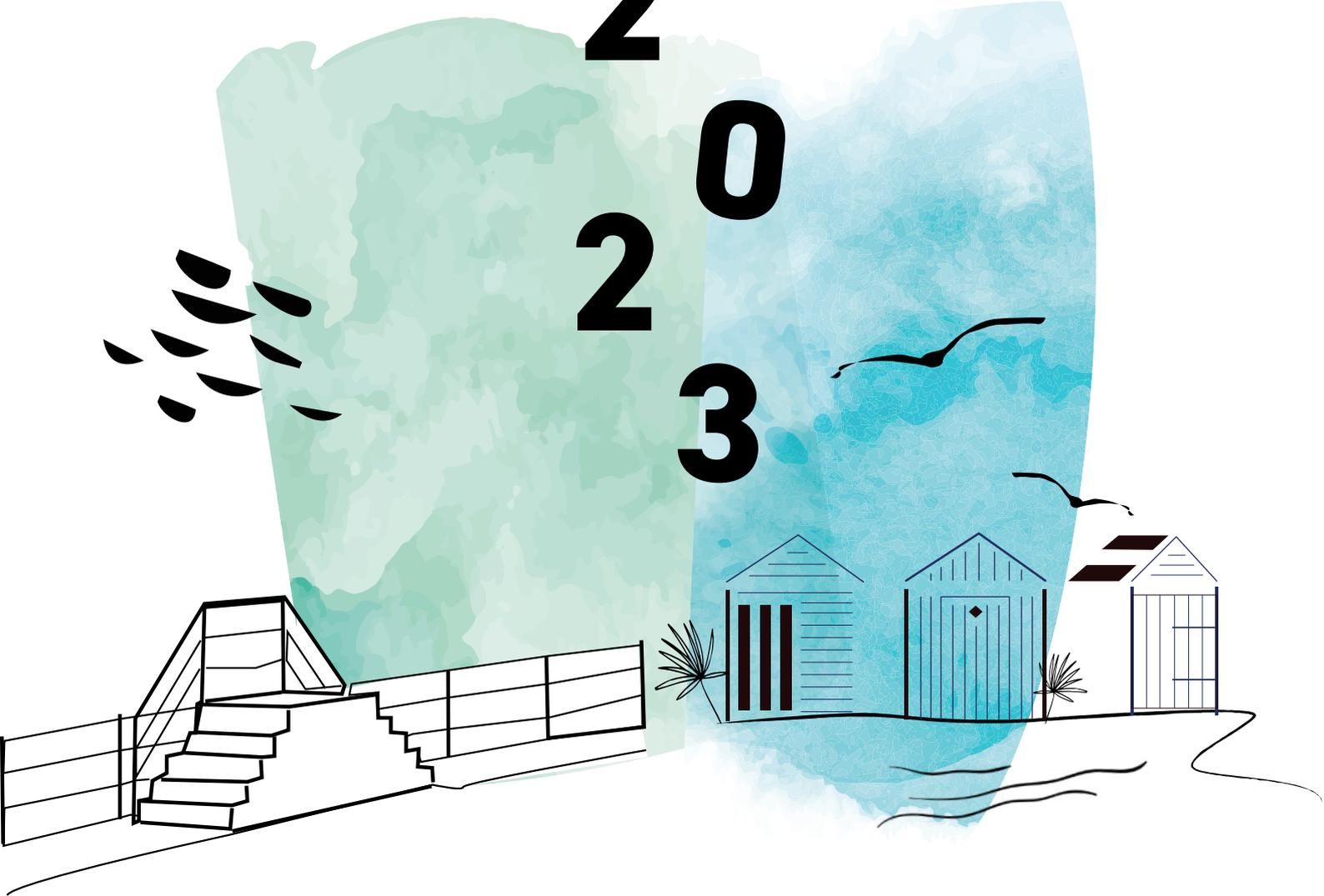


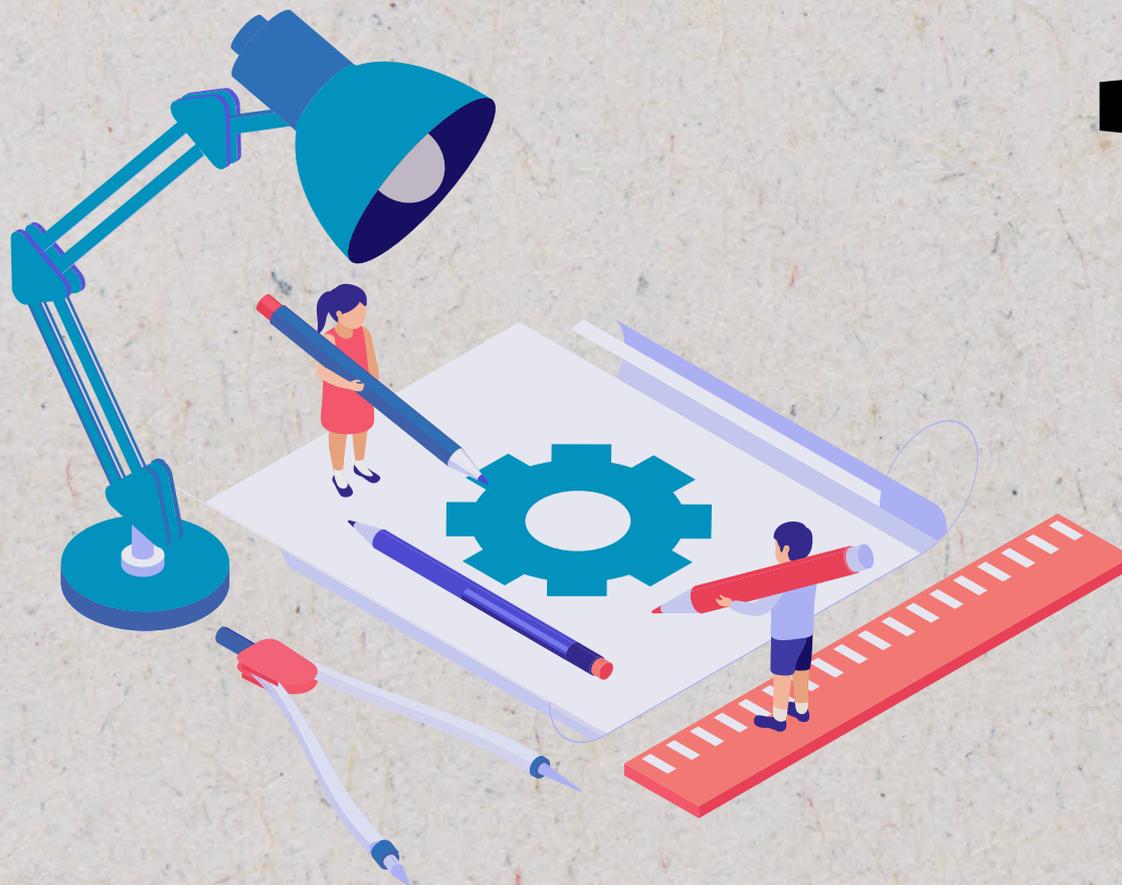
2
0
2
3



RAPPORT D'ACTIVITÉS

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

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



LES ATELIERS NUMÉRIQUES

POUR VOUS ACCOMPAGNER TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

Nous avons à cœur de poursuivre nos formations numériques gratuites. Nous développons une programmation de formations en présentiel dans notre salle de réunion, afin de répondre aux besoins et attentes exprimés par les acteurs touristiques. Formez-vous au digital et faites évoluer votre activité à votre rythme ! Participez à des formations personnalisées et développez de nouvelles compétences avec d'autres professionnels du tourisme.



NOUVEAUTÉ 2024 : LES BASES DE LA PHOTO.

**GRATUIT
SUR INSCRIPTION**

Sommaire

4 **RAPPORT MORAL DU PRÉSIDENT**

6 **RAPPORT D'ACTIVITÉS 2023**

12 **ACCUEIL & QUALITÉ**

18 **COMMUNICATION ET PROMOTION**

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

34 **COMMERCIALISATION**

Les partenaires
La boutique
La billetterie
Le service réceptif
Le Géocaching

44 **INGÉNIERIE TOURISTIQUE**

Les mobilités
Le tourisme durable
La classification de l'offre
Le nautisme

50 **VIE DE L'OFFICE**

n° 01
ÉDITO
RAPPORT MORAL



Patrick CELTON
Président

Marie GUÉRIN
Directrice Générale

Rapport Moral du Président, Patrick CELTON

L'Office de Tourisme « Dinard Côte d'Émeraude » : Pilier essentiel du paysage touristique

L'OTI incarne une véritable locomotive dans le domaine du tourisme, jouant un rôle essentiel dans la promotion et le développement de ce territoire d'exception sur la magnifique Côte d'Émeraude. Cette destination attire chaque année, dans nos 4 espaces d'accueil, plus de 160 000 visiteurs en quête de beauté naturelle, d'histoire riche et d'expériences mémorables.

Au cœur de cette dynamique touristique, l'Office de Tourisme de Dinard Côte d'Émeraude déploie un éventail de missions, traduisant ainsi sa place prépondérante dans le paysage touristique local. Son rôle ne se limite pas à la simple promotion de la destination, mais s'étend à une multitude de compétences qui font de lui un véritable pivot de l'ingénierie touristique et de l'innovation.

Premièrement, l'OTI est un véritable **architecte de l'expérience touristique**. Il conçoit et met en œuvre des stratégies visant à rendre le séjour des visiteurs inoubliable, en proposant une variété d'activités et de services répondant aux attentes diversifiées des touristes et des locaux. De la mise en valeur du patrimoine culturel et naturel aux circuits thématiques, en passant par l'organisation de visites guidées et de parcours géocaching, l'Office de Tourisme orchestre un véritable ballet d'activités pour tous les goûts et toutes les envies.

L'Office de Tourisme endosse également un rôle de **facilitateur et d'accompagnateur auprès des acteurs socio-professionnels** du tourisme local. Il les soutient dans leurs démarches de développement, les conseille dans l'amélioration de leurs services, et les guide dans l'adoption des meilleures pratiques en matière de tourisme durable et responsable (label accueil vélo, classification de l'offre ...). En tant que tête de réseau, il favorise les synergies entre les différents acteurs du secteur, créant ainsi un écosystème touristique cohérent et dynamique.

Mais l'OTI ne se contente pas de suivre les tendances, il les anticipe et innove constamment pour rester à la pointe de son domaine. En introduisant de nouvelles prestations (tels que le lancement du service réceptif début 2023 et la par-

ticipation à la semaine du tourisme économique et des savoir-faire), en développant des outils numériques interactifs (nouvelle application sur bornes tactiles et refonte du site web mi-2024), il s'efforce de répondre aux attentes émergentes des voyageurs tout en renforçant l'attractivité de la destination.

Un moment de fierté et de satisfaction a également marqué notre parcours récent : le très bon score obtenu lors de l'audit de renouvellement de la marque Qualité Tourisme au mois de mars dernier, avec un excellent 97,35%. Cette reconnaissance atteste de notre engagement continu envers la satisfaction des visiteurs. Il est important de souligner que cette distinction n'est pas le fruit du hasard, mais le résultat d'un travail acharné et d'un engagement constant envers la qualité et l'amélioration continue de nos services. L'Office de Tourisme avait déjà décroché cette marque pour la première fois en avril 2019, et ce renouvellement tous les cinq ans vient confirmer notre engagement pérenne dans la voie de l'excellence touristique. C'est un témoignage de la confiance accordée à notre structure et à notre destination, et cela nous inspire à redoubler d'efforts pour maintenir ce niveau dans les années à venir.

En somme, l'Office de Tourisme de Dinard Côte d'Émeraude incarne bien plus qu'un simple guichet d'information touristique. Il est le moteur d'une dynamique collective visant à valoriser et à promouvoir ce territoire d'exception.

L'Office de Tourisme « Dinard Côte d'Émeraude » ne saurait atteindre de tels niveaux de satisfaction sans l'engagement et le dévouement de toute une communauté d'acteurs. Je tiens donc à exprimer mes sincères remerciements à Monsieur Pascal Guichard, Président de la Communauté de Communes Côte d'Émeraude, Monsieur Arnaud Salmon, Vice-Président au Tourisme, Mesdames et Messieurs les Maires qui soutiennent notre action et nous inspirent au quotidien par leur attachement à leur région.

Je souhaite également remercier chaleureusement les membres du Conseil d'administration, dont l'implication et la vision éclairée guident nos actions et contribuent à la réussite de notre mission. Leur soutien indéfectible nous permet d'innover et d'aller de l'avant avec confiance.

Au-delà des structures et des instances, c'est avant tout l'humain qui constitue le cœur battant de notre Office de Tourisme. Chaque membre de notre équipe

incarne cette passion pour notre territoire et cette volonté de faire découvrir ses pépites. Que ce soient les conseillers en séjour, les chargés de communication, les commerciaux ou les référents en développement touristique, chacun apporte sa pierre à l'édifice dans un esprit de collaboration et de solidarité.

À la tête de cette formidable équipe, notre directrice générale, Marie Guérin, incarne la vision et l'énergie qui ont transformé l'OTI en une véritable entreprise agile, dynamique et réactive à l'image des ambitions inscrites dans la feuille de route.

Une mention spéciale doit enfin être attribuée aux acteurs professionnels du tourisme qui, par leur créativité, leur savoir-faire et leur passion, contribuent à faire rayonner notre territoire à nos côtés. Leur implication dans la mise en valeur de notre destination, que ce soit à travers l'hébergement, la restauration, les activités de loisirs, ou encore les prestations culturelles, est essentielle à notre succès commun. En travaillant main dans la main avec ces professionnels du tourisme, nous formons une véritable équipe unie par une vision commune : celle de faire de Dinard Côte d'Émeraude une destination d'exception, où l'accueil chaleureux et les expériences mémorables sont au rendez-vous.

Ensemble, acteurs professionnels, élus & techniciens, nous formons une équipe soudée et passionnée, animée par la volonté commune de faire briller notre destination. C'est cette synergie, cette force collective, qui constitue le véritable moteur de notre action et qui nous pousse à toujours viser plus haut, pour le plus grand bonheur de ceux qui y habitent et de ceux qui nous font l'honneur de choisir Dinard Côte d'Émeraude comme destination de vacances.

Patrick CELTON



n°02

INSTANCES ET CHIFFRES-CLÉS

En vertu de la loi NOTRe, l'Office de Tourisme DINARD CÔTE D'Émeraude TOURISME a été créé le 1er janvier 2017 pour se conformer à une exigence légale transférant la compétence touristique des communes aux communautés de communes.

8 communes de la Communauté de Communes Côte d'Émeraude constituent le territoire de compétence de l'OTI Dinard Côte d'Émeraude Tourisme et de ses 4 bureaux d'information touristique.

Le choix d'une structure associative a été fait par le Conseil Communautaire, avec une représentation des acteurs socio-professionnels au sein des organes décisionnels de l'office.



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



MEMBRES DU 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 2023) 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



SECRETÉAIRE
Michel PENHOUËT

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration se constitue de neuf membres élus représentatifs de la Communauté de Communes Côte d'Émeraude, ainsi que de dix socio-professionnels actifs au sein du territoire communautaire.

/ COLLÈGE DES SOCIO-PROFESSIONNELS



Elisabeth ORVEILLON



Chantal ROYANT



Maïté BERNARD



Stéphane FRETAY



Thibault DE FERRAND



Fabrice MORIN



Bruno VILT

/ COLLÈGE DES ÉLUS



Pascal GUICHARD



Pierre CONTIN



Patricia MARTINEAU



Natalie DOAT CHARPENTIER



François GRANIER



Réginald ROBIN



Bruno FONTAINE

Ces 19 membres collaborent étroitement avec la Directrice Générale, se réunissant à plusieurs reprises pour valider les actions prioritaires et axes stratégiques, visant à renforcer l'attractivité de la destination Dinard Côte d'Émeraude auprès des marchés nationaux et internationaux.

