

CARNAC

2022

Rapport d'ACTIVITÉS



5 PLAGES.
3 000 MENHIRS.
1 SEUL CARNAC.

SOMMAIRE

1- LA QUALITÉ, UN ENGAGEMENT PERMANENT	p3
2- L'OFFICE DE TOURISME DE CARNAC	p4
3- BILAN TOURISTIQUE 2022	p5
4- ACCUEIL	p9
5- PROMOUVOIR	p10
6- COMMERCIALISER	p16
7- ANIMER	p17
9- DÉVELOPPER	p20
10- BILAN FINANCIER 2022	p 21
11- PLAN D'ACTIONS 2023	p22



OFFICE DE TOURISME DE CARNAC
74 avenue des Druides
56340 CARNAC
TEL 02 97 52 13 52
accueiltourisme@ot-carnac.fr



LA QUALITÉ, UN ENGAGEMENT PERMANENT

Afin de proposer un accueil et des services performants, l'office de tourisme de Carnac s'est engagé depuis 2013 dans la démarche Qualité Tourisme et a obtenu la marque en mai 2014, renouvelée en juin 2017 puis de nouveau en **juin 2020 avec 97.62% à l'audit mystère et 97,94% à l'audit final.**



Les objectifs de la politique Qualité sont les suivants :

- Faciliter l'accès à l'information à l'office de tourisme et dans les hébergements
- Assurer un accueil téléphonique, numérique et physique efficace et courtois
- Proposer des services complémentaires à l'accueil et à l'information touristique : billetterie, boutique...
- Disposer d'un personnel formé en continu
- Améliorer en permanence le service accueil à partir des indicateurs qualité mis en place
- Structurer l'Office de tourisme et l'engager dans une démarche de progrès, source de dynamique interne et de plus grande performance économique

L'objectif in fine est le développement des retombées économiques sur le territoire, par l'application d'une stratégie marketing et par l'amélioration de l'écoute clientèle avec la mise en place d'enquêtes de satisfaction couplées à une démarche globale d'évaluation.

Demain l'Office de tourisme s'attachera à mettre en œuvre une politique qualité visant à la satisfaction de l'ensemble de ses clients, partenaires et interlocuteurs :

- Les visiteurs : en poursuivant les objectifs préalablement définis et en améliorant l'écoute client.
- Les socioprofessionnels : en leur facilitant l'accès à l'information de la station, en leur mettant à disposition des outils performants pour faciliter la promotion de leur établissement et de la destination.
- Les collectivités : en mettant en œuvre une stratégie de développement et de communication à même de favoriser le développement du tourisme et de développer la notoriété de la destination.
- La population locale : en favorisant l'accès à l'information sur les spectacles et loisirs sur le territoire, en apportant des services liés à la découverte touristique.

Avis des visiteurs / E-Réputation

8,1/10 = e-réputation moyenne des établissements de Carnac (8,1 en 2021)

Sur la base de 58 établissements et 49 125 avis agglomérés à partir des principales plateformes en ligne (Tripadvisor, Google, Booking...) .
Source : Guest Suite / ADT 56

4,3/5 = e-réputation moyenne de l'office de tourisme de Carnac (4,3 en 2021)

Source : Google My Business



L'OFFICE DE TOURISME

A Preamble

L'office de tourisme de Carnac est un établissement Public à Caractère Industriel et Commercial (EPIC) créé en janvier 2009. Il assure les missions suivantes :

- L'accueil et l'information touristique sur le territoire de Carnac
- La promotion touristique du territoire en cohérence avec l'action de l'Agence de développement du tourisme du Morbihan (ADT56), du Comité régional du tourisme de Bretagne (CRT) et de Sensation Bretagne
- L'organisation d'animations et d'événementiels en lien avec les acteurs locaux
- La commercialisation de services touristiques
- La gestion de la collecte de la taxe de séjour

Il assure l'accueil des visiteurs à l'année dans les deux bureaux d'information touristique à la plage et au bourg, et en saison, à la Maison des Mégalithes.

OFFICE DE TOURISME DE CARNAC



CAMILLE LE ROUZIC
Chargée d'accueil et des animations
Accueil, Billetteries,
programmation et suivi des animations
animation@ot-carnac.fr

MARIA BECK
Chargée de communication numérique
Réseaux sociaux, site Internet
web@ot-carnac.fr

NICOLAS MAISONNEUVE
Directeur
direction@ot-carnac.fr

CELINE PACARY
Chargée d'accueil
Accueil, Billetteries,
boutique
accueil2@ot-carnac.fr



EMMA GAUDRY
Chargée d'info com
Editions, relations partenaires,
promotion, production de contenu
promotion@ot-carnac.fr

ANNIE SEGUIN
Chargée de promo / com
Editions, relations partenaires,
actions de promotion, taxe de séjour
promotion@ot-carnac.fr

SANDRA HUCHON
Responsable accueil et qualité
Accueil, billetteries,
suivi de la démarche Qualité
responsableaccueil@ot-carnac.fr

CHRISTELLE VANNIER
Adjointe de Direction
Comptabilité, RH,
assistante de direction
admintourisme@ot-carnac.fr

ERIKA LE MENTEC
Chargée d'accueil et des billetteries
Accueil, coordination des
billetteries, randos

BILAN TOURISTIQUE 2022

Le contexte national :

La fréquentation de juin à août 2022 dans les hôtels et campings dépasse de 3 % son niveau d'avant-crise. La clientèle résidente est nettement plus présente qu'en 2019 et demeure la principale composante du tourisme en France. Depuis juin 2022, les habitants de France métropolitaine passent davantage de nuitées dans l'hébergement marchand (hôtels, campings, locations auprès de particuliers, etc.) que dans le non-marchand (résidence secondaire, en famille ou chez des amis). La clientèle internationale est revenue aussi nombreuse qu'avant la crise sanitaire ; l'absence de touristes provenant de Chine, du Japon ou de Russie est compensée par la clientèle européenne. Les dépenses en voyages des touristes étrangers durant l'été 2022 dépassent de 7 % celles de 2019, du fait des hausses de prix, notamment dans l'hôtellerie et la restauration. Avec une fréquentation et des prix en hausse, le chiffre d'affaires augmente de 14 % dans l'hébergement et la restauration en juillet 2022, par rapport à juillet 2019.



