyenne de 2,84% en 2021)

SALT / PAYS-BAS

L'idée séjour créée sera mise en avant sur les réseaux sociaux de Tourisme Bretagne en version néerlandaise et sponsorisée via un budget dédié. La fin de la campagne a dû être décalée d'un an, afin de permettre la création de l'idée séjour.

PROMO-TION



RODOLPHE
GRAND MAÎTRE SARRASIN
Maître Sarrasin et les
50 nuances de blé noir
DINARD

Une envie de véritable galette bretonne au sarrasin, cela ne se discute pas et ce n'est pas Rodolphe qui prétendra le contraire. Dans son atelier de production du côté de Port-Blanc, il mûrit pour les gourmets des crêpes et galettes tournées à la main avec une farine de provenance locale labellisée « Bretagne tradition blé noir ». En résumé : il fait le plus dur, plus c'est à vous de décider comment accompagner et accompagner ses créations. Dans sa boutique vous trouverez miels, cidres, biscuits, bioars, whiskies et une myriade de produits de qualité au bon goût de... sarrasin bien sûr !

Ouvert du mardi au samedi 10h-13h et 16h30-19h30 • Ouvert le dimanche matin en été
www.dinardemeredetourisme.com



les accueils Presse

Les 16 et 17 février 2022, nous avons accueilli 2 journalistes du média « Les Louves », pure player féminin art de vivre et haut de gamme avec une cible « familles », qui ont pu parler des établissements visités pendant leur séjour : La Maison du Nessay à Saint-Briac-sur-Mer, Ritournelle, Yogissime et la crêperie Ky'Nouh à Dinard.

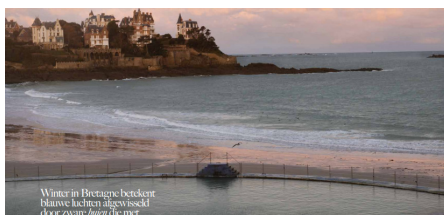
Un deuxième accueil a été organisé du 29 août au 02 septembre pour l'influenceuse @mylondonfairytale. Le fil rouge de ce projet était la durabilité et la cible de cette action de communication les couples sans enfants à deux revenus. Le programme mettait en avant le slowtourisme, la démarche engagée du territoire et la rencontre avec des acteurs locaux.

les demandes Presse

L'Office de Tourisme a enregistré **38 demandes presse sur l'année 2022**, en direct ou via nos réseaux, pour de la presse locale, nationale ou internationale. Voici quelques exemples de belles collaborations :

VOGUE PAYS-BAS Janvier 2022

La journaliste, accueillie en tout début décembre 2021, a réalisé un bel article sur la Côte d'Émeraude, dont des doubles pages de Dinard hors saison et une jolie valorisation du Castelbrac et du Pourquoi Pas.



MY FRENCH COUNTRY HOME Mars/avril 2022

Le magazine anglophone, dédié aux francophiles (65% de lecteurs américains) amoureux de l'art de vivre à française, a mis en avant la Côte d'Émeraude dans son numéro de mars/avril 2022. Il a fait la part belle à Dinard et ses environs avec 6 pages dédiées à Dinard, Saint-Lunaire et Saint-Briac-sur-Mer, et pas moins de 7 adresses coup de cœur où manger/où dormir sur notre territoire.



LE FIGARO WEB Septembre 2022

Cet article sur le site du journal a mis en avant un carnet d'adresses afin de passer un week-end mémorable à Dinard.

Week-end à Dinard, le temps d'une pause iodée et culturelle

Par Marie Létang
Publié le 22/09/2022 à 07:30, mis à jour le 22/09/2022 à 14:44

Écouter cet article 00:00/12:33



Visiter Dinard en 2 jours. Lieux Incontournables, idées d'itinéraires, Infos pratiques et bonnes adresses le temps d'un week-end : le guide du Figaro. Adobe Stock

DEUX JOURS À - La station chic de la côte d'Émeraude offre une délicieuse escale et devient même pour quelques jours



PÔLE *Commercialisation*

/ l'équipe



Julie HIARD
Responsable du Pôle



Mylène RONCIN
Chargée de mission
Socio-Professionnels



Jocelyn LEBRICE
Assistant groupes



Audrey HASLE
Référente Patrimoine

/ La boutique

Chaque espace d'accueil possède un espace boutique et la majeure partie de la collection est également disponible sur notre boutique en ligne, directement accessible depuis la home page de notre site internet.

