

PLAN D' ACTIONS 2024 OFFICE DE TOURISME DE CARNAC



Ce plan d'actions 2024 découle de la stratégie 2021-2026 fixant le positionnement de Carnac et les axes prioritaires de développement qui sont :

- **Axe 1 : Développer une attractivité touristique et marketing forte pour valoriser le territoire**
- **Axe 2 : Développer nos filières thématiques**
- **Axe 3 : Animer**
- **Axe 4 : Développer la qualité et l'éco-responsabilité**
- **Axe 5 : Réinventer l'Office de tourisme**

L'année 2024 sera une année de transition afin de préparer et anticiper la future inscription en 2025 à l'UNESCO des Mégalithes de Carnac et des Rives du Morbihan :

- **Créer un univers éditorial et visuel autour de la destination pour développer l'image de marque et sa personnalité (accompagnement par une agence de com)**
- **Développer la promotion du territoire à l'international**

Nos cibles principales :

- Cibles 1 : Les marchés étrangers

Les + :

- des périodes de vacances scolaires différentes de la France qui permettent d'étaler les flux
- Une durée de séjour + longue
- Une dépense + importante
- Plus stable : + d'anticipation et moins de dernière minute

- Les marchés ciblés : L'Allemagne (1ere clientèle étrangère), Le royaume Uni, la Belgique, la Suisse et l'Espagne

Nous travaillerons ces marchés sur le printemps / été-été indien / automne autour principalement des Alignements de Carnac.

Nos cibles principales :

- **Cible 2 : Les résidents secondaires**

6200 résidences secondaires à Carnac. Nous avons pu constater toute l'importance de cette cible dans les moments de crise. Clientèle à fort pouvoir d'achat qui contribue fortement au dynamisme économique de la Commune.

- **Cible 3 : Les clientèles de proximité (Grand Ouest) et d'Île de France**

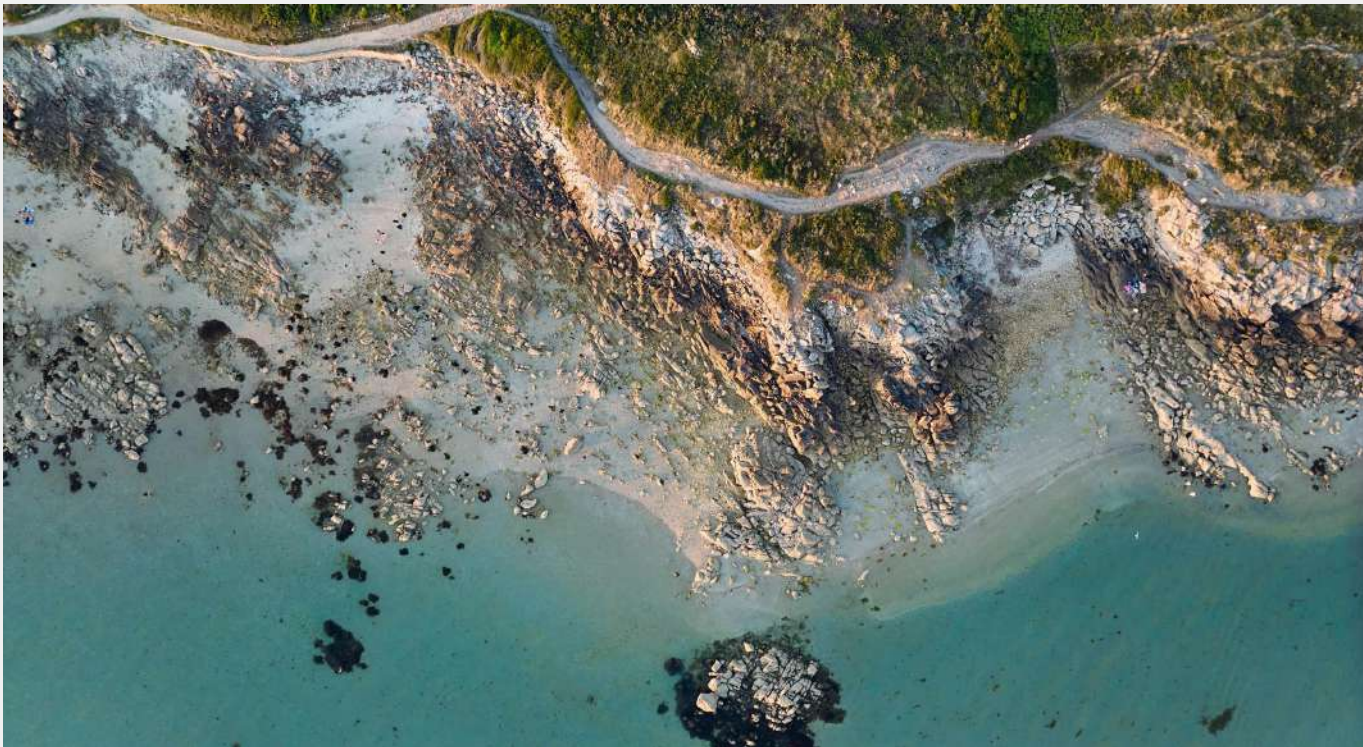
Une clientèle à fidéliser et développer.