En Bretagne :

La reprise de l'activité touristique bretonne aura été plus précoce que prévue et la région n'aura pas à attendre 2024 ou 2025 pour retrouver son niveau de fréquentation d'avant crise. Avec plus de 117 millions de nuitées touristiques réalisées, l'année 2022 fait désormais figure d'année exceptionnelle pour le tourisme en Bretagne avec une fréquentation supérieure de 6 % à son niveau d'avant crise. Les clientèles internationales sont de retour (+1 % par rapport à 2019) et la clientèle française ne faiblit pas (+8 % par rapport à 2019).

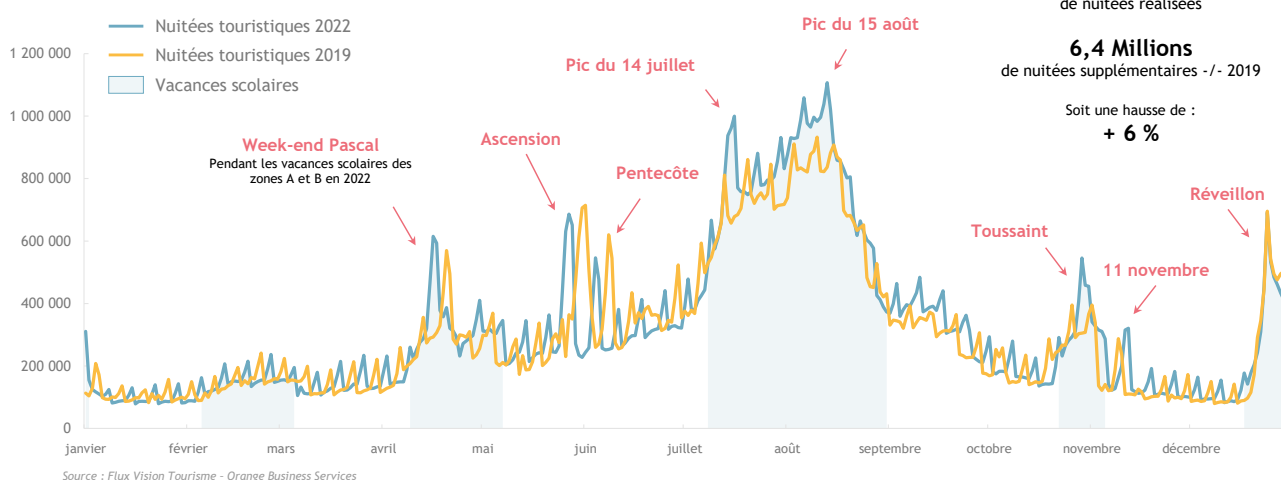


Plus de 117 millions de nuitées ont été réalisées, soit 6,4 millions de nuitées de plus (+6 %) par rapport à 2019. Les conditions économiques (hausses du prix du carburant, début de l'inflation...) ont incité les Français à se tourner vers des vacances aux coûts accessibles. Dans le palmarès des visiteurs sur les 73 % des touristes français, les plus nombreux proviennent d'Ile-de-France (30 %), la deuxième place est occupée... par les Bretons eux-mêmes (16 %). Les Pays de la Loire arrivent en troisième place avec 13 % de fréquentation. Dans la clientèle internationale, les touristes allemands tiennent la plus haute marche du podium (20 %), suivis des Britanniques (10 %) et, ex aequo, les Belges et les Néerlandais (7 %).



La fréquentation touristique bretonne en 2022

Nuitées touristiques journalières extra-départementales 2022 et 2019



Source : Flux Vision Tourisme - Orange Business Services

Sur l'année 2022

117 Millions
de nuitées réalisées

6,4 Millions
de nuitées supplémentaires -/ - 2019

Soit une hausse de :
+ 6 %



Tourisme
BRETAGNE

tourismebretagne.com | acteurs.tourismebretagne.bzh

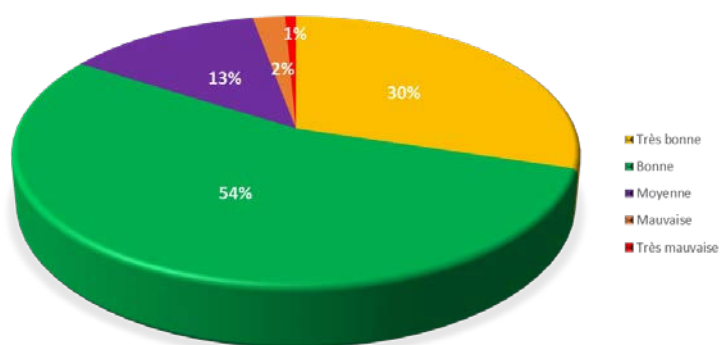
5

BILAN TOURISTIQUE 2022

Bilan de la saison 2022 à Carnac



La saison 2022 vue par les pros



**84% sont satisfaits
de la saison 2022**

**1 644 000 nuitées
marchandes en 2022**

SAISON TOURISTIQUE 2022 : Une saison 2022 record, avec une fréquentation qui retrouve et dépasse son niveau pré-covid

Les éléments clés de la saison à Carnac

- 84% de professionnels jugent la saison touristique comme étant une bonne voir très bonne saison (plus haut score depuis 2015, création de l'enquête).
- Un retour de la clientèle étrangère
- Les professionnels ont salué la politique d'animation de Carnac