Il existe une synergie palpable et une volonté commune de collaborer pour dynamiser le territoire. L'efficacité touristique collective est renforcée par des relations privilégiées avec les acteurs touristiques.

TRAVAILLER
ENSEMBLE

n°03

UNE ÉQUIPE DE PROFESSIONNELS

L'accueil est l'ADN de notre métier. L'engagement qualité en est le moteur. Nous sommes toutes et tous au service des clientèles 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 2 secteurs :

ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE
ET TOURISTIQUE

/ ORGANIGRAMME



Patrick CELTON
PRÉSIDENT

POSITIONNER - STRU



Bénédicte QUELAVOINE
RESPONSABLE DU SECTEUR
ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

VALORISER - PROMOUVOIR - ACCUEILLIR - COMMUNIQUER

ACCUEIL, INFORMATION ET QUALITÉ



**Alizée
POULET**
Référente DINARD



**Hélène
DESSIER**
Référente
BIT Saint-Lunaire



**Pauline
BOUCKELLYOEN**
Référente
BIT Saint-Briac-sur-Mer



**Audrey
HASLÉ**
Référente
BIT Lancieux



**Virginie
PAGEOT**
Référente Back Office
et Conseillère en séjour

PROMOTION ET COMMUNICATION



Marine Paturel
Référente
Éditions et Presse



Hélène DESSIER
Assistante
communication



Jean RENEAUME
Réfèrent DATA
& base de données

Marie GUÉRIN
DIRECTRICE GÉNÉRALE



CTURER - MANAGER - REPRÉSENTER



Pauline BOUCKELLYOEN
Référente Qualité - R.A.Q



Julie HIARD
RESPONSABLE DU SECTEUR
DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE

VENDRE - FÉDÉRER - INNOVER

COMMERCIALISATION



Mylène RONCIN
Référente Partenariats
et socio-pros



Jocelyn Le Brice
Référent Groupes
et Tourisme d'Affaires



Céline LABRO
Référente boutique et
billetterie



Audrey HASLÉ
Référente Patrimoine
et visites guidées

INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE



Alizée POULET
Responsable du Pôle
& Destination Régionale



Thibault MONNIER
Référent Nautisme
et mobilités



Pauline BOUCKELLYOEN
Référente
Qualification de l'offre



Jean RENAUME
Référent
Tourisme Durable

13 ETP

3

ÉLÈVES ACCUEILLIS
(1 étudiant en stage
et 2 élèves de 3ème)

5
SAISONNIERS

FOCUS

VIE DE L'OFFICE
page 25

/ DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES OTI

Toute l'équipe bénéficie annuellement de formations visant à renforcer et enrichir leurs compétences professionnelles. Ces programmes englobent divers domaines tels que l'accueil, la stratégie, le management, le développement et la communication. Ils sont intégrés dans le parcours professionnel des salariés, favorisant ainsi leur progression au sein de leur poste actuel ou leur transition vers de nouveaux défis dans des secteurs différents. En plus d'aborder des aspects théoriques, ces formations peuvent aussi être conçues pour être pratiques, offrant aux participants l'opportunité de développer des compétences concrètes pour faire face à des situations réelles, comme en témoigne l'exemple de la formation « Sauveteur Secouriste au Travail ».

En 2023, nous avons également achevé la mise en place du SADI, le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information. Cette formation a été une occasion propice aux échanges entre toute l'équipe et les acteurs socio-professionnels du territoire. Elle nous a permis d'obtenir des indicateurs précis concernant les flux touristiques, tant en termes d'entrées que de sorties du territoire. De plus, elle a renforcé notre compréhension de nos différents profils de clients, ce qui s'est concrétisé par l'élaboration d'un plan d'actions personnalisé, venant compléter notre feuille de route stratégique 2023-2025.

/ FORMATION DES PARTENAIRES !

COLLABORATION ET INNOVATION :
L'Office de Tourisme aspire à une dynamique de co-construction, centrée sur des projets partagés et novateurs. À cet effet, l'OTI a initié divers ateliers et groupes de réflexion, couvrant des thématiques telles que le digital, la production de contenus, ainsi que la représentation des communes dans les outils de communication. Ces interactions ont engendré des discussions enrichissantes et des échanges bénéfiques. Découvrez la programmation complète !



FOCUS

SUR NOS PARTENAIRES
page 37

n°04

LES RÉSEAUX ET PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

● COMITÉ RÉGIONAL BRETAGNE TOURISME BRETAGNE

Créé en 1987, le Comité régional du tourisme de Bretagne, association loi 1901, se dédie au développement et à la promotion du tourisme breton, suivant le code du tourisme. Il offre ressources, outils, accompagnement et réseau pour valoriser la Bretagne comme une destination touristique durable et de premier choix.

● SENSATION BRETAGNE

Trente stations littorales bretonnes partageant une identité et des valeurs communes se regroupent autour d'une charte. Celle-ci assure un accueil de qualité et des expériences uniques à leurs visiteurs. Ensemble, elles mutualisent également leurs efforts de communication, incluant communiqués de presse et participations à des salons.

● CAD22 CÔTES D'ARMOR DESTINATION

L'Agence place l'attractivité du territoire et de ses acteurs au centre de sa mission, en se concentrant sur l'initiation, l'accompagnement de projets, ainsi que sur une promotion durable. Cet objectif est essentiel à toutes ses initiatives.

● ILLE-ET-VILAINE TOURISME

L'Agence de développement touristique d'Ille-et-Vilaine a pour principales missions la promotion et le développement touristique du département. Elle coordonne les actions avec ses partenaires, incluant élus, Offices de Tourisme, la Chambre de Commerce, syndicats professionnels, et les services du Conseil départemental. L'ADT, espace clé de concertation et d'information, remplit une mission de service public et collabore étroitement avec les niveaux départemental, régional et national.

● OTB / OFFICES DE TOURISME DE BRETAGNE

En partenariat avec les acteurs institutionnels du tourisme, la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne s'attache à structurer une offre touristique accessible (label tourisme et handi-cap, classement, formations) tout en favorisant le développement des compétences et de l'emploi de manière durable et solidaire. Elle agit comme un relais territorial et anime un réseau de 61 offices de tourisme et syndicats d'initiatives en Bretagne.

● ADN

ADN Tourisme, créée le 11 mars 2020, est le fruit de l'union des trois fédérations historiques du tourisme institutionnel : Offices de Tourisme de France, Tourisme & Territoires, et Destination Régions. En rassemblant les représentants des offices de tourisme, comités départementaux et régionaux, ADN Tourisme représente au niveau national, l'union de près de 1 300 structures, avec un budget global de 800 millions d'euros et 12 000 employés. Son objectif est d'offrir à ses membres des services innovants et une expertise de qualité, tout en développant des partenariats solides avec l'État, ses opérateurs et les acteurs privés, afin de promouvoir un tourisme innovant et respectueux des territoires.

● TERRES ÉMERAUDE «DESTINATION CAP FRÉHEL SAINT-MALO BAIE DU MONT SAINT-MICHEL»

Fondée en 1997, l'association Loi 1901 TERRES ÉMERAUDE rassemble les Offices de Tourisme de Dinard Côte d'Émeraude, Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel et Dinan Cap Fréhel Tourisme. Créée dans le but de mutualiser ressources humaines et financières pour la promotion de leur territoire, TERRES ÉMERAUDE joue également un rôle clé en tant que structure facilitatrice pour la promotion et la communication de la Destination Régionale Cap Fréhel Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel.

FOCUS

PAGE SUIVANTE





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.

POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE DE LA DESTINATION

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

Contrat de Destination 2023-2025

Depuis 2015, la Région Bretagne œuvre à soutenir le développement touristique de notre destination. Un travail collaboratif entre 5 EPCI, 3 Offices de Tourisme, [Dinard Côte d'Émeraude Tourisme, Destination Saint-Malo Baie du Mont Saint-Michel & Office de tourisme Dinan-Cap Fréhel] et une équipe de référents techniques pour des actions de développement mutualisées.

La Région Bretagne a signé un contrat triennal (2023-2025) avec la Destination afin de définir la coordination, la mise en œuvre et le financement des projets alignés sur notre stratégie. Le plan d'actions 2023-2025 s'articule autour

de la gestion des flux au cœur d'une destination touristique durable, avec quatre axes stratégiques :

GESTION DES FLUX
TOURISTIQUES LITTORAUX

DÉVELOPPEMENT DU
TOURISME INTÉRIEUR

PROMOTION DES MOBILITÉS
ALTERNATIVES

OBSERVATION, COMMUNI-
CATION ET ANIMATION DES
RÉSEAUX TOURISTIQUES.



Signature le
12 janvier 2024
au siège de la
Communauté de
Communes Bretagne
Romantique.

PÔLE ACCUEIL ET QUALITÉ

La Bretagne, destination prisée des visiteurs

En 2023, 67% des Français sont partis en week-end et/ou en vacances entre juillet et août, ce qui représente une augmentation de 3 % par rapport à l'année précédente. De plus, 42 % avaient l'intention de partir en vacances ou en week-end en septembre/octobre 2023, démontrant une intention plus marquée qu'en 2022. (source : Atout France)

La France demeure la destination privilégiée des français et la Bretagne conserve sa place dans le top 5 des régions les plus visitées durant l'été (source : Atout France).

UNE ÉQUIPE ENGAGÉE



Bénédicte QUELAVOINE
Responsable du secteur Attractivité Touristique



Alizée POULET
Référente DINARD



Hélène DESSIER
Référente
BIT Saint-Lunaire



Pauline BOUCKELLYOEN
Référente
BIT Saint-Briac-sur-Mer



Audrey HASLÉ
Référente BIT Lancieux



Virginie PAGEOT
Référente Back Office
et Conseillère en séjour



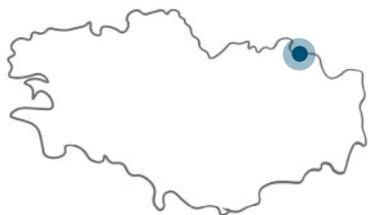
L'art

DE L'ACCUEIL TOURISTIQUE

Au cœur de l'Office de Tourisme, le travail d'accueil se déploie comme une invitation au voyage, guidant chaque visiteur vers des expériences uniques et mémorables.

Été 2023 en Bretagne une saison touristique dynamisée par le retour de la clientèle étrangère.

La fréquentation des hébergements touristiques bretons a encore augmenté cette saison, pour atteindre 22,5 millions de nuitées. Les touristes en provenance de l'étranger reviennent plus nombreux qu'en 2022, dépassant les niveaux d'avant la crise sanitaire. Parmi eux, les clients allemands, britanniques et néerlandais sont les plus présents en Bretagne. Les touristes résidant en France représentent toujours 80 % de la clientèle des établissements bretons ; ils sont néanmoins un peu moins nombreux au cœur de l'été que l'an passé. Les campings restent le mode d'hébergement privilégié et le nombre de nuitées y a encore augmenté cette saison, alors qu'il a légèrement diminué dans les hôtels et les autres hébergements collectifs de tourisme. [Source : Bretagne Tourisme].



Les chiffres clés de l'accueil

163 036
personnes accueillies

5 429 appels reçus

6 069 mails traités

1 246
conversations
via le Chat

1 035
courriers
envoyés

A

ACCUEIL

La fréquentation détaillée par espace d'accueil

Pour l'année 2023, une très légère diminution du nombre de visiteurs a été constatée à l'OTI. Néanmoins, cette année a également vu un élargissement de la période touristique. Concrètement, l'activité touristique s'est étendue, avec des performances particulièrement remarquables en septembre et octobre. Ce changement reflète une adaptation des comportements des voyageurs, influencée notamment par les conditions météorologiques, les encourageant à explorer notre région même hors de la saison estivale.

« Le printemps et un mois de septembre dynamique compensent un cœur de saison décevant pour les professionnels. »
(source : Tourisme Bretagne).



ESPACE DE DINARD

89 148 visiteurs
- 0.64 %
293 jours d'ouverture



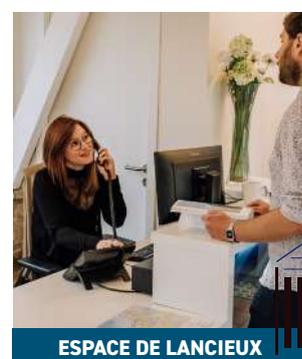
ESPACE DE SAINT-LUNAIRE

27 378 visiteurs
- 11.10 %
249 jours d'ouverture



ESPACE DE SAINT-BRIAC

27 652 visiteurs
- 3.86 %
240 jours d'ouverture



ESPACE DE LANCIEUX

18 858 visiteurs
+ 23.59 %
236 jours d'ouverture
(2 mois d'ouverture en plus que 2022)

L'accueil numérique

L'accueil numérique regroupe les messages privés reçus sur Facebook Messenger, Instagram et le Chat en ligne accessible depuis notre site internet.

Nous répondons aux messages Facebook et Chat en ligne dans un délai de 1h maximum en période d'ouverture.



Zoom sur nos visiteurs à Dinard Côte d'Émeraude Tourisme



89.6%



10.4%

Parmi les visiteurs français, les Bretons se positionnent encore cette année en première position. Le tourisme local conserve sa tendance à la hausse. Toutefois, en Bretagne, les conditions météorologiques ont conduit à une réduction de 6% dans le nombre d'excursions effectuées par les résidents bretons, due notamment aux pluies durant l'été et à une tempête en novembre. (source : Tourisme Bretagne).

Concernant les visiteurs internationaux, les statistiques de fréquentation restent constantes en comparaison avec l'année 2022. Notre région maintient son charme auprès des pays avoisinants, notamment les Belges, les Allemands, et les Anglais, qui demeurent les trois nationalités les plus présentes. Cette constance illustre l'attrait durable de notre région auprès de ces touristes, mettant en avant la qualité et le pouvoir attractif de notre proposition touristique.

FOCUS

LA QUALITÉ - CATÉGORIE I



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



Répartition des clientèles françaises

● Bretagne	35,9 %
● Ile-de-France	19,3 %
● Pays de la Loire	8,4 %
● Normandie	6,5 %
● Hauts-de-France	6,1 %
● Auvergne-Rhône-Alpes	5,9 %



Top 5 demandes « Loisirs »

Promenade, randonnée pédestre : 27,6 %
Fête / Spectacle / Manifestation : 18,3 %
Patrimoine culturel : 17,1 %
Patrimoine naturel : 11,1 %
Vélo / VTT / Voies Vertes : 7,1 %



Top 5 demandes « Pratiques »

Plans : 37,3 %
Transport : 14,6 %
Marées – Horaires : 8,2 %
Restauration : 7,1 %
Marché / Produits locaux : 6,4 %

Répartition des clientèles étrangères

● Allemagne	27 %
● Belgique	27 %
● Royaume-Uni	22 %
● Pays-Bas	8 %
● Espagne	6,5 %

Animation des espaces

Installation d'un corner durable

Dans le cadre de notre démarche vers un tourisme respectueux de l'environnement, nous avons créé des zones consacrées au développement durable au sein de tous nos espaces d'accueil. Notre but est de valoriser les merveilles naturelles, de partager l'importance de la biodiversité, d'éduquer nos visiteurs sur les pratiques écoresponsables pendant leurs séjours, et de mettre en lumière les activités en plein air prévues tout au long de l'année.