- **Cible 4 : Les visiteurs des alignements**

600 000 visiteurs qui pour partie, ne font que visiter le site sans découvrir Carnac dans son ensemble et en consommant peu sur le territoire.

Un plan d'actions organisé sur les 3 temps du séjour

- Le temps de la préparation du séjour
- Le temps du séjour
- Après le séjour



Nos objectifs

**FAIRE
CONNAITRE
FAIRE SAVOIR**

**Moderniser /
rajeunir /
Dynamiser**

**(RE)
CONQUÉRIR**

**Faire revenir
& consommer sur
les ailes de saison**

**Faire ressortir la
destination / à la
concurrence**

**Donner à voir tous les
potentiels de Carnac et
ses nombreuses
activités**

SÉDUIRE

**Renouveler les
segments de
clientèle qui
viennent à Carnac**

**Développer les ailes
de saison pour une
meilleure répartition
des flux dans le
temps**

FIDÉLISER

Temps forts 2024

Événements à portée régionale

- Lumiliz : Projection monumentale St Cornely
- Salon du livre
- Carnac Latino Festival
- Skedanoz
- Festival Terraqué

L'objectif principal de 2024 est de poursuivre le développement des ailes de saison par entre autres, des animations sur ces périodes.

Préparation du séjour



Action 1 : faire connaître la destination, séduire

- ✓ avec le site internet grand public performant et attractif. Une mission d'AMO sera confiée à un prestataire pour la refonte intégrale de notre site web en 2024
- ✓ avec une communication grand public performante :
 - ✓ Campagnes média et presse avec le CRT Bretagne et Atout France en Allemagne / UK / Belgique / Espagne et Suisse
 - ✓ Publicité TV Grand Ouest et Ile de France : TV segmenté
 - ✓ Campagne digitale web et réseaux sociaux en avant et après saison
 - ✓ Campagne publicitaire digitale (programmatische) de mars à mai et de septembre à octobre
- ✓ avec une stratégie fine en SEO et SEM
- ✓ avec une présence dynamique sur les réseaux sociaux et YouTube
- ✓ avec de nouveaux contenus vidéo et photo

Action 2 : communiquer et promouvoir au plus près de nos clients

✓ par la communication médias et les relations presse

- Envoi de communiqué de presse et de dossier presse via l'attaché de presse de Sensation Bretagne
- Accueil presse en collaboration avec Baie de Quiberon la Sublime

✓ par un site Internet de séjour : www.carnactourisme.fr

- Proposez une offre répondant aux visiteurs et habitants qui sont sur place

✓ par le développement de notre stratégie de Gestion Relation Client

✓ par une communication auprès des locaux

- Envoi du guide des animations et du guide pratique
- Campagne communication géolocalisée sur les réseaux sociaux
- Newsletter dédiée aux résidents
- Campagne affichage sur nos animations