Campings

886 000 nuitées
+39% par rapport à 2021



Hôtels

278 000 nuitées
+45% par rapport à 2021



Meublés

408 500 nuitées
+9% par rapport à 2021



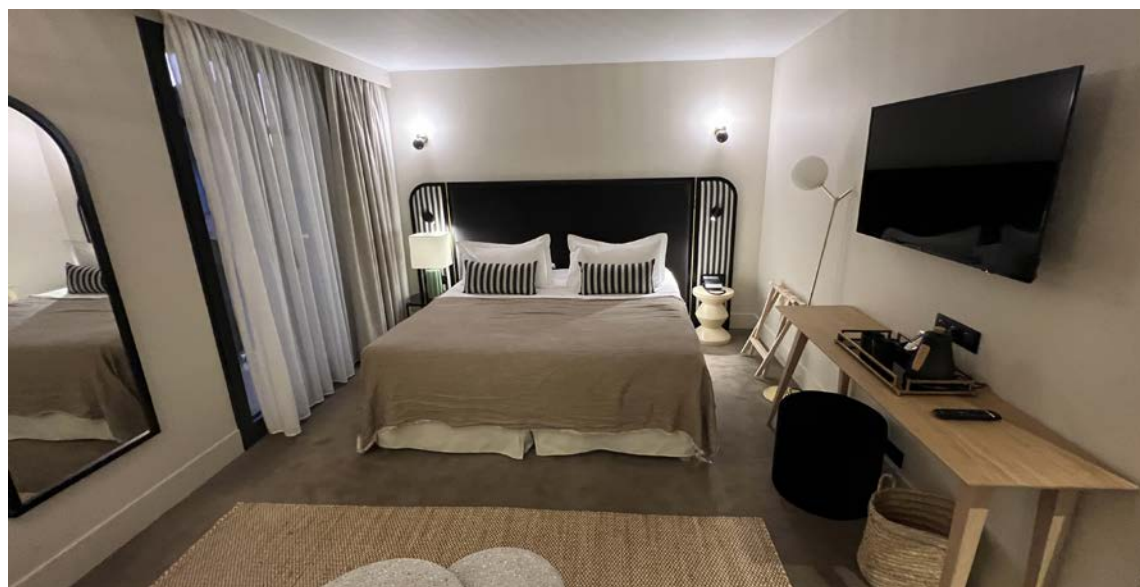
Chambres d'hôtes

3 500 nuitées
+12% par rapport à 2021



Hébergements collectifs

68 000 nuitées
+17% par rapport à 2021



Fréquentation Hôtels et campings

A partir des déclarations mensuelles de la taxe de séjour effectuées par les hôtels et les campings, nous pouvons obtenir un observatoire de la fréquentation de ce type d'établissement.

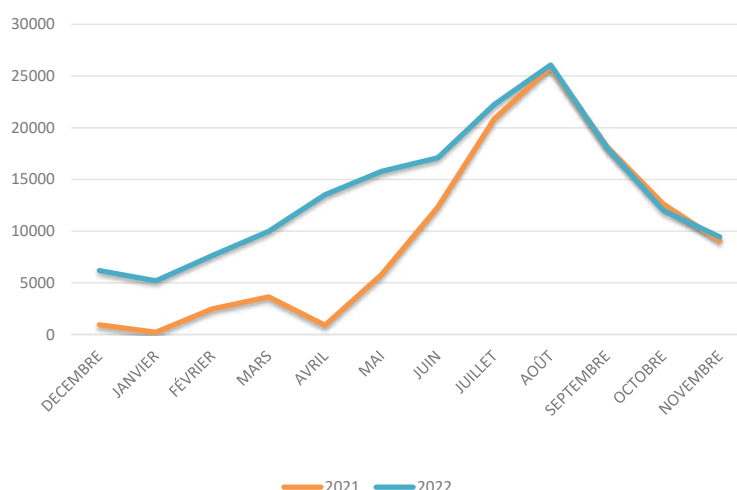
On constate pour les campings, en 2022, une fréquentation très importante qui dépasse celle 2019 (+23% par rapport à 2019)

Pour les hôtels, la fréquentation revient à un niveau équivalent à celui de 2019 (-0,5% par rapport à 2019), marqué par un retour à la normale de l'activité en début de saison

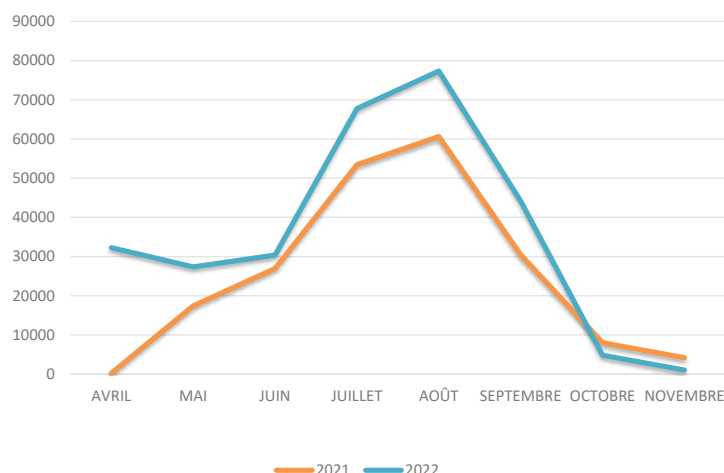
Evolution de la fréquentation globale

	Nuitées Adultes	Evolution /2021
DECEMBRE	8209	315%
JANVIER	7870	419%
FÉVRIER	10929	139%
MARS	13496	113%
AVRIL	126549	189%
MAI	73944	63%
JUIN	99180	39%
JUILLET	177211	10%
AOÛT	274522	6%
SEPTEMBRE	113675	34%
OCTOBRE	42802	6%
NOVEMBRE	18703	-9%
TOTAL	967090	31%

Nuitées adulte HOTELS CARNAC



Nuitées adulte CAMPINGS CARNAC



Indicateurs clés

2 550 000

Nuitées (marchandes et non-marchandes)



3 923 000

touristes

1 600 000 000

Retombées économiques directes



FRÉQUENTATION

Fréquentation des points d'informations



133 000 visiteurs

Soit une **hausse de 7%** par rapport à 2021.