Aménagement du sas d'accueil - Dinard

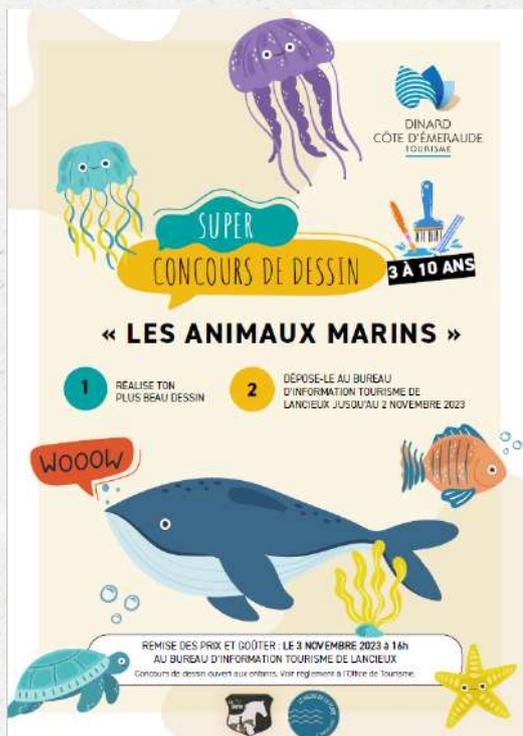
Comme en 2022, le sas d'entrée de Dinard est décoré au fil des saisons afin de mettre en lumière les grands événements. Les thématiques mises en avant en 2023 : nature, durable, Dinard Film Festival, Noël...



CONCOURS DE DESSINS

à Lancieux

Capitalisant sur le triomphe des sessions antérieures tenues en 2022, l'Office de Tourisme a renouvelé l'expérience de son concours de dessin au Bureau Information Tourisme de Lancieux lors des vacances de la Toussaint. Un total de 28 participants, divisés en quatre catégories, ont apporté leurs œuvres sur le thème des « animaux marins » ! La cérémonie de remise des prix s'est déroulée le vendredi 3 novembre 2023, marquée par un goûter chaleureux. Les lauréats ont reçu une panoplie de prix, incluant des jeux et des souvenirs offerts par Dinard Côte d'Émeraude Tourisme, des cadeaux du Bazar de la Plage et une demi-journée de stage au Ty Haras.



Excellence

Engagements et Qualité Touristique

Le service Qualité Tourisme s'érige en garant des standards d'excellence, assurant aux visiteurs des prestations et des expériences d'une qualité irréprochable.



Espace d'accueil de Dinard

La Qualité : un projet d'équipe !

Dinard Côte d'Émeraude Tourisme est engagé dans une démarche qualité et a obtenu la marque nationale Qualité Tourisme™ en avril 2019.

Son renouvellement intervenant tous les 5 ans, l'année 2023 a été consacrée à une préparation minutieuse en vue de maintenir cette distinction. Afin de nous préparer au mieux, un audit blanc a été réalisé les 28 et 29 novembre 2023, en collaboration avec notre accompagnatrice, Brigitte Le Blevenec. Ce test préliminaire s'est révélé très prometteur, laissant présager un succès lors de l'audit complet de mars 2024. Notre audit complet était programmé pour les 11 et 12 mars 2024.

Nous sommes aujourd'hui fiers d'annoncer que le renouvellement de notre marque s'est conclu avec un remarquable score de 97,35 %

Notre engagement envers la qualité vise à assurer un accueil professionnel, des services de haute qualité et un système d'écoute client constant pour nous améliorer en permanence !

Une équipe menée par la RAQ

Pauline est membre de l'équipe de Dinard Côte d'Émeraude Tourisme depuis près de deux ans. Son parcours s'inscrit naturellement dans la suite de son cursus académique et de son expérience précédente au sein de l'Agence Départementale du Tourisme de Touraine où elle a contribué en tant qu'auditrice mystère pour la marque Qualité Tourisme. Elle trouve une réelle satisfaction à rassembler les équipes et à assurer le respect des critères qualité à travers de nombreux outils.

L'objectif de la référente qualité est de veiller à la coordination et au maintien de la marque en mobilisant l'ensemble des services. Pour ce faire, elle doit mettre en place différents outils, organiser des ateliers et initiatives visant à favoriser la collaboration et l'engagement de chaque membre de l'équipe au service de la qualité.

Des tests mystères (mails, chat en ligne) ont été mis en place en juillet pour analyser les résultats et les réponses fournies par l'équipe. Ces tests visent à identifier des axes d'amélioration éventuels, qui seront ensuite traités lors d'ateliers. Les résultats sont globalement très satisfaisants !



NOS PRINCIPAUX ENGAGEMENTS ENVERS NOS VISITEURS :

- Être attentif et prévenant envers notre clientèle ;
- Maîtriser plusieurs langues étrangères ;
- Offrir des conseils personnalisés adaptés à chaque client ;
- Communiquer des informations claires et précises ;
- Garantir la propreté et le confort de nos espaces d'accueil ;
- Faciliter la découverte d'une destination préservée ;
- Proposer le conseil et la vente de billets de transports, de visites guidées, de billets de spectacles ou encore boutique ;
- Prendre en considération les retours et avis de nos clients.

Ce dernier point constitue l'écoute client à laquelle nous portons une attention particulière.

Effectivement, un grand nombre de voyageurs décident de leur destination en se fiant aux recommandations de leurs proches, qu'il s'agisse d'amis ou de membres de leur famille. Cette approche témoigne de l'influence significative des expériences personnelles partagées dans le processus de sélection d'une destination de voyage.

- 917 questionnaires de satisfaction collectés dans nos espaces d'accueil

- 44 questionnaires de satisfaction récoltés en ligne (via l'adresse mail)

- Avis en ligne : 82 avis Google My Business et 3 avis TripAdvisor (tous bureaux confondus)

Nous relevons aussi quotidiennement les remarques orales, suggestions, réclamations et les retranscrivons dans un tableau en commun :

- 150 remarques orales

- 7 dossiers de réclamations

Chaque année, un bilan de l'écoute client est réalisé et présenté lors de la réunion du Groupe Qualité de Destination, permettant ainsi de présenter les retours des visiteurs et de mettre en œuvre des actions correctives si nécessaire. La dernière réunion de ce groupe s'est déroulée le 19 décembre 2023, au cours de laquelle les points importants ont été abordés et un tableau d'actions correctives a été établi pour assurer leur suivi.

Renforcement de la Qualité et Préparation à l'Audit

Au cours de l'année 2023, une série d'ateliers et de rencontres a été organisée, y compris avant le début de la saison. Un point d'orgue a été l'atelier d'octobre, mené en partenariat avec Karen Paillat, la responsable de la Qualité Tourisme à Offices de Tourisme de Bretagne. L'objectif de cette session était de collaborer avec notre équipe de conseillers en séjour pour aborder des éléments clés tels que la qualité du conseil, l'accueil à distance et en personne, ainsi que la satisfaction des visiteurs. Nous visons à préserver un standard d'excellence dans l'accueil, à renforcer l'esprit d'équipe et à nous préparer pour l'audit blanc prévu en novembre 2023, avant l'audit complet de mars 2024.



LA CATÉGORIE I

Dinard Côte d'Émeraude Tourisme a obtenu son classement en CATÉGORIE I par arrêté préfectoral le 29 avril 2019. Ce classement étant valide 5 ans, le dossier de renouvellement a été déposé fin mars 2024.



PÔLE

PROMOTION ET COMMUNICATION

UNE ÉQUIPE CRÉATIVE



Bénédicte QUELAVOINE
Responsable du secteur Attractivité Touristique



Marine Paturel
Référente Éditions et Presse



Hélène DESSIER
Assistante communication



Jean RENAUME
Référent DATA & base de données





Stratégie

VISIBILITÉ & IMPULSION

Le Pôle Promotion et Communication dynamise l'image et la notoriété du territoire, déployant des campagnes créatives et ciblées pour captiver et engager un public toujours plus large.



La stratégie de positionnement et l'attractivité du territoire

La stratégie de Dinard Côte d'Émeraude est celle d'un Tourisme choisi (territoire de prestige), d'une valorisation des grands espaces et d'un environnement préservé. À ces axes prioritaires s'ajoutent deux ingrédients incontournables au « bien-vivre » sur le territoire : le tourisme durable et le respect des normes environnementales. Les singularités et les valeurs de notre territoire en sont les atouts différenciants.

les 4 tendances marketing sont :

- la mer & le nautisme (nature généreuse)
- l'art & les métiers de savoir-faire (génie humain)
- un patrimoine d'exception
- des événements culturels et sportifs internationaux

Les 4 cibles marketing sont :

- Les couples sans enfants avec deux revenus
- Les familles
- Les Résidents secondaires
- Les séniors (à la fois actifs jusqu'à 64 ans mais aussi les jeunes retraités jusqu'à 75 ans).

Les ambitions et enjeux

- Faire découvrir, venir et fidéliser une clientèle dont les principales cibles sont les couples sans enfants à double revenu et les familles au sens large.
- Faire du territoire une destination 4 saisons (objectif : irriguer les flux tout au long de l'année).
- Promouvoir les pépites du territoire (lieux touristiques moins connus du grand public) et les aménagements qui se finaliseront au fil des années (ce qui nécessite une adaptation des actions en fonction des innovations).

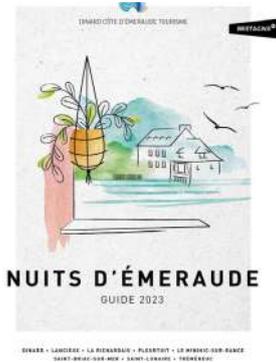
La volonté est de recentrer notre communication autour des besoins et contraintes des voyageurs et les aider à programmer et réserver leur séjour.

Nos supports de communication doivent être immersifs et cohérents selon les saisons afin de donner un avant-goût de Dinard Côte d'Émeraude.

L'expérience utilisateur sera améliorée en mettant le voyageur au cœur et en transformant sa navigation ou sa lecture en voyage.



visiteurs (familles, individuels, couples, groupes) pour toute l'année, reflétant notre offre à travers les quatre saisons. Ces brochures sont accessibles en ligne sur notre site web et disponibles dans nos quatre points d'accueil, avec une distribution spéciale aux partenaires pour qu'ils puissent les proposer dans leurs établissements.



Magazine : 15 000 exemplaires
Hébergements : 5 000 exemplaires
Gourmand : 10 000 exemplaires
Arts : 5 000 exemplaires
Nautisme : 4 000 exemplaires

Éditions

CRÉATIVITÉ ET RÉDACTION

Le Service Éditions façonne des récits captivants et des guides pratiques, enrichissant le voyage de connaissances et de découvertes, au cœur de la littérature touristique.



Les éditions 2023

2022 marquant la dernière année de notre contrat avec l'agence Ekoute, nous avons lancé un appel d'offres pour choisir l'agence avec laquelle travailler à partir de 2023.

Fort de leur connaissance de notre territoire et avec une proposition graphique sans cesse renouvelée, l'agence Ekoute a remporté à nouveau le marché. Leur style élégant et épuré se distingue par l'utilisation de dessins minimalistes en noir et blanc, des aquarelles aux teintes vives, une mise en avant photographique de l'authenticité de nos paysages, et un choix de papier à effet recyclé, soulignant notre engagement envers la durabilité.

L'accent a également été mis sur la mise en valeur de nos partenaires dans les diverses publications. Des sections éditoriales spécifiques ont été développées pour guider à la fois les nouveaux visiteurs et les habitués, proposant des activités adaptées à chaque type de

Les nouveautés de 2023

- Un dossier « histoire et patrimoine » qui aborde une thématique différente chaque année. Thème 2023 : « l'hôtellerie de la belle époque à aujourd'hui, l'art de recevoir ». L'objectif est de valoriser une histoire riche et de mettre en lumière les visites guidées proposées.
- Des pages éditoriales ont été créées afin d'éclairer les primo-visiteurs comme les fidèles sur les activités à faire tout au long de l'année. Un dossier de 8 pages éditoriales appelé « une expérience à chaque saison » propose des activités pour chacune des 4 saisons et par cible (famille, solo, duo, groupes). L'objectif est de tendre à lisser la fréquentation sur l'année en valorisant les ailes de saison, tout en répondant aux attentes de nos clientèles bien identifiées grâce au SADI.



Par anticipation, dès 2022, nous avons fait appel à l'un de nos partenaires, **Renaud Photographie** basé à Lancieux, afin de réaliser un reportage photos reflétant l'ambiance choisie par l'agence : une douceur de vivre un peu bohème et des paysages sublimes.



Des guides en commun avec les réseaux

LE MAGAZINE DESTINATION BRETAGNE
1 350 exemplaires

Il est réalisé par Sensation Bretagne, réseau de stations littorales bretonnes (29 stations en 2023, dont Dinard), unies par une identité et des valeurs communes et qui s'associent pour garantir un accueil de qualité.



Les plans touristiques

Les plans touristiques ont été actualisés et leurs couvertures adaptées à la nouvelle charte graphique (10 000 Dinard, 5 000 Saint-Lunaire; Saint-Briac-sur-Mer, 5 000 Lancieux) et déclinés en plans de poche : 15 000 par station et 37 500 pour Dinard.



Les nouveautés de 2023

- Sur le plan, l'ajout de repères pour les bornes de recharge de véhicule électrique, question de plus en plus récurrente dans nos espaces d'accueil, et les défibrillateurs pour des raisons de sécurité.
- Au verso, une mise en page cohérente avec la charte graphique et plus épurée pour faire ressortir les itinéraires pédestres et vélo et le zoom sur la biodiversité.

Les guides thématiques

Les guides thématiques, réalisés en interne, ont été diffusés dans nos 4 espaces d'accueil, envoyés par courrier à la demande ainsi qu'en téléchargement gratuit sur notre site internet. Afin de répondre à la demande, de nouveaux guides ont vu le jour en 2023 :

- **Le guide des éco-gestes des vacances**, pour continuer à réduire ses déchets et avoir un impact positif pendant son séjour.
- **Les sites naturels et acteurs territoriaux engagés**, pour découvrir une nature préservée et les acteurs qui luttent pour la biodiversité.



Digital

INNOVATION ET SERVICES

Au sein du Service Digital, l'innovation et la technologie se conjuguent pour transformer l'expérience touristique, rendant chaque aventure plus accessible, interactive et enrichissante.



Les chiffres clés du web

358 374 utilisateurs

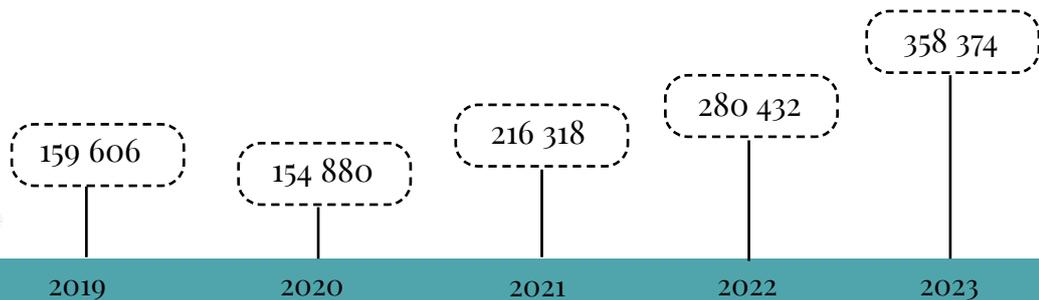
352 000
nouveaux utilisateurs

1 041 866 pages vues

1 min 29

Durée moy. des sessions

+27.8 %
d'utilisation par rapport à 2023



évolution de la fréquentation du site ces dernières années.