Produits logotés de notre marque déposée, dépôts-vente de produits et artisanat locaux, notre gamme de produits s'étoffe et évolue chaque année en fonction des attentes de nos clients. Le produit souvenir est un véritable outil marketing, ambassadeur de notre destination et nous nous attachons à ce

que l'image véhiculée par nos produits boutique soit représentative de notre territoire : les produits sont ainsi élégants, dans des tons majoritairement bleus et blancs marquant ainsi notre ancrage maritime et balnéaire.

En 2022, nous avons ajouté à notre cahier des charges l'aspect environnemental dans le choix de nos produits. Nous avons ainsi conçu des tabliers en coton bio, des gobelets réutilisables et recyclables sans BPA, des carnets de notes en papier recyclé de fabrication européenne et une pochette en Seaqual.



► Espace boutique de Dinard

Quelques nouveautés

DE NOTRE BOUTIQUE 2022 :

Le tablier « cuisine au beurre » en coton bio

La pochette en Seaqual™



► Le sweat à capuche homme



► Le carnet de notes en papier recyclé Citizen Green®



► La boîte en bois de caramels au Beurre salés de fabrication locale par l'un de nos partenaires

Le saviez-vous ?
Le seaqual est une fibre écologique issue du recyclage de déchets marins.



Nouvelle collection d'affiches
C'est Ma Plage

Les ventes des produits boutique imaginés et développés par le service commercial ont progressé de plus de 16% par rapport à 2021 et ont plus que doublé si l'on compare à la première année de ventes, il y a 4 ans. Sans surprise, c'est au mois d'août que le chiffre d'affaires réalisé est le plus fort, il représente 20% du montant total des ventes de l'année.

Les dépôts vente enregistrent quant à eux un chiffre quasiment équivalent d'une année à l'autre. Le panier moyen en 2022 s'élève à 14€66 contre 15€03 en 2021.

LES PRODUITS LES PLUS PLÉBISCITÉS en quelques chiffres

2521
cartes postales et enveloppes vendues

851
médailles
« monnaie de Paris »

694
boîtes de caramels
au beurre salé

590 magnets

504
porte clefs

470
tee-shirts et
sweats

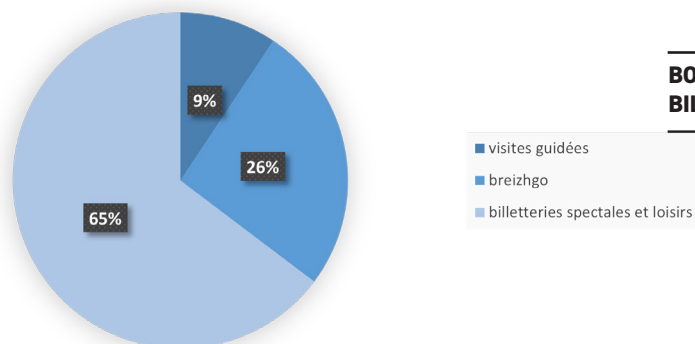
355 mugs

/ La billetterie

Concerts, sorties pêche en mer à Lancieux, festivals tels que le Dinard Comedy festival, le festival de musique classique ou encore Dinard Opening, visites guidées de chaque station et des bords de Rance, saison théâtrale des feux de l'Harmatan, titres de transport Breizhgo... la billetterie assurée par Dinard Côte d'Emeraude Tourisme est aussi large que variée, et 2022 a vu les ventes repartir à la hausse après des années de restrictions et annulations liées à la crise sanitaire.

Ce sont ainsi près de **6200 billets de spectacles et loisirs** et **1300 titres de transports** qui ont été délivrés au sein de nos espaces d'accueil et sur notre billetterie en ligne sécurisée.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES — BILLETTERIE —



B
BOUTIQUE
BILLETTERIE

ZOOM SUR LES

visites guidées

L'Office de tourisme assure la promotion et la vente des visites guidées de Dinard mises en place et organisées par le service Patrimoine de la VILLE DE DINARD (VAH).