Fréquentation qui reste en recul de près de 13% par rapport à 2019

14% de clientèle étrangère
en hausse de 120%, une fréquentation étrangère qui se rapproche des années pré-covid.

Clientèle française En baisse de 1,7%

Départements	% de demandes
Morbihan	9%
Paris	5%
Ille et Vilaine	4%
Loire Atlantique	4%
Hauts de Seine	3%
Yvelines	3%
Nord	2%
Seine Maritime	2%
Maine et Loire	2%
Val de Marne	2%



L'OT de Carnac est ouvert

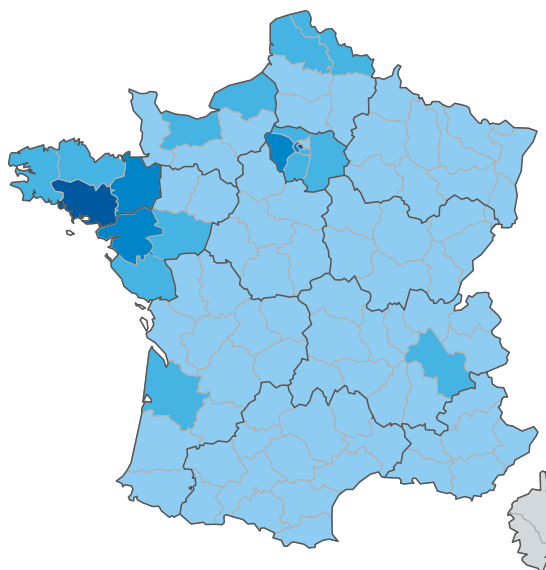
320 jours
par an et 7/7j
d'avril à septembre

Bourg = 64 000 visiteurs
(+23% par rapport à 2021)

Plage = 66 000 visiteurs
(stable par rapport à 2021)

- 1- Allemagne
- 2-Royaume-Uni
- 3- Belgique
- 4-Espagne
- 5- Suisse
- 6- Italie

CMN 2640 visiteurs
(+46% par rapport à 2021)



ACCUEIL

L'ACCUEIL, CŒUR DE MÉTIER DE L'OFFICE DE TOURISME

L'accueil au sein de l'Office de tourisme s'entend sous toutes ses formes : accueil physique, accueil téléphonique et accueil numérique (via le site web, le tchat en ligne ou le courriel). Les règles qui régissent un accueil de qualité s'appliquent à toutes ces formes.



La marque Qualité tourisme a été renouvelée à l'Office de Carnac en juin 2020 avec 97% de critères satisfaits. Marque garantissant aux visiteurs une qualité de service et d'accueil.

L'Office de tourisme recueille chaque année, les remarques, doléances ou suggestions des visiteurs afin de veiller à la qualité des prestations offertes par l'Office et l'ensemble des professionnels carnacois. Ces doléances font l'objet d'une analyse complète.

Des outils ont été mis en place (questionnaires sur tablette à disposition du public, webform pour faciliter la saisie et le traitement des remarques...) afin de maximiser l'écoute clientèle et d'en faciliter le traitement.

		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Total
DECOMPTÉ DE LA DEMANDE														
2021	Plage	412	1091	1354	841	2312	3057	5828	6839	3048	724	401	238	23 288
	Ville	9	fermé	fermé	fermé	1854	3103	4450	4460	3399	923	455	371	19 024
	Total	421	1091	1354	841	4166	6160	10278	11299	6447	1647	856	609	45 169
2022	Plage	229	415	497	2137	2309	3082	5090	6610	2784	779	269	277	23 337
	Ville	343	613	839	1972	2386	3086	4266	5176	3446	816	278	221	23 442
	Total	572	1028	1336	4109	4695	6168	9356	11786	6230	1595	547	498	47 920
Evolution 2021/2022 plage		-44,42%	-61,96%	-63,29%	154,10%	-0,13%	0,82%	-12,66%	-3,35%	-8,66%	7,60%	-32,92%	16,39%	0,21%
Evolution 2021/2022 ville		3711,11%				28,69%	-0,55%	-4,13%	16,05%	1,38%	-11,59%	-38,90%	-40,43%	23,22%
Evolution globale 2021/22		35,87%	-5,77%	-1,33%	388,59%	12,70%	0,13%	-8,97%	4,31%	-3,37%	-3,16%	-36,10%	-18,23%	6,09%

Fréquentation des points d'information en nombre de demandes :

La fréquentation en 2022 des points d'information progresse par rapport à 2021 (+6%) mais reste encore en deçà de 2019 avec une ouverture des points d'information revenue à la normale. Les habitudes ont évolué, les visiteurs privilégient soit la prise de renseignement à distance ou directement chez nos prestataires qui jouent aussi un rôle important d'information touristique, soit passent à l'office de tourisme pour avoir des renseignements à plus forte valeur ajoutée.

PROMOUVOIR

La promotion de la destination Carnac est une des missions prioritaires de l'Office de Tourisme. Chaque année nous essayons d'optimiser au maximum notre fonctionnement afin de développer la communication et la promotion de notre territoire.

S'appuyer sur notre marque de territoire, développer notre présence sur les réseaux sociaux, accroître la fréquentation du site Internet et la visibilité de nos partenaires sont autant d'actions menées.

La promotion d'un territoire se fait avant tout avec du contenu iconographique de qualité, une attention particulière est donc portée chaque année, sur les missions photos et vidéos que nous réalisons.

La promotion touristique répond à 2 objectifs majeurs :

- Séduire et faire venir à Carnac de nouveaux visiteurs
- Fidéliser notre clientèle

LES ÉDITIONS

A l'heure du numérique, l'édition de supports papier demeure indispensable, en amont de la préparation de son séjour mais surtout pendant le séjour.