L'audience de notre site internet reflète une diversité géographique et démographique, essentielle pour comprendre l'étendue de notre portée. Les visiteurs proviennent principalement de France, largement en tête, suivie par la Belgique, le Royaume-Uni et l'Allemagne. Cette répartition géographique témoigne de notre capacité à captiver un public au-delà des frontières nationales grâce à un site traduit en 3 langues.

Les internautes

Notre audience se compose d'une majorité de femmes représentant 60,9 % de nos visiteurs, contre 39,1 % d'hommes. En ce qui concerne la provenance locale de notre audience française, les villes de Paris, Saint-Malo, Rennes et Nantes se distinguent.

Cette concentration géographique indique où nos efforts de marketing et de communication peuvent être le plus efficacement ciblés pour stimuler encore plus l'engagement.

L'âge de nos visiteurs couvre un spectre assez large, avec une prédominance chez les 35-44 ans. Cette catégorie d'âge est suivie de près par les 25-34 ans, puis par les 45-54 ans. notre public.

L'analyse de notre audience met en évidence une diversité et une spécificité qui sont cruciales pour orienter nos actions futures.

Retour sur le Grand Jeu de Noël



2 938 participants !

Durant la période du 9 au 23 décembre 2023, notre jeu de Noël a brillé pour sa cinquième édition avec un renouvellement graphique, parfaitement adapté à tous les appareils grâce à sa version responsive.

Le jeu a su captiver notre audience en mettant à l'honneur le Gallic, le siège emblématique de l'Office de Tourisme. Les fenêtres du bâtiment, rendues interactives, invitaient à la découverte et à la participation, offrant la possibilité de gagner parmi 114 lots grâce à la générosité de 63 partenaires donateurs. Chaque fenêtre dissimulait un élément représentatif des différentes communes, ajoutant une touche d'identité locale au jeu.

La boutique en ligne

En 2023, la boutique en ligne a atteint 157 846 visites sur notre site web, démontrant l'intérêt croissant de notre audience pour nos initiatives et projets. Cette belle vitrine numérique a permis de renforcer notre visibilité et de promouvoir efficacement nos actions et nos valeurs.

157 846 visites
en 2023

23
inscriptions

23
produits achetés

14
commandes effectuées

Nous avons également pris des mesures proactives pour moderniser notre communication et nos outils de diffusion. Les fiches des produits ont été remises au goût du jour. Avec l'introduction de nouveaux visuels captivants et l'élargissement de notre offre, nous avons cherché à créer une expérience plus engageante et informative pour nos visiteurs. Ces améliorations ont eu un impact positif sur notre capacité à informer, impliquer et inspirer notre communauté.

D
DIGITAL



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.

Eloha

Le système de réservation en ligne a peu évolué sur l'année 2023. Les propriétaires de meublés utilisant le système pour leur établissement ont pu bénéficier d'une remise à niveau s'ils le souhaitent. À leur demande, la mise à jour annuelle pour l'année 2023 a fait l'objet d'un contrôle de la part de la référente, pour éviter toute mauvaise saisie. Le système a été proposé systématiquement aux nouveaux partenaires 2023.

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.



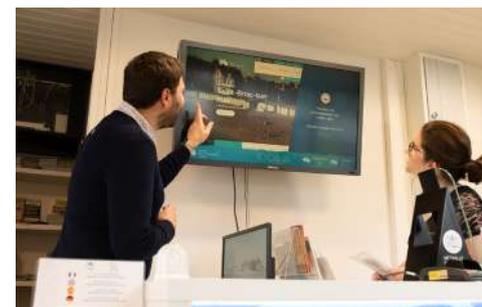
Des nouvelles bornes interactives extérieures ont été installées en 2023 à Saint-Lunaire, Saint-Briac-sur-mer et Lancieux.

Il s'agit de mobiliers que nous avons fait personnaliser avec les couleurs de cabines ou tentes des stations respectives.

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.



Réseaux

Facebook | Instagram | LinkedIn

Le Community Manager tisse des liens étroits avec la communauté, animant les échanges et partageant les moments forts pour enrichir l'expérience touristique dans un esprit de partage et d'engagement.



Facebook | 29500 Followers

Facebook est l'un des réseaux sociaux les plus populaires et les plus largement utilisés dans le monde entier. La plateforme permet aux utilisateurs de créer des profils personnels, d'ajouter des amis, de publier des mises à jour, des photos et des vidéos, de rejoindre des groupes et des événements, et de communiquer via des messages privés ou des commentaires publics.

Notre présence sur Facebook nous permet de promouvoir notre territoire en ciblant des publics spécifiques en fonction de divers critères démographiques, géographiques et de centres d'intérêts.

NOTRE AUDIENCE

Sur Facebook, 64% de notre audience est composée de femmes. Les tranches d'âge les plus représentées sont les 45-54 ans, suivie de près par les 35-44 ans et 55-64 ans. Notre audience se situe principalement à Paris, Rennes et en Pays de Saint-Malo.

171 photos et vidéos publiées	11 709 806 vues
167 534 mentions j'aime (980 en moy. par publication)	5 693 commentaires
	19 205 partages

Les médias sociaux occupent une place primordiale dans le processus de sélection des destinations. C'est pourquoi Dinard Côte d'Émeraude Tourisme continue son engagement sur les plateformes en multipliant la production de contenus variés tels que des vidéos, des photos et des articles. Notre stratégie éditoriale est claire : charmer les visiteurs en leur offrant des contenus visuels de haute qualité, accompagnés de textes concis et pertinents.

Le top 3 | Les publications ayant rencontré le plus de succès en 2023 sur Facebook.



Jeux-concours |

En 2023, nous avons réalisé deux jeux-concours en partenariat avec Vent de Voyage et Les Bateaux Rouges.

Instagram | 16410 abonnés

Instagram est une plateforme de médias sociaux axée sur le partage de photos et de vidéos qui compte des centaines de millions d'utilisateurs actifs chaque mois.

Notre présence sur Instagram nous permet de partager du contenu photo et vidéo, promouvoir notre territoire, et interagir avec nos abonnés.



R
RÉSEAUX
SOCIAUX

NOTRE AUDIENCE

Sur Instagram, notre audience est composée de 65% de femmes. Les tranches d'âge les plus représentées sont les 35-44 ans et les 45-54 ans. Notre audience se situe principalement à Paris, Rennes et en Pays de Saint-Malo.

168 photos et vidéos publiées	960 817 vues
97 848 mentions j'aime (582 en moy. par publication)	1 376 commentaires



LinkedIn | 1043 abonnés

LinkedIn est un réseau social professionnel en ligne qui est principalement utilisé pour le réseautage professionnel, la recherche d'emploi et le développement de carrière.

Depuis la fin de l'année 2019, Dinard Côte d'Émeraude Tourisme a établi sa présence sur LinkedIn. Les contenus partagés sur cette plateforme incluent, entre autres, les actions de promotion de l'Office de Tourisme, les offres d'emploi, les derniers outils de communication.

32 posts	25 794 vues
1127 mentions j'aime	24 commentaires

Les baromètres des réseaux sociaux |

L'agence de communication We Like Travel a publié jusqu'en septembre 2023 un baromètre mensuel classifiant la présence des Offices de Tourisme de France sur les réseaux sociaux.

En 2023, Dinard Côte d'Émeraude Tourisme a chaque mois figuré dans le top 100 des destinations françaises, et dans le top 5 des destinations bretonnes sept mois sur les neuf audités.

Ce baromètre est effectué grâce au calcul du taux d'engagement, ce qui correspond au taux de personnes interagissant avec notre contenu (mentions « j'aime », commentaires, partages).

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 moyenne, notre taux d'engagement était de 4,7% sur Facebook et de 4,2% sur Instagram.

We Like Travel a arrêté la publication de ces baromètres en octobre 2023.

Réputation

Soigner sa e-réputation



Au cœur de la stratégie numérique, la gestion de la e-réputation est essentielle pour bâtir la confiance et valoriser l'image de marque, garantissant une perception positive auprès du public.

La e-réputation, ou réputation en ligne, est formée par les avis sur les sites d'évaluation en ligne. Dinard Côte d'Émeraude Tourisme est présent sur deux sites : Trip Advisor et Google Avis.

La e-réputation joue un rôle crucial dans la manière dont notre Office de Tourisme est perçu par nos visiteurs et nos potentiels futurs visiteurs. Une e-réputation positive peut renforcer la confiance et l'attrait de notre destination, tandis qu'une e-réputation négative peut entraîner des répercussions néfastes.

La gestion de la e-réputation consiste à surveiller la publication d'avis et de commentaires laissés sur nos quatre pages Google Avis et nos quatre fiches Trip Advisor. Cela inclut également la réponse à tous les commentaires et avis.

Google Avis |



Nous disposons d'une fiche Google par espace d'accueil. Les internautes peuvent laisser une note allant de 1 à 5 étoiles, ainsi qu'un commentaire.

Dinard : 502 avis pour une note de 4,4/5
Lancieux : 60 avis pour une note de 4,1/5
Saint-Briac-sur-Mer : 207 avis pour une note de 4,4/5
Saint-Lunaire : 93 avis pour une note de 4,4/5

TripAdvisor |



Nous disposons d'une fiche Trip Advisor par espace d'accueil. Les fiches de Lancieux, Saint-Briac-sur-Mer et Saint-Lunaire ayant été créées dans le courant de l'année 2023, nous avons pour l'instant reçu des avis uniquement sur notre fiche de l'espace d'accueil de Dinard.

Nous avons reçu 8 avis pour une note globale de 5/5.

Promotion

IMPACT

Le Service Promotion conçoit et met en œuvre des stratégies innovantes pour mettre en lumière les attraits touristiques, créant un impact durable sur l'attrait et la préférence des visiteurs.



Dinard Côte d'Émeraude Tourisme s'engage à promouvoir l'ensemble du territoire, célèbre pour son patrimoine naturel exceptionnel, ses plages et son élégance intemporelle.

Dans le cadre de notre stratégie de promotion et de communication, nous avons soigneusement sélectionné nos cibles et marchés prioritaires afin d'optimiser notre rayonnement et d'attirer un public diversifié.

Marchés Français : Notre stratégie vise en premier lieu à renforcer notre présence au sein de l'Hexagone, en ciblant spécifiquement trois régions clés : L'Île-de-France, Le Grand Ouest et l'Auvergne-Rhône-Alpes.

Marchés Étrangers : Sur le plan international, l'Office de Tourisme s'oriente vers des marchés européens

stratégiques, chacun choisi pour son potentiel unique. La Belgique, l'Allemagne, les Pays-Bas, la Suisse et le Royaume-Uni sont nos marchés privilégiés. Ces pays, avec leur proximité géographique et leur intérêt marqué pour les destinations culturelles et naturelles, constituent des bassins de touristes à fort potentiel. Notre objectif est de séduire ces visiteurs à travers des campagnes de communication ciblées, en mettant en avant les atouts uniques de Dinard et de la Côte d'Émeraude, allant des événements culturels de renom aux activités de loisirs en plein air, en passant par le bien-être et la gastronomie.

Actions sur le marché français

Le Salon de l'Agriculture

Dinard Côte d'Émeraude Tourisme est fier de marquer sa présence au Salon de l'Agriculture à Paris, événement phare rassemblant passionnés, professionnels et grand public autour des merveilles de l'agroalimentaire et de l'agriculture française.



Ce salon offre une plateforme exceptionnelle pour valoriser les produits du terroir de notre région, témoignant de la richesse de notre patrimoine culinaire et agricole. En participant à cet événement d'envergure, nous visons à renforcer le lien entre savoir-faire et tourisme, mettant en lumière l'authenticité et la qualité de notre offre auprès d'un large public. Cette présence souligne notre engagement à promouvoir la diversité et l'excellence des produits de la Côte d'Émeraude, attirant ainsi les visiteurs désireux de découvrir les saveurs uniques de notre belle région. En partenariat avec Sensation Bretagne.



Réalisation de contenus | Photos

L'Office a passer commandes de deux reportages photos, capturant l'essence de notre magnifique région sous deux angles complémentaires : le nautisme et la diversité de nos paysages côtiers.

1 - Pierrick Contin : L'Esprit Nautique de la Côte d'Émeraude.

Ce reportage plonge au cœur de l'univers nautique qui anime la Côte d'Émeraude.



2 - Emeric Jezequel : Une exploration en deux jours en arrière saison. Emeric Jezequel, avec sa sensibilité artistique et son regard attentif, nous emmène dans un voyage photographique, explorant la diversité et la beauté de notre territoire.

En partenariat avec Sensation Bretagne.

Réalisation de contenus | Vidéos

Une nouvelle collaboration avec Wem Production pour la réalisation d'une vidéo célébrant le printemps sur notre magnifique littoral. Ce projet visuel narratif met en scène deux couples (30 ans et 60 ans) explorant la Côte d'Émeraude, s'immergeant dans le renouveau et la beauté de la saison des fleurs.



Trois vidéos additionnelles axées sur la thématique «hors saison» ont été produites par Tristan Gouerou, en collaboration avec Sensation Bretagne. Conçues spécialement pour Instagram, ces vidéos adoptent un format portrait. De plus, des séquences brutes ont été mises à disposition pour satisfaire les besoins des journalistes et des pro-

grammes télévisés. Merci au Royal Emeraude pour son accueil et au Wishbone pour sa participation.



Les campagnes radio

FRANCE BLEU ARMORIQUE

Offices de Tourisme de Bretagne et France Bleu Armorique ont renouvelé leur partenariat, nous offrant des espaces de diffusion de 3 minutes durant les vacances de la zone B. Cette initiative permet la mise en lumière de divers acteurs de la région. en 2023 : Le jardin briacin, Mō Céramique, Vent de voyage, l'adjoite à la culture, aux sports et aux associations de Saint-Lunaire et l'association Chapelle Saint-Buc ont bénéficié d'un passage.

RADIO PAROLE DE VIE

Six chroniques estivales concoctées par l'OT, explorant des thèmes variés pour profiter de la Côte d'Émeraude ont été diffusées. Nouveauté de cette année, l'extension de ces chroniques aux vacances de la Toussaint avec quatre nouvelles émissions, enrichissant ainsi l'offre de contenus autour des vacances nature, culturelles, familiales et des découvertes insolites de la région. Ce partenariat renforcé et ces initiatives montrent l'engagement de l'Office de Tourisme à promouvoir la diversité et la beauté de la Bretagne à travers des formats radiophoniques accessibles et captivants.

Publi-rédac

LES PARTENARIATS 2023

Le Service Promotion et Communication de Dinard Côte d'Émeraude Tourisme gère en interne la création de ses contenus visuels et rédactionnels, tout en sélectionnant méticuleusement les médias adaptés pour leur diffusion.



L'élaboration de contenus publi-rédactionnels et la mise en place d'encarts publicitaires dans les médias constituent des leviers stratégiques indispensables pour Dinard Côte d'Émeraude Tourisme. Ces outils de communication permettent de présenter notre destination sous un jour nouveau et captivant, en tissant des récits qui résonnent avec les aspirations des lecteurs et spectateurs. Ils offrent une vitrine privilégiée pour démontrer la richesse et la diversité de l'offre touristique de la région, contribuant ainsi à séduire et à attirer une audience variée. En investissant dans ces formats publicitaires, nous assurons une visibilité maximale de Dinard et de la Côte d'Émeraude, renforçant notre positionnement comme destination de choix pour des expériences inoubliables.

Au-delà des collaborations éditoriales enrichissantes, Dinard Côte d'Émeraude Tourisme bénéficie également de parutions gracieuses dans des publications de renom telles que Quintesis/Eiffage et le Dinard Festival du Film Britannique, soulignant ainsi l'attrait et l'intérêt porté à notre destination. Cette reconnaissance s'ajoute à notre stratégie proactive de promotion du territoire, pour laquelle un budget spécifique a été alloué afin de cibler efficacement nos marchés clés à travers une sélection de médias pertinents.