L'Office de Tourisme assure la création et la promotion des visites des autres communes.

Ainsi à chaque période de forte affluence, nos visiteurs ont accès à un panel de visites guidées sur la côte et les bords de Rance, dont les thèmes sont variés. Au total en 2022, ce sont **143 dates** de visites guidées qui ont été assurées par nos guides diplômées et nous avons enregistré **2286 participants**.

TOP 5

des visites qui ont enregistré
le plus d'entrées en 2022

- 5 : Dinard et Picasso
- 4 : Dinard : la pointe de la Malouine
- 3 : Saint-Lunaire : le Décolle et ses villas
- 2 : Saint-Briac : la saga des Romanov
- 1 : Dinard : Odorico et l'art de la mosaïque

FOCUS

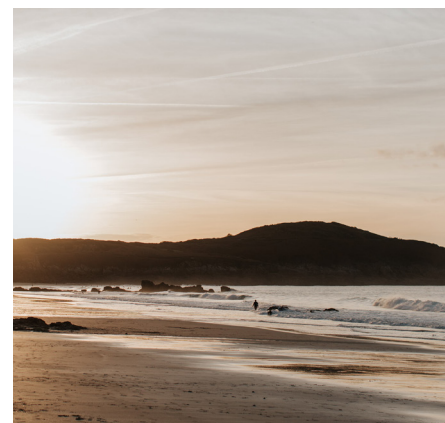
sur la nouveauté 2022 :
LES VISITES NOCTURNES

Chaque semaine en juillet et août, les visiteurs ont pu découvrir Saint Briac, Lancieux et Saint-Lunaire au crépuscule...Mêlant histoires et légendes, ces nouvelles visites s'adressent à une clientèle familiale, très présente sur notre territoire l'été. La tombée du jour offre une ambiance et un cadre idéal pour conter les légendes.

Sur les 6 dates proposées, nous avons enregistré 166 participants, soit un taux de remplissage de 93%. Forts de ce succès, ces visites seront reconduites en 2023.



► Anaon Tourisme



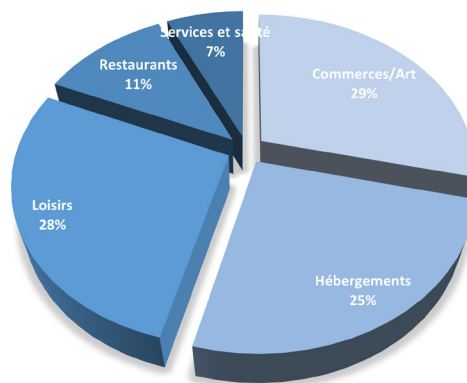
► Visite de Saint-Lunaire

/ le service partenariats

Attaché à proposer des services utiles et concrets aux socio-professionnels, Dinard Côte d'Emeraude Tourisme a développé il y a 3 ans différentes formules de partenariat (appelées PACKS) permettant aux professionnels de choisir leur niveau de visibilité sur différents supports et depuis, le nombre de partenaires est en augmentation.

Ainsi, en 2022 nous comptons **505 partenaires** de différents horizons (8 de plus que l'année précédente).

RÉPARTITION DES PARTENAIRES 2022



Les formules

de partenariat

LE PACK FRÉMUR

est l'option visibilité de base permettant de figurer sur nos différents supports papier et web et de bénéficier de nos différents services : 51 partenaires ont choisi cette option en 2022

LE PACK RANCE

est l'option visibilité médiane, permettant d'ajouter des visuels au pack Frémur. Il s'agit de la solution visibilité la plus plébiscitée par nos partenaires : 383 packs Rance vendus soit près de 76% des partenaires

LE PACK ÉMERAUDE

offre une visibilité renforcée avec, une diffusion publicitaire sur nos 4 écrans d'accueil et une remontée prioritaire sur notre site internet : 50 professionnels ont adhéré à cette solution.

Les espaces

publicitaires

Au total le service commercial a vendu 20 insertions publicitaires à ses partenaires sur l'année 2022.