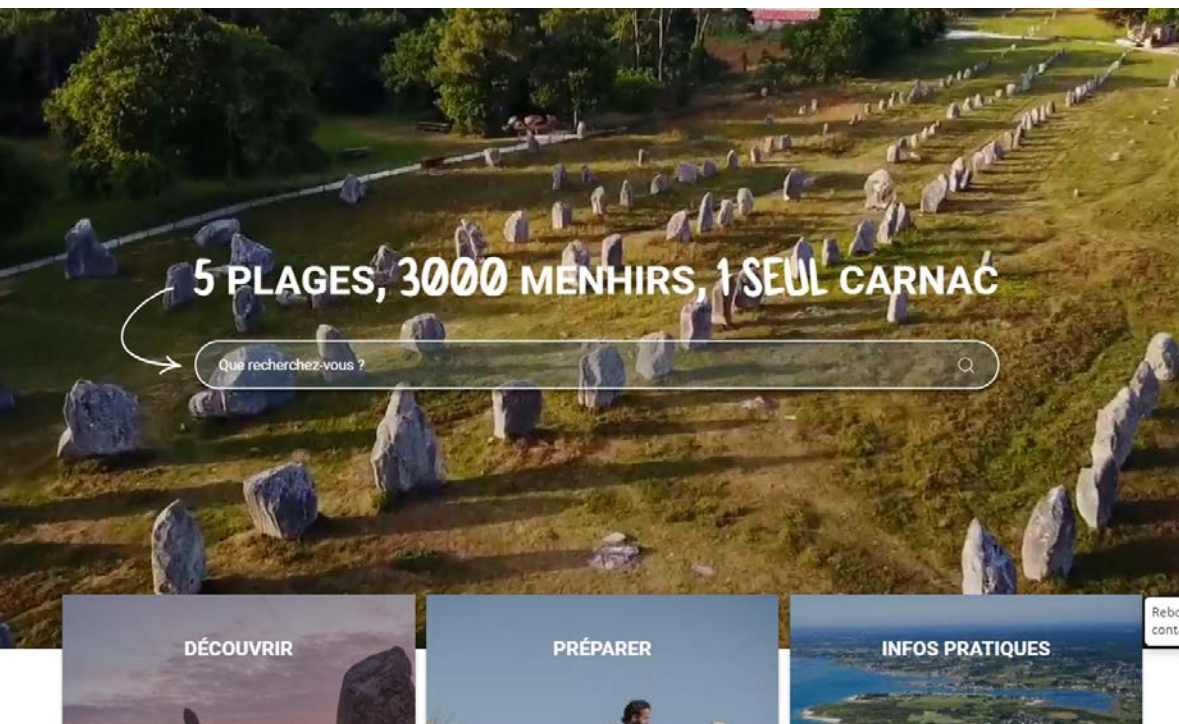
Les supports de communication sont édités afin de présenter aux visiteurs mais aussi aux locaux les différents atouts touristiques de la station et de faciliter l'organisation de leur séjour dans la station.

Les éditions 2022

- Un guide pratique trilingue présentant les loisirs, activités, commerces, restaurants, édité à 30000 ex
- Un guide touristique trilingue présentant le territoire et les hébergements édité 15000 ex. Ce guide s'appuie principalement sur des visuels forts pour promouvoir l'identité de Carnac.
- Un plan touristique quadrilingue : 100 000 exemplaires
- Un topoguide présentant les 4 circuits de Carnac
- Carnac s'anime mensuel 10 000 exemplaires / an + envoi par mail + hebdomadaire en saison,
- Agenda de l'été édité à 28 000 exemplaires et distribué dans les boîtes aux lettres de la commune
- 7000 enveloppes contenant agenda de l'été et guide pratique, envoyées dans les boîtes aux lettres de la Commune



PROMOUVOIR



SITE INTERNET www.ot-carnac.fr

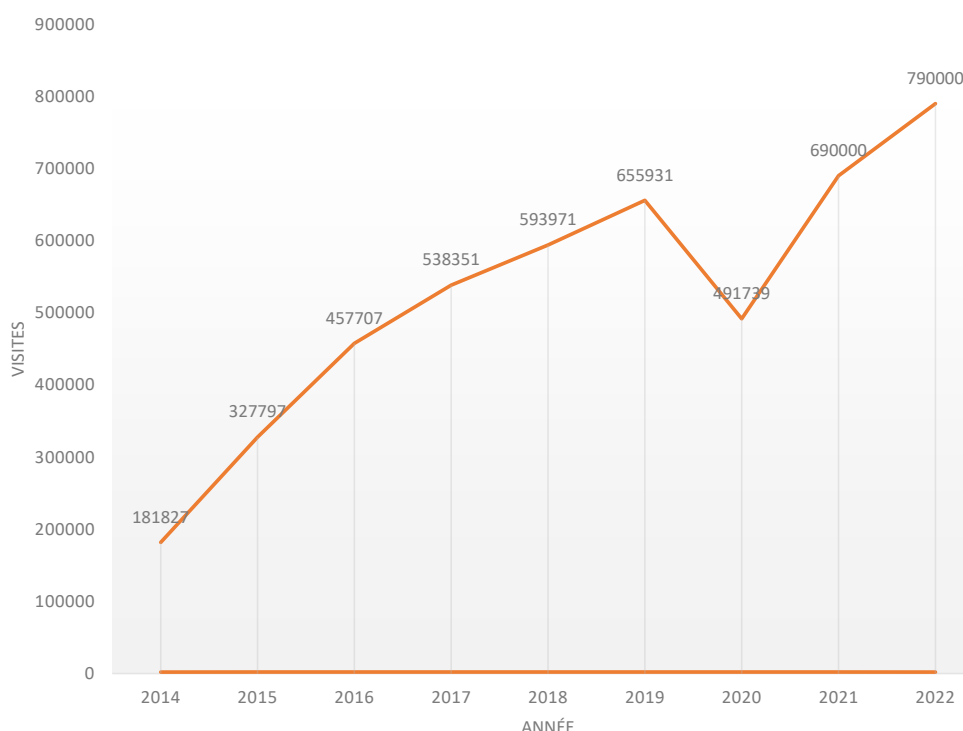
Le site Internet est le portail de tous les professionnels de la station. Une attention toute particulière est donc portée sur la visibilité du site Internet, son référencement naturel (SEO). Il est traduit intégralement en 2 langues : Anglais et Allemand.