Action 3 : proposer une offre avant et après la saison estivale

- ✓ par une offre d'activités de pleine nature, de bien être
 - Développer les circuits de randonnées (balisage et informations sur le patrimoine) et de trail
 - Traduction en anglais de nos randos jeux
- ✓ par la mise en place d'actions valorisant le tourisme durable
 - Mettre en avant les prestataires et les actions inscrits dans des démarches de développement durable : développement de la charte éco responsable by Carnac
- ✓ par la promotion du tourisme sportif

Action 1 : faciliter l'accès à l'information touristique

- ✓ avec un accueil de qualité
- ✓ avec des bâtiments accueillants et des horaires adaptés
- ✓ avec une présence à la maison des Mégalithes

Présence en juillet et en août afin d'améliorer l'information touristique à cette porte d'entrée du territoire

- ✓ avec un accueil à distance élargi

Mise en place en juillet et août d'une conciergerie de territoire accessible par téléphone / tchat en ligne / Messenger

Action 1 : faciliter l'accès à l'information touristique

- ✓ avec des professionnels partenaires de l'accueil sur le territoire :
 - Diffusion des documentations de l'OT au minimum 2 fois par an
 - Envoi régulier par mail des informations de la station (météo, animations...)
 - Réalisation d'éductours
- ✓ avec des éditions attrayantes
 - Guide touristique (12 000 ex)
 - Guide pratique (30 000 ex)
 - Carte touristique (80 000ex)
 - Agenda de l'été (25 000 ex) et Carnac s'anime
- ✓ par des services disponibles à l'Office de tourisme
 - Billetteries maritimes et loisirs
 - Wifi

Action 1 : faciliter l'accès à l'information touristique

- ✓ par le site internet et les réseaux sociaux
- ✓ Développement du site internet mobile dédié au séjour qui met en avant les informations pratiques du territoire suivant la météo, la géolocalisation et le moment de la journée
- ✓ Développement de module elearning de territoire à destination des saisonniers du territoire
- ✓ Mise en place de module de formation "UNESCO" à destination des professionnels

Le temps du séjour



Action 2 : développer les animations

- ✓ par des événements capables d'attirer une clientèle non présente à Carnac
 - **Lumiliz** : Projection monumentale St Cornely (du 1er juin au 6 juillet les week- ends et du 8 juillet au 16 août les lundis-mercredis-vendredis)
 - **Salon du livre** (14-15 juin)
 - **Skedanoz** (19-20-21-22-26-27 août)
 - **Carnac Latino Festival** (7-8 juin)

- ✓ par des animations thématiques de qualité
 - Animations sportives (Bien être, Fitness, marche sportive...) de **juin à septembre**
 - Animations enfants (Place aux mômes, Carnac Lantha)
 - Concerts DJ (3 rendez-vous dans la saison)

Après le séjour



Action 1 : assurer un suivi Qualité

- ✓ par des enquêtes satisfaction visiteurs et clients
- ✓ par une enquête annuelle auprès de nos prestataires

Action 2 : maintenir le contact pour fidéliser

- ✓ par une animation sur les réseaux sociaux
- ✓ par une stratégie de Gestion Relation Client adaptée après le séjour

Action 3 : observer l'économie du tourisme

- ✓ avec la taxe de séjour
- ✓ avec l'ORTB et France Tourisme Observation (Arrêt stats Insee)
- ✓ avec un suivi de la e-réputation du territoire

Développement



Emplois saisonnier

Serveurs, cuisiniers, femmes de ménage, animateurs... Les professionnels du tourisme continuent à peiner à recruter. Une problématique récurrente mais qui s'est amplifiée depuis la crise sanitaire. En 2023, nous avons réalisé un diagnostic afin de mieux connaître les saisonniers de Carnac, leur nombre et leurs besoins. 1 500 saisonniers travaillent ainsi sur notre territoire dans près de 150 établissements différents. 15 % des postes non pourvus avec 2 problématiques identifiées : le logement et la motivation à travailler. En 2024, en collaboration avec AQTA, nous poursuivrons cette démarche.

Responsabilité sociétale des entreprises (RSE)

L'office de tourisme de Carnac mettra en œuvre en 2024 une démarche RSE au sein de sa structure mais aussi avec pour objectif d'étendre les principes de cette démarche au territoire.