NOUVEAUTÉS 2022

LES INSERTIONS PUBLICITAIRES DANS LES GUIDES À THÈME

Nous avons permis à nos partenaires d'acheter des espaces publicitaires dans nos guides à thème en proposant des tarifs attractifs. Ainsi nous avons permis à quelques acteurs de la filière nautique de mettre en avant leur activité sur notre guide nautisme et aux galeries d'acheter des espaces publicitaires dans notre guide ART.

PLANS SOUS-MAIN

Les encarts dans les plans sous mains des stations de Dinard, St Lunaire, St Briac et Lancieux ont été également reconduits par nos partenaires. L'exclusivité est accordée à un seul annonceur par plan, l'impact de communication est donc élevé. Le plan de Dinard est édité à 25 000 exemplaires et celui des 3 autres stations, à 10 000 exemplaires.

LES BORNES INTERACTIVES

Visibles à l'extérieur de chaque Bureau d'information dans les 4 stations, les bornes outdoor sont situées sur des emplacements stratégiques de passage et offrent un beau potentiel de visibilité aux annonceurs. En effet, elles diffusent les publicités des partenaires dans le carousel en continu, 7j/7j de 7h30 à 21h30.

Les éductours

FORMER L'ÉQUIPE À LA CONNAISSANCE DES PROFESSIONNELLS DU TERRITOIRE

Nous avons organisé des Eductours chez nos partenaires à destination de notre équipe d'accueil afin qu'ils puissent mieux décrire et séduire les visiteurs...c'est lorsque l'on connaît le produit que l'on en parle le mieux !

AU MUSÉE MANOLI

notre équipe a découvert la nouvelle application de découverte des œuvres créée en partenariat avec Solatypic.



LES BATEAUX ROUGES

Le 08 juillet dernier l'équipe effectuait une croisière sunset en baie de Dinard/St Malo, proposée par la Compagnie LES BATEAUX ROUGES



ÉCHAPÉE MALOINE

Le 20 juillet dernier, nos conseillers en séjour ont également testé les croisières d'ÉCHAPÉE MALOINE .



**SERVICE
PARTENA-
-RIATS**

Esprit de réseaux

/ mettre en lumière et fédérer nos partenaires

A l'issue de notre Assemblée Générale 2021, nous avons créé une séquence TOP CHRONO . 3 entreprises de service partenaires ont ainsi présenté leurs activités, prestations pouvant correspondre aux attentes et besoins de notre réseau d'adhérents. Notre objectif ? être apporteur d'affaires en permettant aux professionnels de se faire connaître auprès de nos partenaires .

SOLATYPIC

agence web qui travaille avec des salariés au profil atypique (entreprise adaptée) a présenté sa démarche solidaire.



BEAU TEMPS BELLE MER/LOC LINGE

a présenté à nos hébergeurs son service clef en main de location, livraison de linge .



COCOON'R

agence spécialiste de la location de vacances a présenté ses services de relooking et gestion de location destinés aux logements de caractère.



/ impliquer nos partenaires

Dans le cadre de la construction de son Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) visant à écrire sa stratégie d'accueil du territoire, Dinard Côte d'Émeraude Tourisme a convié ses partenaires issus de différents métiers et services (commerces, hébergeurs, prestataires de loisirs...) à participer à la construction du Schéma lors d'une journée de travail le 18/03/2022. Nos 20 partenaires présents ont ainsi construit, en petits groupes, le profil type des clientèles accueillies dans leurs établissements sur la communauté de communes côte d'Émeraude!



/ les partenariats vestimentaires

LA CRÊPERIE DU ROY habille son équipe de notre collection textile LA DINARDAISE ! les serveurs et cuisiniers portent nos polos, sweats et tabliers et assurent ainsi la promotion de notre boutique auprès de sa clientèle !

Nous remercions **LA BOUTIQUE CARBONE** d'avoir gracieusement habillé notre équipe pour l'été avec de jolies robes !

CARBONE a également équipé de doudounes et casquettes les membres de la destination qui assuraient les permanences sur le Village du Rhum en novembre dernier. Merci pour ce beau partenariat !