Nous avons le plaisir de participer à des éditions spéciales «Été Indien» dans Femme Actuelle, visant des audiences régionales stratégiques, avec des parutions dans les éditions d'Île de France, de Bretagne, et d'Auvergne-Rhône-Alpes, touchant ainsi un public total de près d'un million de lecteurs. Ces insertions sont sorties respectivement le 11, 18, et 25 septembre.

Yachting Classique a accueilli une page dédiée à notre territoire, marquant une approche ciblée vers les amateurs de nautisme et de yachting, un segment important pour Dinard et la Côte d'Émeraude. Cette insertion est sortie en septembre.

Notre présence éditoriale s'étend également à des publications de prestige en fin d'année, avec des parutions dans GEO, célébrant la magie de Noël en Île de France, et dans Madame Figaro, permettant de toucher une audience féminine et élégante à la recherche d'exclusivité et de raffinement pour les fêtes de fin d'année.

Ces initiatives reflètent notre engagement à promouvoir la richesse et la diversité de Dinard Côte d'Émeraude, en mettant en œuvre une stratégie de communication dynamique et ciblée pour attirer des visiteurs tout au long de l'année.



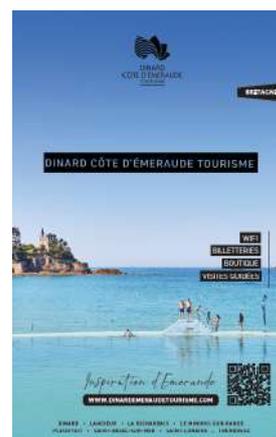
● Madame Figaro



● GEO



● Yachting Classique

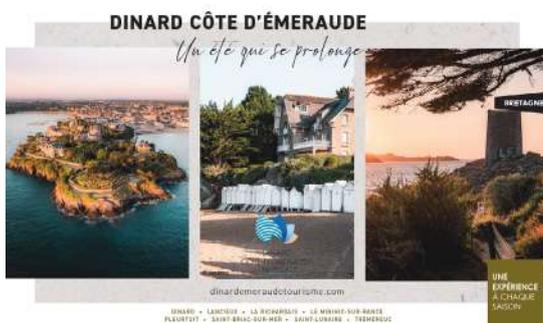


● Vivre à Dinard / Quintesis

Le display

Le display, ou publicité display, est une forme de publicité en ligne qui implique l'intégration de messages publicitaires visuels sur des sites web, des réseaux sociaux, ou d'autres plateformes digitales. Cela vise à accroître la notoriété de notre territoire et à attirer le trafic vers le site web. Grâce à sa capacité à cibler des audiences spécifiques basées sur leurs intérêts, comportements, ou données démographiques, le display est devenu un outil incontournable dans les stratégies de marketing digital.

Dans le cadre de notre stratégie de promotion numérique, Dinard Côte d'Émeraude Tourisme a lancé une campagne de publicité display en collaboration avec «Le Parisien Week-end». Cette action nous a permis d'atteindre une audience significative avec 300 000 impressions. Nous avons fourni pour cela des éléments visuels : Une bannière mobile, un display grand angle, un habillage d'article, un habillage «Home» et un display «pave». Tout cela a servi à faire la promotion de la destination pendant plusieurs semaines.



● Femme actuelle Bretagne / Île de France / Auvergne Rhône Alpes



● Les maquettes



● Festival du Film Britannique



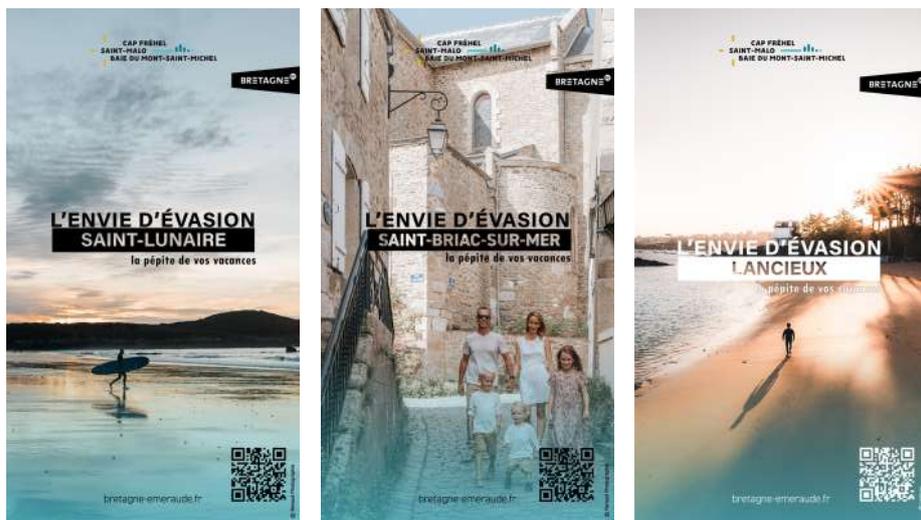
● En situation

Promotion Grand Ouest avec Médiagares

Une campagne de promotion a été mise en place en collaboration avec Médiagares et Terres Émeraude, focalisée sur des supports digitaux et print. Cette campagne s'est déroulée en deux volets principaux :

VOLET DIGITAL | Des vagues digitales ont été lancées dans les gares du Mans et de La Baule, ciblant les heures de grande affluence, soit de 7h à 11h et de 16h à 21h. À La Baule, trois dispositifs publicitaires digitaux ont été déployés, tandis que Le Mans bénéficiait de dix mobiliers, assurant une présence marquée sur une période de deux semaines.

VOLET PRINT | En parallèle, une campagne d'affichage print a été lancée dans plusieurs régions clés, notamment en Haute et Basse Normandie, Loire Atlantique, Laval, et Maine-et-Loire. Cette approche traditionnelle mais efficace a permis d'étendre la portée de la campagne, touchant un public encore plus large.



● Exemples d'affichages

Voyage à l'Ouest

ACTION OUEST-FRANCE

Le Service Promotion et Communication de Dinard Côte d'Émeraude Tourisme gère en interne la création de ses contenus visuels et rédactionnels, tout en sélectionnant méticuleusement les médias adaptés pour leur diffusion.

En partenariat avec Ouest-France et Terres Émeraude |

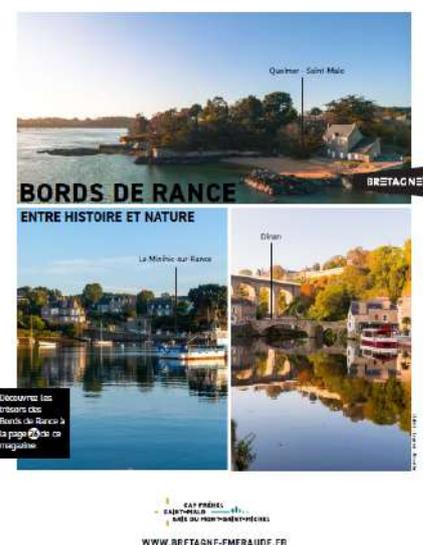
Le numéro 9 du magazine «Voyages à l'Ouest», dédié à «La Rance» est sorti le 27 décembre. Sur 20 pages, les journalistes explorent l'histoire et les trésors du territoire, avec des focus spécifiques comme par exemple sur le Barrage de la Rance. Six propositions de balades randonnées sont également suggérées. Une carte souligne 5 activités incontournables et une sélection d'adresses recommandées. Terres Émeraude a pu apporter son regard sur les éléments mis en avant.

L'annonce de la sortie a été faite via 30 insertions dans Ouest-France, relayée sur le site internet de Ouest-France et dans une newsletter envoyée à 127 093 abonnés, promettant une ouverture à 15 %.

Une distribution de 500 exemplaires par Office de Tourisme a eu lieu, ainsi qu'une opération de street marketing, distribuant 6 500 exemplaires dans les gares de Rennes, de Nantes et à la gare Montparnasse à la veille des vacances de Noël.



Un jeu concours offrira un weekend à une base de données de 300 000 contacts, avec récupération des données des participants [Jeu sur 2024]. Et deux opérations de street marketing sont planifiées sur 2024.



Dernière de couverture réalisée par Dinard Côte d'Émeraude pour 13 000 exemplaires

Actions sur les marchés étrangers

Le Salon des Vacances | Belgique

Dinard Côte d'Émeraude Tourisme était présent sur le Salon des Vacances de Bruxelles, en partenariat avec Sensation Bretagne et Terres Émeraude. Il rassemble plus de 350 exposants et 800 sous-exposants, ciblant principalement les familles et les DINKS (couples à double revenu sans enfants). La proximité de la Bretagne et l'attrait pour des sites comme le Mont Saint-Michel ont été mis en avant lors des quatre jours de salon. Les visiteurs belges, intéressés et fidèles à la Bretagne ont sollicité des informations sur les hébergements, les itinéraires de vélo et de randonnée, ainsi que des plans de la région.



Opération En Selle | Belgique

Cette campagne de promotion, réalisée en collaboration avec Atout France et Terres Émeraude, vise à promouvoir le cyclotourisme sur le territoire en mettant en avant les produits et itinéraires disponibles pour les cyclistes. La campagne cherche à augmenter la notoriété de la destination et à générer du trafic vers la page dédiée à la campagne.



Dispositif sur France.fr :

Sept pages dédiées, en versions française et néerlandaise, offrent une présentation complète de la destination, incluant des liens vers le site officiel bretagne-émeraude.fr. Chaque page propose une illustration de la destination à travers diverses thématiques, reflétant ses attraits majeurs. Pour chaque thématique, trois expériences sont mises en avant, fournissant des recommandations pratiques sur la gastronomie, l'hébergement, et «le petit plus».

E-newsletter dédiée :

Une newsletter spécifique au vélo, atteignant un taux d'ouverture de 34,30% pour 12 000 ouvertures. Elle est diffusée en français et néerlandais à 43 865 contacts qualifiés, déclenchant 26 000 clics et générant 3 millions d'impressions sur Facebook, avec un coût par clic de 0,14 €.

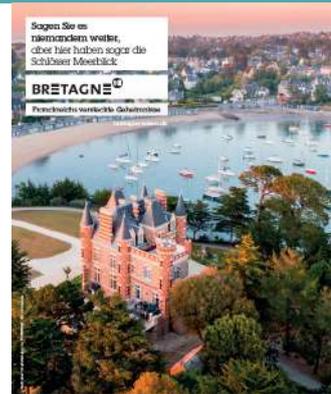
COTE Magazine - partenariat éditorial | Suisse

L'action de promotion réalisée en partenariat avec COTE Magazine et le CRT Bretagne s'est avérée être un succès remarquable, ciblant efficacement une clientèle très haut de gamme. L'enthousiasme généré par l'angle d'approche proposé a conduit à un article étendu à 6 pages au lieu des 3 initialement prévues. Cet article, publié dans l'édition zurichoise, met l'accent sur l'offre haut de gamme et le bien-être.



En plus de cette visibilité élargie, deux avantages supplémentaires ont été obtenus :

- Une page dans COTE Magazine Zurich, illustrée par une photo du Nessay pour créer un lien cohérent avec l'article.



- Deux pages de publidactionnel dans l'édition genevoise de COTE Magazine, offrant un résumé condensé de l'article en allemand

Pour atteindre une audience internationale, notamment celle fréquentant les palaces suisses, les articles ont été traduits en anglais, assurant ainsi une portée étendue auprès d'une clientèle internationale CSP +.

59K magazines diffusés dans des lieux haut de gamme
210K lecteurs

Hotel Matze - Podcast | Allemagne

En partenariat avec le CRT Bretagne, une campagne de promotion a été déployée via le podcast Hotel Matze, l'un des plus écoutés en Allemagne hors secteur touristique. La campagne a inclus la valorisation de la destination à travers trois épisodes Bretagne, dont un exclusif sur Dinard et la Côte d'Émeraude, avec des publicités d'une minute enregistrées par Matze, l'animateur, offrant une intégration naturelle et une belle visibilité.

Un jeu concours en collaboration avec Camperboys a été organisé, et la campagne a été amplifiée sur les réseaux sociaux de Tourisme Bretagne et Atout France, générant une excellente visibilité et de nombreux nouveaux contacts pour la newsletter allemande de Tourisme Bretagne.



PROMOTION

Presse

& RELATIONS PRESSE

Le service relation presse joue un rôle clé dans le façonnement de l'image publique, établissant des ponts stratégiques avec les médias pour amplifier les récits et les succès de la destination touristique.



De nouveaux outils presse

Le service communication de Dinard Côte d'Émeraude Tourisme a mis en œuvre une série d'outils presse dédiés aux professionnels du tourisme et aux journalistes, visant à promouvoir la riche offre touristique du territoire.

Parmi ces ressources, on trouve un dossier de presse complet qui offre un aperçu exhaustif des attraits et des activités disponibles. De plus, des communiqués de presse détaillent les nouveautés et les incontournables de 2023.



Un dossier spécifiquement conçu pour mettre en avant les charmes hors saison de la destination a également été rédigé, soulignant l'attrait de Dinard et de ses environs tout au long de l'année. Ce document répond à la stratégie d'un tourisme quatre saisons.



LES CHIFFRES CLÉS DE LA PRESSE

44 demandes presse

3 accueils presse

1 voyage presse

15 retombées papier

2 émissions TV

1 retombée radio

aiRPur & Sensation Bretagne

Depuis 2019, Sensation Bretagne et l'Agence Air Pur produisent et diffusent à un large public de journalistes des dossiers et communiqués thématiques. En 2023, deux dossiers principaux ont été diffusés : « Identités remarquables », partagé avec plus de 930 journalistes européens le 13 février, et « À l'avant-garde de l'arrière-saison ».

Le dossier de presse allemand a été envoyé aux contacts tourisme de la presse allemande et a été mis en avant à l'occasion de la présence de Christine Lange au salon du tourisme ITB à Berlin du 7 au 9 mars.



Les accueils presse

Le journaliste Jean-Pierre Reymond, accueilli le 31 janvier pour le magazine **Notre Temps Jeux**, souhaitait réaliser un focus voyage sur Dinard.

La journaliste Alexandra Michot, accompagnée d'un photographe, a passé fin mars quelques jours sur la côte pour le **magazine Elle à table**. 4 pages ont été consacrées à Dinard dans son numéro de mai sur la Côte d'Émeraude.

Le journaliste Christophe Migeon, du **magazine Passion Rando**, a choisi de mettre en avant Saint-Briac-sur-Mer et Pleurtuit/La Richardais, avec notamment la découverte de Cancaval.

Voyage presse

Un voyage de presse, orchestré par l'Agence AirPur a eu lieu du 5 au 9 juin. Il a réuni des journalistes de renom : Sandrine PAYS de L'ALSACE, Claire VUILLEMIN de FEMME ACTUELLE, Thomas EVRARD de LA VOIX DU NORD, et Stéphanie LECLAIR DE MARCO de RUSTICA, cumulant une audience de plus de 4,7 millions de lecteurs.

Cette initiative a été menée en collaboration avec Terres Émeraude, soulignant l'unité des bords de Rance qui lient les trois offices. Au programme, la découverte du Domaine de Montmarin, une initiation Kayak avec le centre nautique de la Richardais, ainsi qu'une exploration de l'estran animée par Anaïck Millon. L'expérience fut enrichie par un séjour à l'hôtel de la Houle à Saint-Briac-sur-Mer et complété par une immersion culinaire au Bistrot de la Houle et chez Ritournelle, où les saveurs locales ont été savourées.