La visibilité du site et sa fréquentation restera une priorité en 2023, en optimisant le référencement naturel et payant tout en intégrant les évolutions à venir liées à l'intelligence artificielle IA (ex chatGPT)

L'objectif est de donner un maximum de visibilité au territoire et à nos partenaires.

Le site Internet est complété par un site Internet de séjour mobile www.carnactourisme.fr qui met en avant les informations pratiques du territoire suivant la météo, la géolocalisation et le moment de la journée.

fréquentation du site Internet



PROMOUVOIR

RÉSEAUX SOCIAUX

Selon le rapport «we are social 2023», en France, on recense :

➢ 92,6% des français sont aujourd'hui connectés à Internet (+1% versus l'année dernière, soit 600 000 habitants de plus).

➢ Chaque jour, les français connectés de 16-64 ans passent 5h26 sur Internet (une petite baisse de 7 minutes par rapport à l'année dernière – un effet post covid) avec un temps passé en hausse de 1h55 sur les réseaux sociaux (+ 9 minutes)

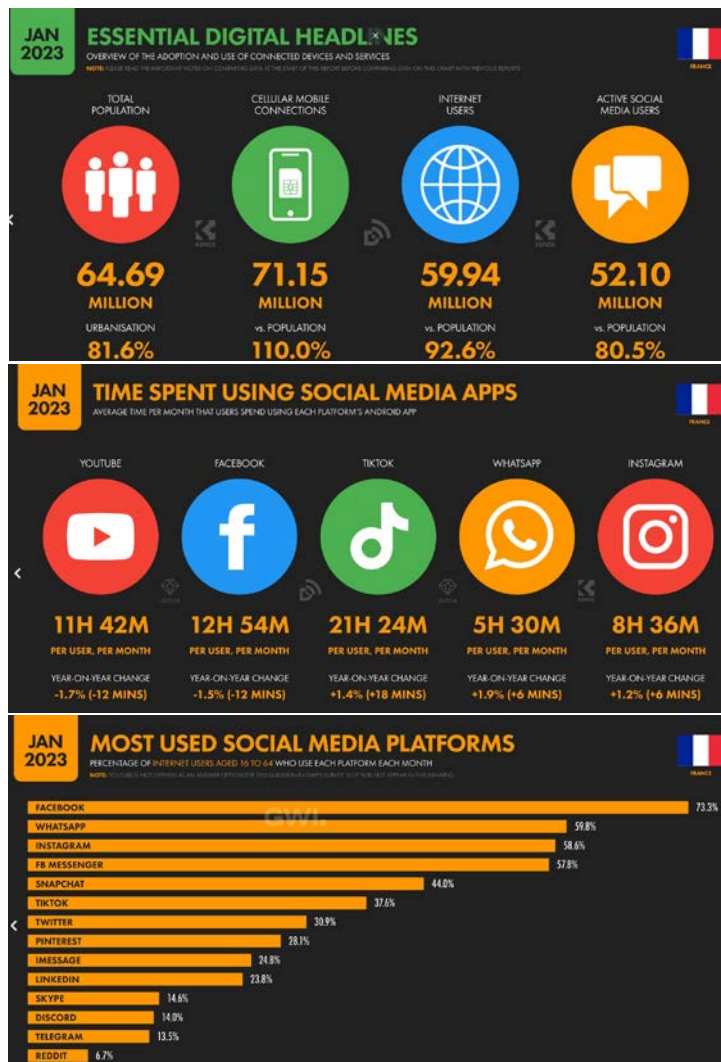
➢ Ils passent en moyenne 21h24 par mois sur TikTok (soit une augmentation de 18 minutes versus l'année précédente), 12h54 sur celle de Facebook et 11h42 sur celle de YouTube.

La consultation des réseaux sociaux se fait désormais quasi exclusivement sur mobile, d'où la nécessité d'adapter les formats de nos médias (ex : vidéos verticales au lieu du classique 16/9ème)

Nos Cibles : famille, résidents secondaires, seniors, jeunes actifs. Grand ouest + Ile de France en priorité.

Nos actions :

- Campagnes de séduction sous forme de vidéos ou de réels,
- Campagnes d'information sous forme d'Instant Expérience
- Campagnes de trafic sous forme de dark posts pour les animations, sous forme de carrousels des bonnes adresses (restaurants et activités) et sous forme de story ads



FACEBOOK

90 000 fans de la page Carnactourisme (+7000 par rapport à 2021)

Portée totale en 2022 : 4 7359 19 personnes touchées

11 vidéos publiées,

Campagne de leads de mai à fin juillet : ciblage des personnes présentes à Carnac, 457 contacts résidents mail récoltés.

INSTAGRAM

13 000 abonnés (12000 en 2021), Portée totale : 1 098 639 personnes touchées.