► Doudoune sans manches logotée Destination lors de la Route du Rhum



/ Le service réceptif

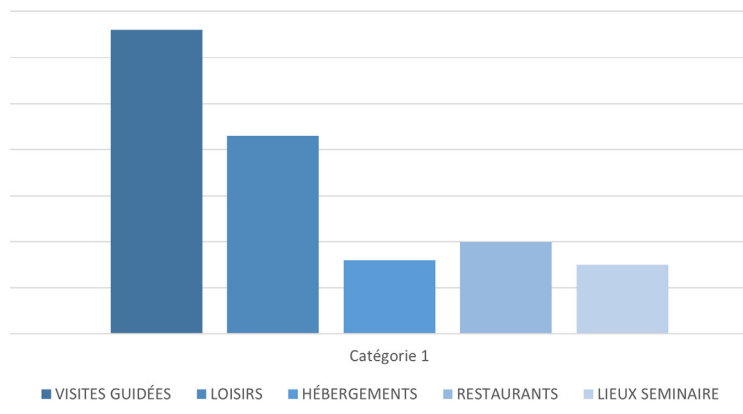
Le service réceptif a traité 170 demandes émanant de Groupes et entreprises souhaitant organiser des séjours, journées et séminaires sur notre territoire. Si l'on compare aux deux années précédentes fortement impactées par la crise sanitaire, nous constatons une très forte

reprise puisqu'elles enregistraient entre 10 et 20 demandes.

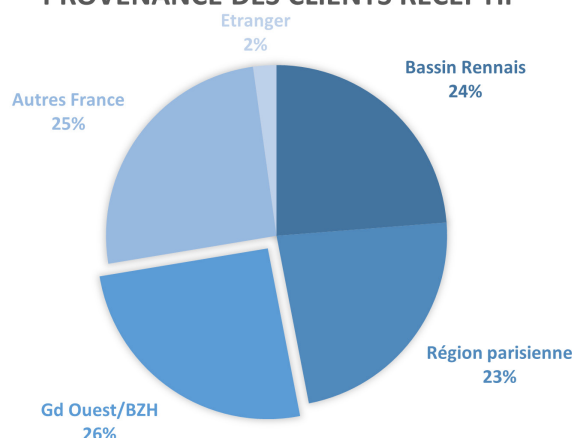
Nous avons ainsi assuré la conception des programmes et mis en relation nos clients avec les partenaires répondant le mieux à leurs attentes.



THEME DES DEMANDES GROUPES ET ENTREPRISES



PROVENANCE DES CLIENTS RÉCEPTIF

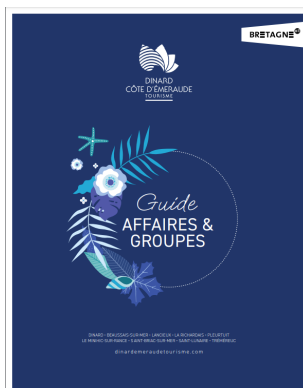


L'agence réceptive *Nouvel apporteur d'affaires*

2022 aura été l'année du montage de l'AGENCE RECEPTIVE: rédaction et signature de conventions de commercialisation avec les partenaires offrant des prestations ou activités groupes, écriture avec un Cabinet juridique spécialisé dans le code du Tourisme, des conditions générales et particulières de vente, rédaction des modèles d'offre préalable, de contrat de voyage, des outils de cotation etc..

2022 c'est aussi la conception de la brochure « AFFAIRES ET GROUPES » avec l'agence EKOUTE . Véritable support de vente des prestations « spécial groupes ». Ce guide a

été conçu pour permettre aux clients de connaître l'intégralité de l'offre et des prestations par thème avec les informations pratiques spécifiques aux groupes. Le contenu présent dans cette brochure représente l'intégralité des prestations groupes désormais vendues par le service réceptif depuis le 1er janvier 2023.



La branche réceptive du service commercial s'occupe désormais d'assembler, effectuer les cotations et vendre les prestations pour les clientèles groupes et affaires, rédiger les documents contractuels tels que le contrat et carnet de voyage, effectuer les réservations auprès des prestataires, gérer la phase de facturation et paiement des prestataires.

Le cadre de vente reste exclusivement le territoire de compétences de l'Office de Tourisme, à savoir, le territoire communautaire.

Le saviez-vous ?