Tous ces outils sont facilement accessibles en ligne sur l'espace presse du site dinardemeraudetourisme.com

L'année 2023 a été marquée par une belle couverture médiatique qui a mis en lumière les initiatives et les succès de nombreux professionnels du tourisme. Nous avons bénéficié d'un large éventail de retombées presse, qui ont non seulement renforcé notre image de marque mais ont également contribué à la diffusion de nos messages clés auprès d'un public plus large.

Nos efforts en matière de communication ont porté leurs fruits, nous permettant d'atteindre et d'engager des audiences diversifiées à travers de multiples plateformes. Des articles détaillés aux interviews en profondeur, en passant par des reportages télévisuels et des mentions sur les réseaux sociaux, chaque opportunité médiatique a été saisie pour mettre en avant les projets phares et les valeurs qui nous animent.

Parmi les moments forts de l'année, citons notre présence remarquée dans les colonnes de publications prestigieuses,

» En kayak, au départ de La Richardais. Se promener sur la Rance dans un kayak simple ou double est une expérience grisante pour qui n'a pas peur de se mouiller et possède un minimum de force dans les bras car l'effort est parfois intense pour lutter contre les courants et rester au plus près du rivage. L'embarquement se fait depuis la petite plage abritée des vents du centre nautique de La Richardais, qui a pris ses quartiers sur les bords d'un vaste plan d'eau ouvert sur la nature. Évident, c'est l'aventure sans prendre le moindre risque puisqu'un bateau de sécurité du club nautique reste dans les parages - dans un site classé Natura 2000 aux paysages grandioses dans une débouchée de couleurs somptueuses. En fonction de l'humeur choisie, il est possible d'apercevoir le majestueux domaine de Montmarin, exemple parmi d'autres des malouinières, ces vastes demeures construites aux XVII^e et XVIII^e siècles par les riches négociants et armateurs de Saint-Malo, où certains bateaux de l'explorateur possédé de botanique Louis-Alexandre de Bougainville ont été armés et entreposés. Remarquablement conservé, il est entouré de vastes jardins d'une surface totale de six hectares où poussent quelque 2000 plantes issues des cinq continents. Classés Monuments historiques, ces jardins dont la pièce maîtresse est peut-être le magnolia bicentenaire qui s'élève fièrement sa majestueuse silhouette face à la Rance maritime, invitent à



Se promener sur la Rance en kayak permet de découvrir des

De haut en bas, de gauche à droite.

- Le Figaro [Web]
- L'Alsace
- Elle à Table
- La Voix du Nord
- William à midi

tel que ELLE À TABLE, qui a permis de jeter un éclairage sur Oyster club, la crêperie Le Marégraphe et Ritournelle, Fromagerie Bleu & Crème, Vent de Vanille, Le Castelbrac, Ombelle et l'Hôtel le Royal Émeraude.

En mai 2023, Caroline Ithurbide, chroniqueuse dans l'émission « William à midi » sur C8 proposait de découvrir le camping Port Blanc à Dinard ! Ce camping 3 étoiles a fait parler de lui avec sa vue à couper le souffle et ses hébergements insolites.

Les 5 plus beaux villages du littoral breton

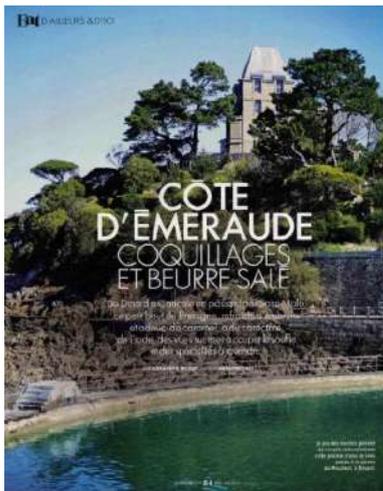
Par Marie Dufay, pour Le Figaro

Publié le 12/05/2023 à 09:29, mis à jour le 15/05/2023 à 09:48

Copier le lien

Écouter cet article

00:00/07:50



Des plages époustouflantes en récompense

On continue de parcourir l'arrière-pays dans lequel on trouve des traces d'une prospérité passée : les malouinières, ces vastes demeures dirigées par les négociants et armateurs de Saint-Malo. Comme celle du **dame de Montmarin**, à Pleurtud, dont le jardin en bord de Rance, entretenu avec beaucoup de soin par Thibault de Ferrand, offre un cadre idéal pour les moments de détente. La bâtisse en elle-même devrait attirer les visiteurs en 2025.

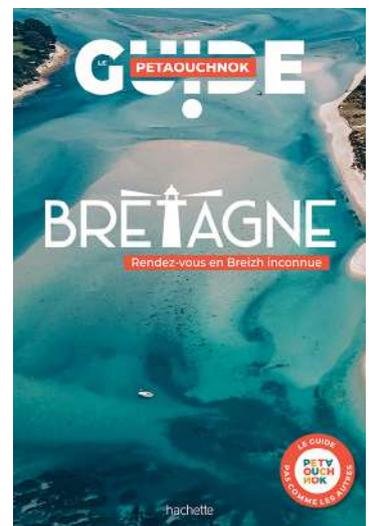


William à midi ! Partie 1 | myCANAL

France Bleu Armorique a consacré 4 chroniques de 3 minutes à Lancieux du 5 au 8 septembre, pour son émission « Ici ». Elle a consacré une chronique aux cours de tennis, deux chroniques à La petite ferme maraîchère, et une chronique aux courses hippiques Lancieux-Ploubalay.

Le Figaro nous a partagé ses « 5 plus beaux villages du littoral breton » parmi lesquels nous avons pu retrouver Saint-Briac-sur-Mer. C'est sans conteste une pépite sur la Côte d'Émeraude : avec ses jolies villas de bord de mer, ses ruelles pittoresques, son patrimoine préservé et ses authentiques maisons de marins.

En juin, nous étions cités dans le célèbre guide voyage Petaouchnok, dédié à la Bretagne. On y retrouve les Pointes de Cancaval, du Décollé et du Moulinet à découvrir, ainsi que la Plage de l'Écluse et l'usine Marémotrice. Le carnet d'adresses met également en avant Boem et Ombelle.



PÔLE COMMERCIALISATION

UNE ÉQUIPE DYNAMIQUE



Julie HIARD
Responsable du secteur Développement
Économique et Touristique



Jocelyn Le Brice
Référent Groupes
et Tourisme d'Affaires



Mylène RONCIN
Référente Partenariats
et socio-pros



Audrey HASLÉ
Référente Patrimoine
et visites guidées



Céline LABRO
Référente boutique et
billetterie



Vente

BOUTIQUE ET BILLETTERIE

Nos espaces boutique ont pour objectif de valoriser la Destination Dinard Côte d'Émeraude en proposant des produits identitaires et de qualité. Les billets de spectacles de notre territoire sont vendus toute l'année à l'accueil et sur la billetterie en ligne.



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.

Dans nos espaces boutique, nos clients retrouvent nos produits logotés selon notre Marque Déposée® et déclinée par station et quelques produits en dépôt-vente made in Côte d'Émeraude, comme les bijoux Chantal Royant ou les accessoires en voile de bateau recyclée Vent de Voyage.

Chaque année, nous développons notre gamme de produits selon les attentes de notre clientèle et les tendances du marché. Nous attachons un soin particulier au choix de nos produits (qualité, traçabilité) et intégrons progressivement et dans la mesure du possible, des produits recyclés ou a minima respectueux de l'environnement.

Les ventes des produits boutique sont en léger recul en 2023. On ressent particulièrement une baisse du pouvoir d'achat, les clients recherchent des « petits prix ».

Le panier moyen est également en baisse et passe de 14€66 en 2022 à 13€20 en 2023.



Le top 3 des ventes de produits :

1 690 cartes postales

1 100 médailles
«Monnaie de Paris»

470 produits textile

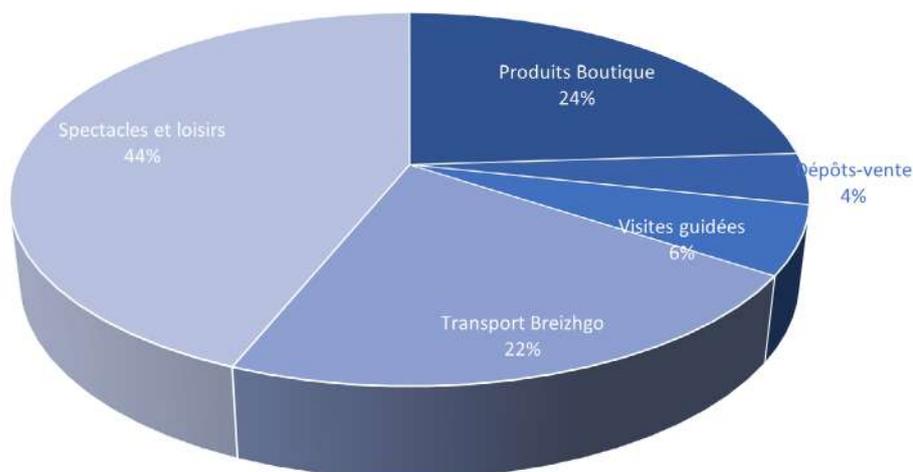
- Caramel artisanal «made in Pleurtuit»
- Le sac de plage
- Le tablier et le torchon en coton bio

La billetterie

Près de 6000 billets de spectacles, visites guidées et transports ont été vendus dans nos espaces d'accueil. Comme pour les autres produits, les ventes sont en léger recul et notamment les ventes de spectacles comme le Dinard Comedy Festival ou le Festival International de musique Classique. Outre le pouvoir d'achat, cela s'explique aussi par une augmentation de ventes en ligne sur les sites des organisateurs.

Les billetteries, toutes confondues, représentent tout de même 50% du chiffre d'affaires effectué dans nos espaces boutique et sur notre boutique en ligne.

REPARTITION DES VENTES DANS NOS ESPACES BOUTIQUE



Les visites guidées

Chaque période de vacances scolaires de Pâques à la Toussaint est ponctuée de visites guidées de différentes thématiques sur Dinard, Saint-Lunaire, Saint-Briac-sur-Mer, Lancieux et les bords de Rance.

Les visites de Dinard, Ville d'Art et d'Histoire, sont assurées par les guides conférencières du service Patrimoine de la ville de Dinard. Les visites des stations et des bords de Rance sont assurées par notre partenaire Annaon Tourisme (Annaïck Milon, guide accom-

pagnatrice diplômée).

Au total, 94 dates de visites ont été proposées à la clientèle individuelle sur 2023.

Notre programmation sur les petites stations et bords de Rance a été optimisée : nous avons supprimé les visites qui n'étaient pas plébiscitées et proposé des dates régulières mais moins nombreuses de nos best-sellers, permettant ainsi un meilleur taux de remplissage des prestations. Ainsi, malgré une récurrence moins élevée des visites, nous

avons eu autant de participants que les années précédentes, soit plus de 600 personnes.

Exceptionnellement l'an passé, moins de dates ont été proposées par le service patrimoine de la Ville de Dinard : il y a eu 57 visites pour 1135 participants.



Les visites qui ont enregistré le plus de participants :

Dinard La Pointe de la Malouine

Dinard Odorico et l'Art de la mosaïque

Saint-Lunaire Le décollé et ses villas

Saint-Briac-sur-Mer La saga des Romanov

Lancieux La visite théâtralisée

Nouveauté 2023 : LES VISITES THÉÂTRALISÉES DE LANCIEUX

Nous nous sommes associés à la compagnie théâtrale « Les feux de l'Harmattan » afin de pouvoir proposer des visites théâtralisées de Lancieux et renouveler notre programmation, mais également de toucher un plus large public familial en fin de journée. Ainsi sont nées les visites théâtralisées de Lancieux, mêlant découverte du patrimoine et scènes théâtralisées présentant le village au temps des bains de mer et au temps du passeur.

Les deux dates, l'une pendant les vacances de Pâques, l'autre en saison ont affiché complet et les comédiens locaux ont été très largement applaudis par un public ravi !



Partenariats

Partenariats

Synergies

Le Service Partenariats cultive des relations stratégiques, créant des synergies bénéfiques pour tous, afin de proposer une offre touristique riche du territoire.



De même que nos visiteurs, les partenaires sont l'essence de Dinard Côte d'Émeraude Tourisme. La stratégie globale de DCET et le plan d'actions du PÔLE PARTENARIATS placent le partenaire au cœur de nos actions.

À ce titre et dans l'objectif d'être générateur d'affaires, notre Office de Tourisme s'attache à promouvoir les socio-professionnels en proposant des solutions de communication adaptées.

En 2023, 492 partenaires nous ont fait confiance. Qu'ils soient hébergeurs, restaurateurs, prestataires de loisirs, de services ou commerçants ... tous ont enrichi nos supports de communication, présentant ainsi une offre riche et variée et ont ainsi contribué à l'attractivité de notre territoire auprès de nos visiteurs et clientèles cibles.

Différentes formules de visibilité permettent ainsi à chacun de choisir selon ses besoins de communication et son budget :

LE PACK FRÉMUR

Il s'agit du pack visibilité « basique » permettant une insertion sur nos éditions papier, une fiche détaillée sur le site internet, le dépôt de flyers dans nos espaces d'accueil ainsi que l'accès aux services réservés exclusivement à nos partenaires.

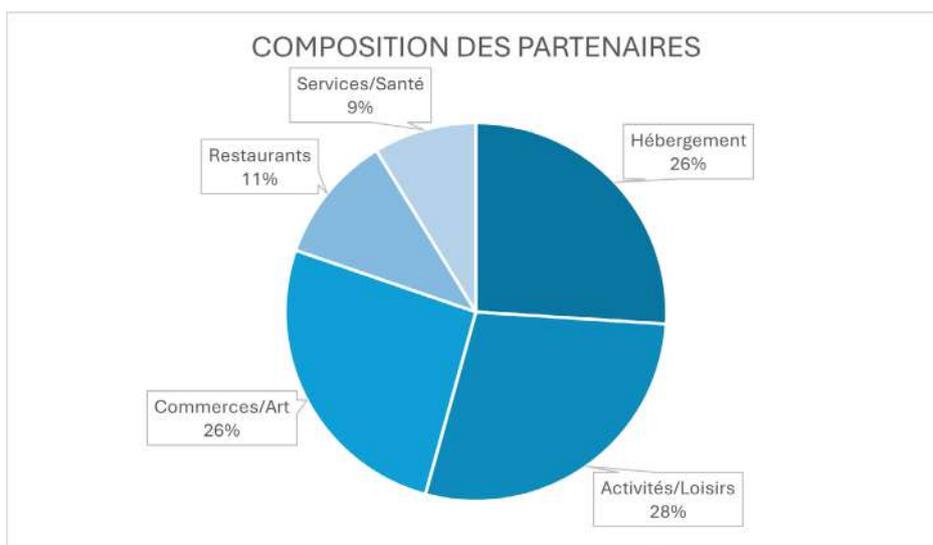
LE PACK RANCE

C'est la formule la plus plébiscitée, elle offre une visibilité supérieure grâce à l'insertion d'un visuel sur nos supports papier venant s'ajouter aux prestations du pack Frémur.

LE PACK ÉMERAUDE

Il offre un rayonnement renforcé sur nos supports grâce à nos outils de valorisation : la diffusion pendant 6 mois consécutifs, d'un visuel publicitaire sur nos 4 écrans d'accueil et une remontée prioritaire des fiches sur notre site internet. En 2023, 52 professionnels ont opté pour cette solution.

Répartition des partenaires par catégorie en 2023



Les prestations publicitaires

Au total, le Service Commercial a vendu 23 prestations publicitaires, en sus des prestations de base.