22 reels de réalisés

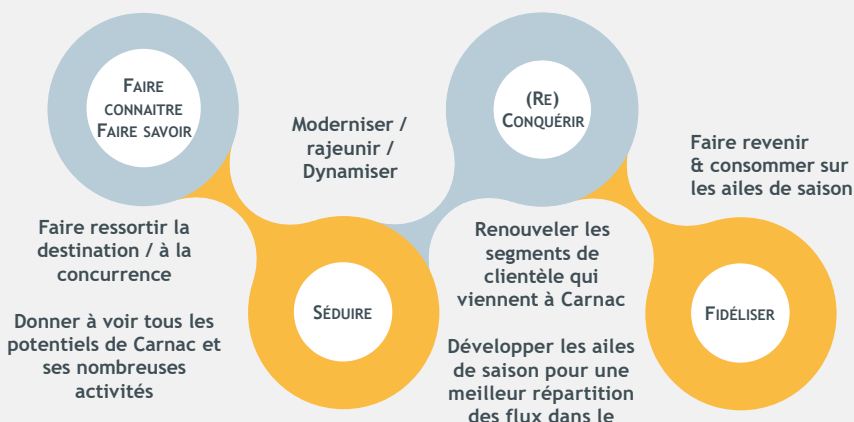


Entre mer et menhirs

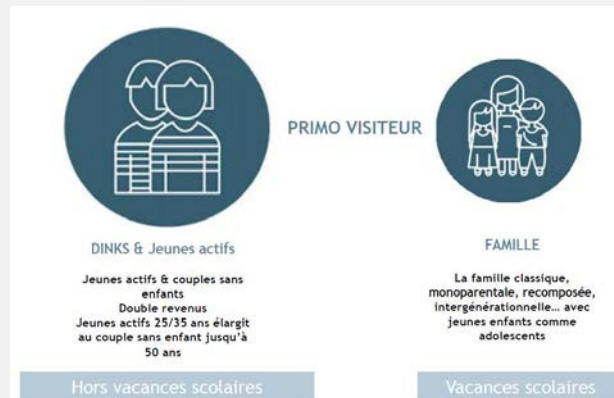
PROMOUVOIR

Préparation du séjour

Nos objectifs



Nos cibles principales :



CAMPAGNES DE COMMUNICATION EN PARTENARIAT AVEC LE CRT BRETAGNE

Le parisien - Week end famille

Support : La parisien Weekend & Le Parisien.com
1 vague en arrière saison: Août / Début novembre

Relai sur les réseaux sociaux (Facebook) : plus de 1 million d'impressions

- Une belle visibilité de la Bretagne en avant saison sur un média à très forte audience

Espagne

MARKETING D'INFLUENCE : Rojo Cangrejo

Dispositif : articles + social media + rédaction idée séjour pour le site www.vacaciones-bretana.com

- Des articles de blog riches et mettant bien en avant l'offre sur le territoire.
- Un travail soigné sur les posts qui ont généré un nombre importants d'impressions
- Des bonnes performances sur les stories et les réels

Belgique

Tiré à part aux abonnés Knack Weekend

Support : magazine aux thématiques lifestyle qui abordent des sujets variés d'actualité comme d'art de vivre, les dernières tendances à suivre... 360 000 lecteurs, 78 000 abonnés

- Une très belle mise en avant en ailes de saison.
- Un support impactant de part son format et la part belle faite aux visuels



S'initier aux sports nautiques à Carnac

On découvre Carnac et ses menhirs vieux de 6000 ans, puis on savoure les 5 plages de sable fin de la ville et ses spots secrets pour s'essayer aux sports nautiques. La ville de Carnac compte 6 plages de sable fin et des criques abritées par les rochers. Leur éventail d'activités est ainsi riche que leur panorama : on peut le partager avec délice sur les plages familiales à l'abri du vent et exposées plein sud, ou on s'initie au Windsurf sur la plage de Saint-Clément.

On découvre ensuite en famille le patrimoine local avec le jeu de piste « Carnac Shando » de l'Office du Tourisme. Au menu : une enquête qui vous entraîne pendant 2h sur les traces des plus beaux sites de la ville.

Les alignements de Kermahou et le Tumulus Saint-Michel, point culminant de la ville, vous attendent !

Où manger : Le Petit Breton à Carnac

Où dormir : La Villa Marie Lamm à Carnac

½ page du dossier print	
	
DIFFUSION 223K exemplaires	AUDIENCE 2,3M lecteurs



Alineamientos de Carnac - las piedras que construyeron Bretaña

—A lo desconocido

—Un poco más. Sigue, sigue, sigue

—Que te des de lado. Sin miedo, sin miedo

—Pero, para pasarla



jHOLA soy Marta!

CARNAC: ROTS IN DE BRANDING

3000 menhirs en stranden

Waarom de meeste verhalen van Carnac prehistorische paradijs? Het oude strand ligt aan een zonnige plek. De 3000 menhirs zijn 5000 tot 6000 jaar oud. Carnac is een van de meest bezochte plaatsen op de wereld. De laatste jaren zijn er steeds meer mensen die naar Carnac komen om de menhirs te zien.

Over de wereldberoemde megalieten van Carnac circuleren allerlei theorieën. Sommigen zien hier prehistorische cultuur, anderen zien alomtegenwoordig een kunstwerk. De 3000 menhirs zijn 5000 tot 6000 jaar oud. Carnac is een van de meest bezochte plaatsen op de wereld. De laatste jaren zijn er steeds meer mensen die naar Carnac komen om de menhirs te zien.



PROMOUVOIR

CAMPAGNES DE COMMUNICATION France 3 TV

Fort du succès de la campagne 2020-2021 nous avons décidé de réaliser à nouveau une campagne de communication sur la chaîne France 3 sur l'avant saison : Mars et mai 2022



Spot parrainage météo France 3 Région Bretagne, Pays de la Loire et Normandie

- Du 28 février au 3 avril et du 02 au 29 mai : 738 spots diffusés du lundi au dimanche vers 12h, 19h20 et 20h10
- Spot de 12 secondes
- Effectif touché ayant visionné au moins 1 fois le spot : **3,5 millions de personnes avec en moyenne un taux de répétition de 23,6 fois**

france•tv

Dispositif numérique sur France.tv

Pré roll vidéo sur les replays d'émissions ciblées suivant des profils de téléspectateurs ciblés CSP+ (ex : Des racines et des ailes...)