Pour exercer et vendre des produits groupes et entreprises, l'Office de Tourisme communautaire a dû, au même titre qu'une agence de Voyages, s'immatriculer au registre des opérateurs de voyages Atout France, souscrire une assurance responsabilité civile professionnelle spécifique et obtenir une garantie financière, permettant de protéger le client et les prestataires.

Le Séminaire Expo *La promotion du tourisme d'affaires*

Afin de promouvoir notre nouveau service réceptif, nous avons pour la première fois participé au SEMINAIRE EXPO, salon exclusivement réservé aux entreprises qui s'est déroulé du 15 au 17 novembre 2022 au parc des Expositions de la porte de Versailles à Paris.

L'occasion pour Jocelyn et Julie de présenter Dinard et la Côte d'Émeraude comme une destination idéale pour les petits et moyens séminaires ! De très bon contacts qualitatifs y ont été pris avec des entreprises et agences organisatrices de séminaires !

Le séminaire expo a accueilli près de 19 000 entreprises «visiteurs» et 52 exposants spécialisés en tourisme d'affaires, tourisme événementiel et cadeaux d'entreprises !



Dinard et la Côte d'Émeraude *Une destination privilège*



Toujours pour promouvoir notre territoire auprès des entreprises, notre clientèle cible, nous avons communiqué dans le magazine professionnel «Challenge» dont la clientèle affaires se situe dans les CSP+ (comités de direction, décideurs) plutôt urbaine.

/ Le géocaching

La fréquentation des caches du territoire de DCET en hausse : + 16% en 2022.
Nous enregistrons près de 3000 découvertes de nos caches sur l'année.

Le total des découvertes sur le territoire avec ses 10 caches représente 11% des caches sur l'ensemble des 143 parcours d'Ille-et-Vilaine.

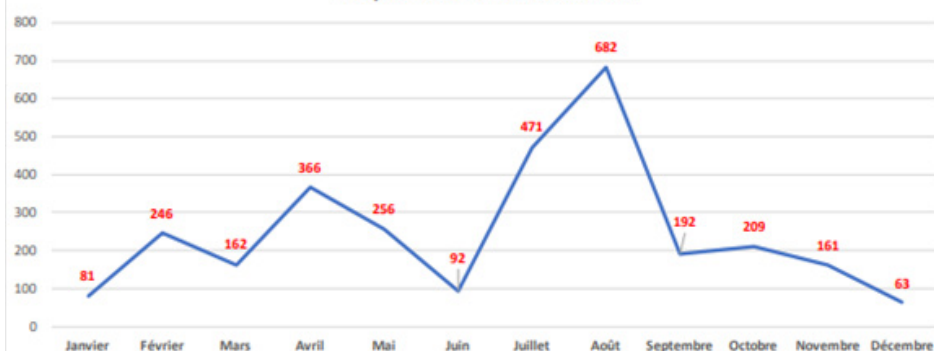
G
GÉOCA-
CHING

Le top 5 des parcours du territoire en 2022 est le suivant :

1. Dinard So chic
2. En cavale à Cancaval
3. Tout feu tout flamme
4. Autour du Décollé
5. Saint-Briac entre pierre et mer



Fréquentation mensuelle 2022



Le graphique de fréquentation mensuelle des caches montre que la courbe de fréquentation évolue au gré des vacances scolaires, avec une fréquentation maximale sur les mois de juillet et août. Ludique, familiale et gratuite cette activité découverte est, chaque année, plus plébiscitée !



DINARD
CÔTE D'ÉMERAUDE
TOURISME



BRETAGNE ^{BE}



Toute l'actualité est à retrouver sur
WWW.DINARDEMERAUDETOUTRISME.COM

2, boulevard Féart
● **35800 DINARD**

72, bd du Gal de Gaulle
35800 SAINT-LUNAIRE ●

49, Grande Rue
● **35800 SAINT-BRIAC**

Square Jean Conan
22770 LANCIEUX ●

0 821 235 500

Service 0,12 € / min
+ prix appel

Flashez ce code et retrouvez les horaires
d'ouverture de nos espaces d'accueil



DINARD • LANCIEUX • LA RICHARDAIS • LE MINIHIC-SUR-RANCE
PLEURTUIT • SAINT-BRIAC-SUR-MER • SAINT-LUNAIRE • TRÉMÉREUC