Chaque année, il cherche à développer les services à destination des professionnels et notamment la commercialisation de nouvelles offres. En 2023, pour la deuxième édition du Guide Affaires & Groupes, 3 encarts publicitaires stratégiques ont été proposés à la vente pour la première fois.

Les partenaires qui le souhaitent peuvent également choisir une mise en avant complémentaire, par la location d'espace au sein de nos vitrines de l'espace d'accueil de Dinard. Ils bénéficient ainsi du flux de visiteurs important durant la saison. Ce sont deux commerçants dinardais qui ont opté pour cette solution de visibilité.

Ces nouvelles prestations publicitaires s'ajoutent à celles déjà mises en place :



Les insertions publicitaires dans les Guides à thème.

Des espaces publicitaires sont disponibles dans toutes les Éditions papier qui paraissent chaque année. La diversité de nos brochures et des types d'encart, permettent de répondre aux besoins de communication de chaque partenaire.

Les plans sous-main

Distribués gratuitement à nos visiteurs et en quantité aux hébergeurs partenaires, ils concernent les communes de Dinard (25 000 ex), Saint-Lunaire (10 000 ex), Saint-Briac-sur-mer (10 000 ex) et Lancieux (10 000 ex). L'exclusivité des encarts publicitaires à raison d'un seul encart par plan, garantit aux partenaires une solution de communication démarquante.

Les bornes interactives

Depuis leur mise en place, les bornes accessibles depuis l'extérieur des 4 espaces d'accueil, sont plébiscitées par les visiteurs et leur permettent d'avoir accès à l'information toute l'année, 7/7, de 8h à 22h. Les professionnels peuvent ainsi gagner en visibilité en diffusant un visuel publicitaire durant la période de leur choix. En 2023, 6 annonceurs ont choisi cette option.

Les Éducteurs pour mieux vous connaître

Plusieurs journées par an, l'équipe de l'Office de Tourisme s'engage à venir découvrir les nouveautés ou tout simplement les activités de ses partenaires, que ce soit sur invitation ou dans le cadre de la filière nautisme par exemple.

En 2023, nous avons eu plaisir à découvrir l'escape Game du Mystère Mach'Low, les croisières d'Échappée Malouine, l'atelier Baie des Caps, le Musée Mathurin Méheut, le chantier naval West Marine, Cat'Attitude, Le Centre le Frémur par le Club Nautique de

Lancieux, Le restaurant La Plage, les sorties sunset en kayak avec le Wishbone Club Dinard.



Ces temps sont essentiels afin de garantir la meilleure connaissance de nos partenaires et développer notre expertise afin de renseigner au mieux nos visiteurs.

Partenariats

Les équipes ont aussi eu l'honneur d'être invitées et d'assister à des événements au cours de l'année, notamment à l'occasion du 25ème anniversaire des Croisières Chateaubriand, de l'inauguration de Beaussais Aventure et de la nouvelle boutique de la Briacine à Saint-Briac-sur-mer.



Lors de L'Assemblée Générale annuelle de l'Office de Tourisme Communautaire en mai 2023, les partenaires présents ont également pu apprécier les prestations du Grand Hôtel Barrière ainsi que la croisière en mer de la Compagnie Corsaire, que nous remercions pour leur excellent accueil. Cela représente également des temps d'échange et de mise en réseau importants, entre les professionnels partenaires de Dinard Côte d'Émeraude Tourisme.



Des services de qualité à destination de nos partenaires

En 2023, l'Office de Tourisme est parti à la rencontre de tous ses partenaires hébergeurs et Institutionnels du territoire.

Au mois de mars, afin de préparer au mieux leur saison touristique et l'arrivée de leurs clientèles, nous avons procédé à une livraison en nombre des nouvelles Éditions 2023.

Réceptif

L'Expérience prestige par la clientèle MICE et les groupes

Le Service Réceptif est spécialisé dans la conception sur mesure de journées et séjours pour la cible affaires et les groupes. De la visite guidée en groupe au séminaire résidentiel, les offres sont toutes personnalisées et conçues avec nos partenaires.



C'est depuis 1er janvier 2023 que notre service réceptif fonctionne comme une réelle agence de commercialisation des produits groupes et entreprises. Désormais, nous concevons et vendons des prestations sèches, journées et séjours clefs en mains que nous concevons sur mesure pour nos clients.

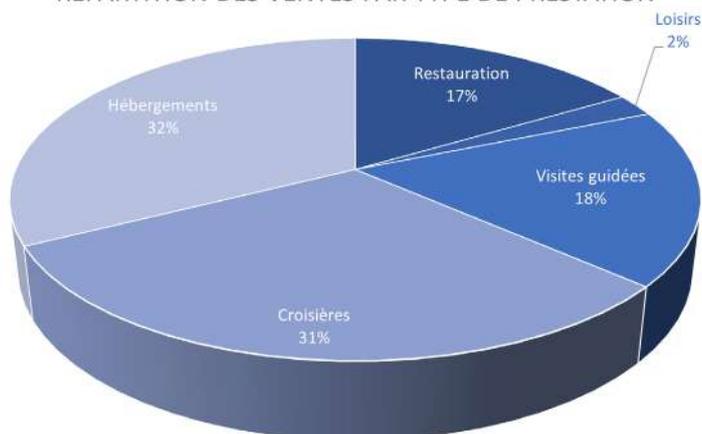
Nous commercialisons ainsi les prestations groupes de nos partenaires avec qui nous avons signé une convention de commercialisation. L'objectif du service : être apporteur d'affaires sur notre territoire de compétences en dehors des périodes de forte intensité touristique et ainsi générer du chiffre d'affaires chez les hébergeurs, prestataires de loisirs, restaurateurs etc...

Au total, sur l'année, nous avons **établi 96 offres** préalables et **vendu 57 voyages** en packages sur mesure ou en prestations sèches ce qui induit un taux de transformation de 58%.

1802 voyageurs ont consommé nos produits réceptifs portant à un peu plus de 32 personnes la moyenne des groupes constitués.

Nos clients sont essentiellement des entreprises ou des agences organisant des voyages pour leur clientèle affaires.

REPARTITION DES VENTES PAR TYPE DE PRESTATION



Portrait du groupe type



Séminaire journée ou journée d'équipe



70% d'hommes



Cadres dirigeants âgés de 45 à 55 ans



Bretagne et région parisienne



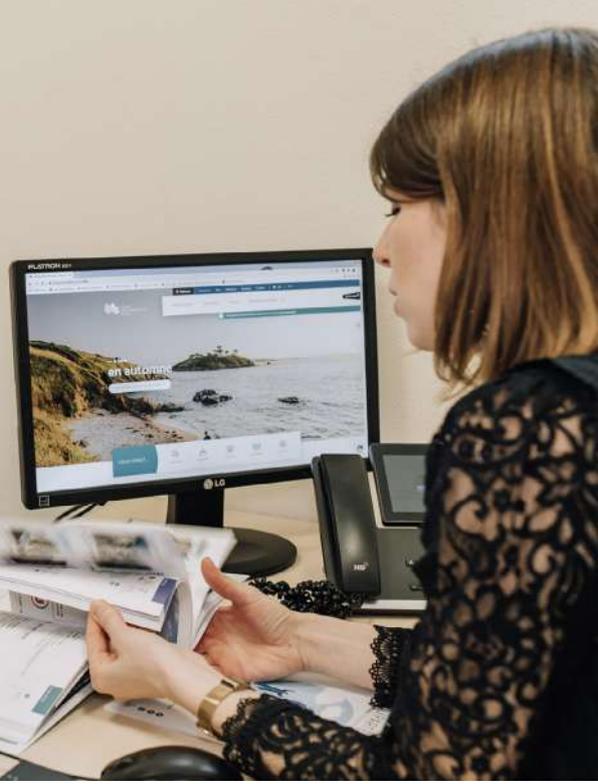
Consomme une visite guidée



Consomme une croisière

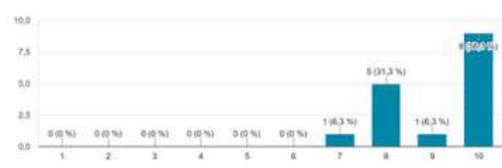
Parmi nos clients :

- PESTER France
- AG2R LA MONDIALE
- COLAS RAILS
- ORANGE
- ROYAL GOLF CLUB DE BELGIQUE
- SALAUN HOLIDAYS

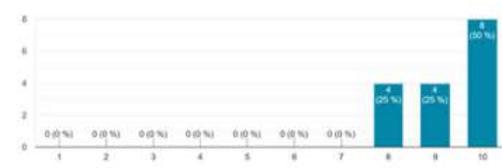


Afin de mesurer le taux de satisfaction sur ce nouveau service et dans un objectif d'amélioration continue, nous demandons à nos clients groupes de bien vouloir consacrer quelques minutes au remplissage de notre questionnaire, au retour de leur séjour.
Ci-dessous, un extrait des résultats obtenus sur l'année 2023 (18 répondants). Résultats complets sur demande.

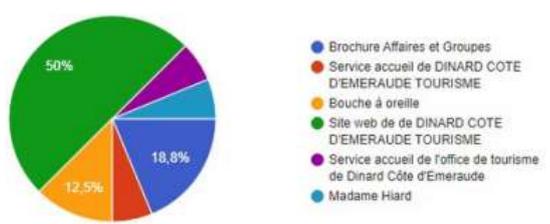
Comment évaluez-vous le rapport qualité prix de votre séjour?
(18 réponses)



Globalement, attribuez une note à votre prestation/séjour ?
(16 réponses)



Comment avez-vous eu connaissance du service réceptif de DINARD COTE D'EMERAUDE TOURISME?
(16 réponses)



En quelques mots, qu'avez-vous pensé de votre expérience avec le service réceptif de Dinard Côte d'Emeraude Tourisme et de votre séjour/prestation sur notre destination?:

- « J'ai apprécié les échanges, la disponibilité du service et le suivi de notre dossier. Je ferai de nouveau appel à leurs services sans hésitation. »
- « Très bien »
- « très agréable et réactif, seule prestation commandée était une guide et elle était top! »
- « Très bon accompagnement pour quelqu'un comme moi qui organise seul l'événement de son équipe »
- « Très bonne expérience, le service réceptif est très réactif et à l'écoute »
- « bonne destination bon accueil »

- « Nous sommes très satisfaits par la qualité des commentaires lors de nos visites guidées (A pied et en bateau) et de la restauration. Nous avons passé un très bon moment en équipe. Nous n'hésiterons pas à recommander ce séjour pour d'autres équipes chez Orange. »
- « parfait »
- « Réactif, agréable »
- « Encore un grand merci pour votre aide. Vous avez été d'une grande aide pour l'organisation de notre journée de cohésion. »

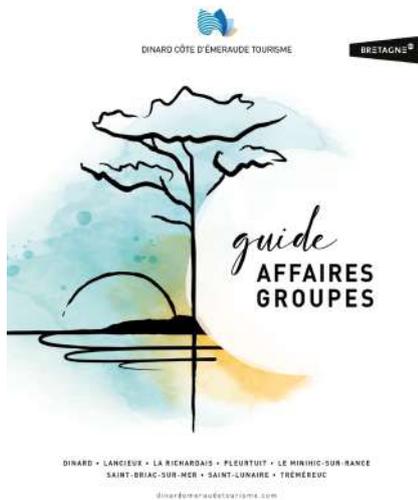
FOCUS

SUR LA PROMOTION DU TOURISME D'AFFAIRES :
« VOTRE EXPERIENCE PRESTIGE »

Le guide Affaires et groupes

La deuxième édition de notre brochure « Affaires et groupes » est sortie en juin 2023 et permet de couvrir la saison des groupes et séminaires s'étalant d'octobre à juin. Nous y présentons les prestations sèches telles que les visites guidées, les loisirs, les activités team-building, les locations de salles de séminaires ainsi que nos conditions générales et particulières de vente qui régissent les contrats de voyage que nous établissons.

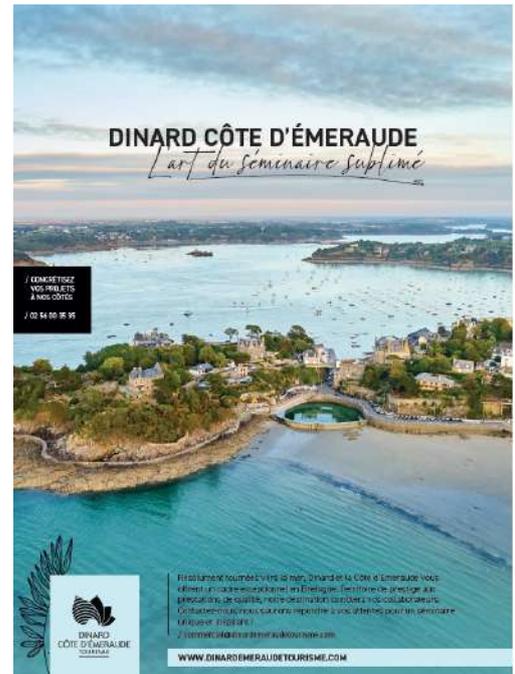
Ce guide est essentiellement diffusé par voie numérique, par mail ou sur clef USB lors d'opérations de promotion ciblées. Nos conseillers en séjour le diffusent en version papier à la demande.



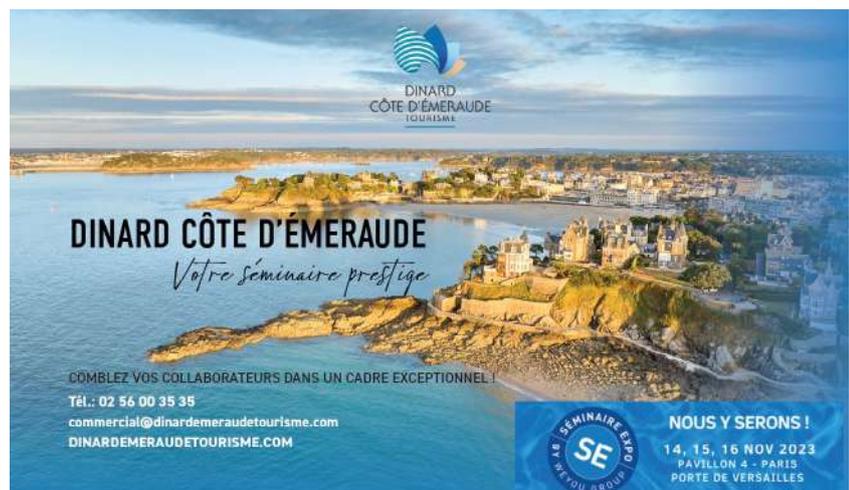
Notre axe de communication pour la clientèle MICE est « l'expérience prestige ». En effet, prestige des paysages et prestige des prestations avec notamment une hôtellerie haut de gamme (4 hôtels 4* et 2 hôtels 5*).

Une visibilité dans la presse ciblée

À deux reprises en 2023 nous avons communiqué sur notre service d'organisation de séminaires dans le Magazine CHALLENGE, majoritairement lu par les CSP+ (cadres et dirigeants)



Parution Challenge été 2023



Parution Challenge octobre 2023

Le Séminaire Expo

En tenue conjointe avec le HEAVENT PARIS (le plus grand salon de l'évènementiel d'Europe), le salon B to B SEMINAIRE EXPO propose une identité MICE aux visiteurs corporate en recherche de solutions de congrès, séminaires et réunions.

C'est dans ce même esprit que, du 14 au 16 novembre dernier, nous avons participé pour la deuxième année, à ce salon offrant un visitorat de qualité au cœur de l'organisation d'évènements d'affaires.

Accompagnés de nos partenaires Hôtel le Nessay, Le Grand Hôtel Barrière de Dinard et Emeria Dinard Hôtel Thalasso et Spa, nous nous sommes positionnés comme une destination MICE prestigieuse offrant des prestations de qualité dans un cadre exceptionnel. Nous avons rencontré de nombreuses agences organisatrices venues enrichir leurs carnets d'adresses mais également des entreprises en quête d'idées nouvelles pour leurs évènements. Suite à ce salon, plusieurs propositions de séminaires ont été signées.



R
Réceptif

Géocaching

AVENTURE

La fréquentation des caches du territoire de DCET est en hausse : + 23% en 2023. Le nombre de découvertes sur l'ensemble de nos caches a augmenté. Nous enregistrons 3666 sur l'année.

Le total des découvertes sur le territoire avec ses 10 caches représente 10% des caches sur l'ensemble des 166 parcours d'Ille-et-Vilaine.

Le Géocaching invite à l'aventure à travers la recherche de trésors cachés, offrant une expérience ludique et enrichissante qui mêle découverte du territoire et plaisir de l'exploration.

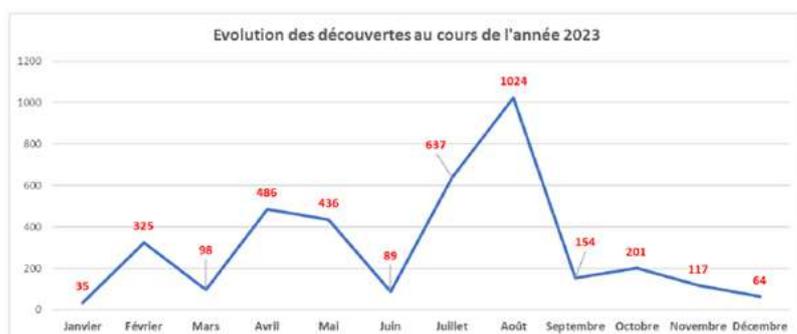


Le top 5 des parcours en 2023 :

- Dinard So Chic / 585 découvertes
- En cavale à Cancaval / 351 découvertes
- Tout feu tout flamme / 410 découvertes
- Autour du Décollé / 372 découvertes
- Géocaching, Saint-Lunaire / 355 découvertes

« Dinard So Chic » reste un parcours très plébiscité. Il se classe 4ème dans le palmarès de l'ensemble des caches réalisées dans l'ensemble du département d'Ille-et-Vilaine en 2023.

L'ensemble de nos caches est très apprécié et le dispositif sur le territoire fonctionne bien. La moitié de nos parcours enregistre un nombre de découvertes au-dessus de 300.



Le graphique ci-dessus montre trois périodes où la fréquentation de nos caches est plus forte : en février, en avril-mai et en juillet-août. La pratique du Géocaching s'intensifie au moment des vacances scolaires et des ponts de mai. On observe une très nette augmentation en été.

Le bilan de fréquentation 2023 des parcours Geocaching sur le territoire de DCET est très satisfaisant. Malgré l'absence de nouveauté, nos caches enregistrent des découvertes plus importantes que l'an passé, preuve de l'intérêt suscité par cette activité.

PÔLE INGÉNIERIE TOURISTIQUE

UNE ÉQUIPE INNOVANTE



Marie GUÉRIN
Coordinatrice Régionale
de la Destination



Julie HIARD
Responsable du Secteur
Développement Économique
et Touristique



Alizée POULET
Responsable du Pôle
& Destination Régionale



Thibault MONNIER
Réfèrent Nautisme
et mobilités



**Pauline
BOUCKELLYOEN**
Réfèrent Qualification de l'offre



Jean RENAUME
Réfèrent Tourisme Durable



Innovation

INGÉNIERIE TOURISTIQUE

Le Pôle Ingénierie incarne le moteur de l'innovation et du développement durable, façonnant des projets touristiques qui répondent aux enjeux actuels du territoire et de ses acteurs.



INGÉNIERIE
TOURISTIQUE

Mobilités | Randonnée

L'ensemble de nos circuits de randonnées remonte sur la plateforme Cirkwi, 1er réseau social cartographique en France. Cette plateforme recense l'intégralité des circuits de randonnées en France. Les visiteurs peuvent obtenir le tracé GPX de chacun de nos circuits. La plateforme est alimentée via notre base de données Tourinsoft.

Nos chiffres clés :

7 939 consultations

131 394 affichages

684 téléchargements
des Traces GPX



L'attrait de nos visiteurs pour les randonnées et la découverte de notre territoire nous encourage à proposer une offre variée et adaptée à nos cibles. Ainsi, 11 nouveaux circuits ont été mis en place en 2023.

Un nouveau circuit a été élaboré pour la commune de

Lancieux mettant en avant les bords du Frémur et l'histoire des différentes croix présentes dans la station. Le circuit « le petit patrimoine de Lancieux » est disponible dans l'ensemble de nos espaces d'accueil.

Pour nos visiteurs sportifs, quatre circuits running ont été mis en place sur nos stations balnéaires.

Pour les familles accompagnées de jeunes enfants, six circuits poussette ont été ajoutés à notre offre.

BON À SAVOIR



Une trace GPX (GPS eXchange Format) est un fichier informatique qui enregistre le chemin parcouru lors d'une activité en plein air, comme la randonnée ou le vélo. C'est comme un historique de votre parcours, que vous pouvez visualiser sur une carte. Cela peut être très utile pour suivre votre progression, vous repérer si vous vous perdez et même pour partager vos aventures avec d'autres personnes.



Top 3 des circuits les plus plébiscités :



- Circuit Émeraude Bords de Rance (Vélo)
- Le littoral de Saint-Briac sur mer (Pédestre)
- Circuit Lawrence d'Arabie à Dinard (Pédestre)

Mobilités | Vélo

L'axe vélo principal de notre territoire est la V42, 3ème itinéraire breton en terme de fréquentation.

Ainsi pour l'année 2023, le compteur situé à Trémereuc le long de cet axe a comptabilisé 125 093 passages, selon la répartition suivante 53 % de passages piétons et 47 % de passages à vélo.



47 % VÉLOS

53 % PIÉTONS

Mobilités | Plans

Un plan de ville est le support incontournable lors d'un séjour. Une mise à jour des plans est effectuée chaque année. Le Pôle Ingénierie a décidé de mettre en avant pour l'année 2023, la découverte du territoire par la promenade/ randonnée, un top 3 des incontournables de chaque station et une sensibilisation à la pêche à pied.



FOCUS

SUR ESPACE PRO

Plusieurs pages de notre espace pro ont été complétées, vous y trouverez de nombreuses informations utiles notamment :

- Les appels à projets auxquels vous pouvez prétendre.
- Des informations sur les différents labels, classements possibles.

VERT

TOURISME DURABLE

L'équipe de Dinard Côte d'Émeraude Tourisme s'engage à toujours améliorer ses habitudes mais aussi à sensibiliser les visiteurs.



Pour nos visiteurs

Dans l'ensemble de nos espaces d'accueil ont été mis en place des « corners » durable, dans le but de sensibiliser nos visiteurs sur la préservation et la fragilité de nos territoires tout en y adoptant les bons comportements.



Atlas de la biodiversité

Entre Août 2021 et août 2023, la CCCE s'est engagée dans un Atlas de la biodiversité avec pour objectif de préserver et de favoriser l'expression de la biodiversité sur son territoire. Nous nous sommes impliqués dans cet atlas, aux côtés de Manon BELEC, coordinatrice du Plan Local pour la Biodiversité, notamment lors des comités de pilotage ou lors de la rencontre Régionale de la Biodiversité en mai 2023.



Pour notre équipe

Pour sensibiliser l'équipe aux bonnes pratiques à adopter, plusieurs affiches ont été installées dans nos locaux afin d'améliorer nos gestes au quotidien.

Classification de l'offre | Accueil Vélo

Dinard Côte d'Émeraude Tourisme continue de labelliser ses professionnels. 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.



ACCUEIL VÉLO,
C'EST LA GARANTIE POUR LE CYCLISTE
D'UN ÉTABLISSEMENT :

- Situé à moins de 5 km d'un itinéraire vélo
- Disposant d'équipements adaptés aux cyclistes : abri vélo sécurisé, kit de réparation
- Avec un accueil chaleureux (informations pratiques, conseils, itinéraires, météo etc...)
- Qui fournit des services dédiés aux voyageurs à vélo : transfert de bagages, lessive et séchage, location et lavage vélo



En 2023, 3 établissements ont été labellisés :

- Camping de l'Estuaire (Pleurtuit)
- La Cave du Dragon Rouge (Dinard)
- Hôtel les Alizés (Dinard)

L'équipe ingénierie était présente aux 3ème rencontres régionales Accueil Vélo, l'occasion de participer à plusieurs ateliers pour mieux conseiller et orienter les choix de nos professionnels dans leur engagement.



Classification de l'offre | Chambres d'hôtes référence

Soucieux d'offrir le meilleur à nos visiteurs, les hébergements qui souhaitent être partenaires doivent répondre à un classement ou un label permettant de répondre à des critères minimum de confort et de services.

Dans cette optique, le référentiel Chambres d'hôtes référence a été mis en place par Offices de Tourisme de France.

Nous avons en 2023 réalisé 4 visites de vérification de conformité :

2 labellisations en 2023 :

Le Manoir du Clos Clin (Pleurtuit) / Le Clos d'En-haut (Dinard)

2 labellisations début 2024 :

Le Berceul (La Richardais) / Le Brise Lames (Saint-Briac-sur-mer)



INGÉNIERIE
TOURISTIQUE

Classification de l'offre | Classement des Meublés

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

68 meublés de tourisme ont été classés en 2023 dont 19 partenaires, et 28 demandes de renseignements sur le classement en meublé de tourisme ont été formulées. Notre offre d'hébergements touristiques marchands reste ainsi variée et qualitative.



NAUTISME

AXE PRIORITAIRE

Le Nautisme est un secteur porteur de l'économie du territoire. La force de la Communauté de Communes Côte d'Émeraude est de concentrer plus de 70 acteurs répartis sur 8 communes. Enfin, le panel d'activités nautiques proposé est large et maillé entre mer et Rance.

Outils

Plusieurs outils ont été mis en place pour améliorer notre connaissance de l'offre proposée mais aussi pour sensibiliser nos visiteurs sur la préservation de notre environnement.

La matrice des Loisirs Nautisme est un outil au service des Conseillers en Séjour afin de leur permettre de conseiller au mieux les visiteurs sur les activités nautiques et les différents prestataires qui composent la filière. Cette dernière est mise à jour chaque année.

Afin de sensibiliser les permanents et saisonniers de l'Office de Tourisme aux différentes activités nautiques proposées sur le territoire, quatre afterworks ont été organisés afin de présenter une activité, une structure, ou encore un produit :

- 2 dates avec Échappée Malouine : 4 conseillers en séjour par sortie
- 1 date avec Marin Malouin : 4 conseillers en séjour par sortie
- 1 date le Dinard Wishbone Club : 6 conseillers en séjour par sortie

Un apéro ponton a été organisé en collaboration avec le Yacht Club de Saint-Lunaire.

Cet évènement a pour ambition de fédérer les acteurs du nautisme ainsi que les prescripteurs du territoire, à savoir les hébergeurs et les Offices de Tourisme, autour d'un verre. Le mercredi 7 juin 2023, c'est au total 34 personnes qui ont répondu présentes.



Nouveautés 2024

En décembre 2023 est sortie la première édition de l'annuaire des marées de l'Office de Tourisme Communautaire. L'objectif de cette action est de répondre à la demande grandissante, ainsi que d'offrir la possibilité à nos partenaires de pouvoir en distribuer également. Une partie de l'annuaire est portée sur la thématique de la pêche à pied comprenant le guide des tailles ainsi qu'une sensibilisation à l'environnement de l'estran.

Après plusieurs mois de travail, la première réglette de pêche à pied est sortie en mars 2024, et est proposée à la demande dans les espaces d'accueil de Dinard Côte d'Émeraude Tourisme. À chaque distribution de la réglette s'accompagne un discours de sensibilisation à l'environnement et aux bonnes pratiques. Le personnel de l'Office de Tourisme a suivi une formation avec l'association Cœur Émeraude afin de s'expertiser sur le sujet.



Reportage photos

Pierrick Contin : L'Esprit Nautique de la Côte d'Émeraude
À travers l'objectif expert de Pierrick Contin, ce reportage plonge au cœur de l'univers nautique qui anime la Côte d'Émeraude. Reconnu pour sa passion et sa maîtrise de la photographie maritime, Pierrick Contin nous offre une série de clichés qui saisissent l'énergie et la beauté des sports nautiques, des régates emblématiques et de la vie portuaire de notre région.

La Semaine du Tourisme Économique et des Savoir-Faire :

La semaine du Tourisme et des Savoir-Faire est un événement organisé à l'échelle régionale par la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne. Le principe est de proposer aux entreprises n'accueillant pas de public, d'ouvrir exceptionnellement leurs portes afin de partager leur savoir-faire et partager leurs métiers. En 2023, l'événement a eu lieu du 23 octobre au 5 novembre.

Parmi les entreprises sollicitées, 5 ont ouvert leurs portes, pour un total de 64 créneaux de visites programmés, et 88 inscrits. Merci aux entreprises ayant accepté d'accueillir les visiteurs :

- West Marine – Chantier Naval
- Brasserie Émeraude – Gastronomie
- La Cave du Dragon Rouge – Gastronomie
- L'atelier Vent de Voyage – Artisanat
- L'atelier Chantal Royant – Artisanat

**INGÉNIERIE
TOURISTIQUE**



VIE DE L'OFFICE

UNE ÉQUIPE

L'équipe de l'Office de Tourisme ne se contente pas seulement de représenter la structure lors des événements sur la Côte d'Émeraude, elle incarne également un volet humain essentiel. En plus de notre engagement professionnel, nous cultivons des liens humains forts en participant activement à la découverte des nouveautés du territoire. Cette implication va bien au-delà de nos responsabilités professionnelles car elle nous offre l'opportunité de partager ensemble le plaisir de découvrir de nouveaux savoir-faire tout en renforçant nos liens au sein de l'équipe. Ces moments de joie partagée constituent une composante fondamentale de notre dynamique de groupe, renforçant ainsi notre cohésion et notre motivation.





Nouveaux collaborateurs

Nous sommes heureux d'annoncer l'arrivée de deux nouveaux membres dans notre équipe à l'Office de Tourisme, enrichissant ainsi notre dynamique et notre expertise.



Céline LABRO rejoint le Service Accueil et Commercialisation, où elle jouera un rôle clé dans la gestion de notre boutique et de la billetterie, apportant avec elle un vent de fraîcheur et d'innovation.

Nous souhaitons la bienvenue à Céline et Jean dans notre équipe et nous réjouissons de travailler ensemble pour relever de nouveaux défis et saisir de nouvelles opportunités. Bienvenue à bord !

Naissance

Nous sommes ravis d'annoncer une la naissance de Paul, le fils d'Alizée POULET et Vincent DEPARTOUT né le 6 Octobre 2023. Cette joyeuse arrivée apporte un souffle de bonheur et de fraîcheur dans notre quotidien. Félicitations à Alizée et Vincent pour ce précieux moment de vie. Nous leur souhaitons tout le bonheur du monde dans cette nouvelle aventure pleine d'amour. Bienvenue à Paul !



Jean RENAUME, quant à lui, intègre notre Service Accueil et le Service Communication en tant que référent data tourisme où sa passion et son savoir-faire contribueront à optimiser notre stratégie de communication et notre compréhension des tendances touristiques.





DINARD
CÔTE D'ÉMERAUDE
TOURISME

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

DINARDEMERAUDETTOURISME.COM