Géolocalisation : Bretagne + Pays de la Loire

327 000 impressions du en mars et mai



PROMOUVOIR

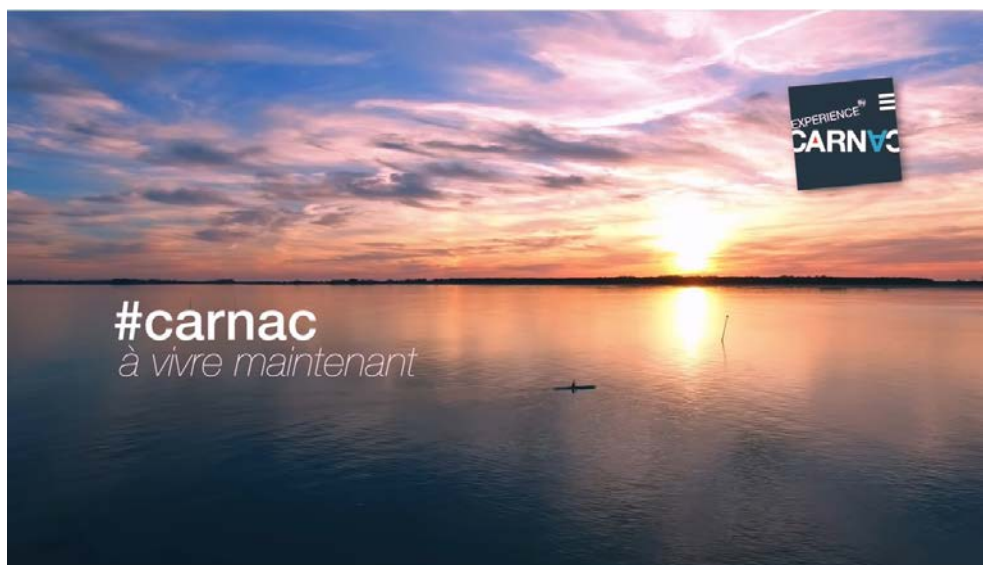
CAMPAGNE YOUTUBE + RETARGETTING

Diffusion d'un film de 30 secondes sur le bassin parisien, Haut de France Nantes et Rennes.

Période : de mars à juin et septembre

225 000 films vus complets

Retargetting : Affichage de bannières sur sites Internet pour ceux ayant visionné le film avec redirection vers des offres séjours type à Carnac



RELATIONS PRESSE

Depuis 2022, l'office de tourisme de Carnac travaille en collaboration avec L'OT Baie de Quiberon en mutualisant les services de l'agence de presse Hémisphère Sud.

Carnac fait partie du réseau Sensation Bretagne qui regroupe 28 stations littorales bretonnes. Outre la force inhérente au réseau, Sensation Bretagne nous fait entre autre, bénéficier de la valeur ajoutée d'une agence de presse.

En 2022 nous avons réalisé

- 1 voyage de presse avec Baie de Quiberon (5 journalistes)
- 5 dossiers de presse
- 2 accueils presse
- 3 communiqués de presse
- 2 flashmails

Bilan Presse 2022

1 Voyage de presse :

- Aïcha Noui (La Voix du Nord)
- Géry de Maet (DH des Sports)
- Anne Inquimbert (Femme Actuelle Jeux Région, Femme Actuelle Jeux Cocoon, Cuisine Actuelle)
- Mélina Rivière (Charente Libre)

3 blogueurs / influenceurs

- Julie du blog « Trace ta route »
- Guillaume Payen
- Marta du Rojo Cangrejo

Trace Ta Route

INSPIRATION VOYAGE & OUTDOOR

DESTINATIONS / THÈMES VOYAGE / OUTDOOR / CONSEILS / NOUS

NOUVEAU / VOYAGES / FRANCE / QUIBERON ET CARNAC EN AUTOMNE / PLAGE, CÔTE SAUVAGE ET BALADES

QUIBERON ET CARNAC EN AUTOMNE : PLAGE, CÔTE SAUVAGE ET BALADES

CRÉDIT PAR JULIE / 18 NOVEMBRE 2022



Mégalithes



les mégalithes

Parmi les nombreux sites mégalithiques du Morbihan, celui de Carnac est un haut lieu de la Préhistoire. Au mois d'août, à la tombée de la nuit, le site plonge les visiteurs dans un spectacle unique. Les menhirs de Carnac (Morbihan)

5/11



Planet.fr

À Carnac, dans le Morbihan, on a planté des menhirs, plus de 2000 menhirs, en alignement sur des centaines de mètres. La légende raconte qu'ils auraient servi à marquer l'emplacement d'un feu sacré.



COMMERCIALISER

BILLETTERIES

L'activité commerciale de l'Office de tourisme répond à quatre objectifs :

- Être un facilitateur de séjour pour les touristes > SERVICE
- Être un APORTEUR D'AFFAIRES pour les professionnels du tourisme local
- Disposer de RECETTES supplémentaires pour l'Office
- Augmenter la durée du séjour du visiteur



Le chiffre d'affaire total en 2022 de ce service est de 252 509€, soit une baisse de 16% par rapport à 2021, qui s'explique principalement par l'arrêt de la billetterie SNCF

SNCF : CA de 20 834€,

Ce service à la population et aux touristes connaissait une baisse régulière de sa fréquentation. La SNCF a décidé, de façon unilatérale, de revoir dans l'intégralité de ces points de ventes auxiliaires comme à Carnac, son mode de fonctionnement et de limiter les relations commerciales possibles afin de maximiser leurs ventes sur Internet. De ce fait, devant les nouvelles propositions de fonctionnement et le peu de bonne volonté affichée par la SNCF pour maintenir un service de qualité, le comité de direction de l'office de tourisme a décidé de fermer définitivement le point de vente SNCF à l'office de tourisme de Carnac Plage au 1er juillet 2022.

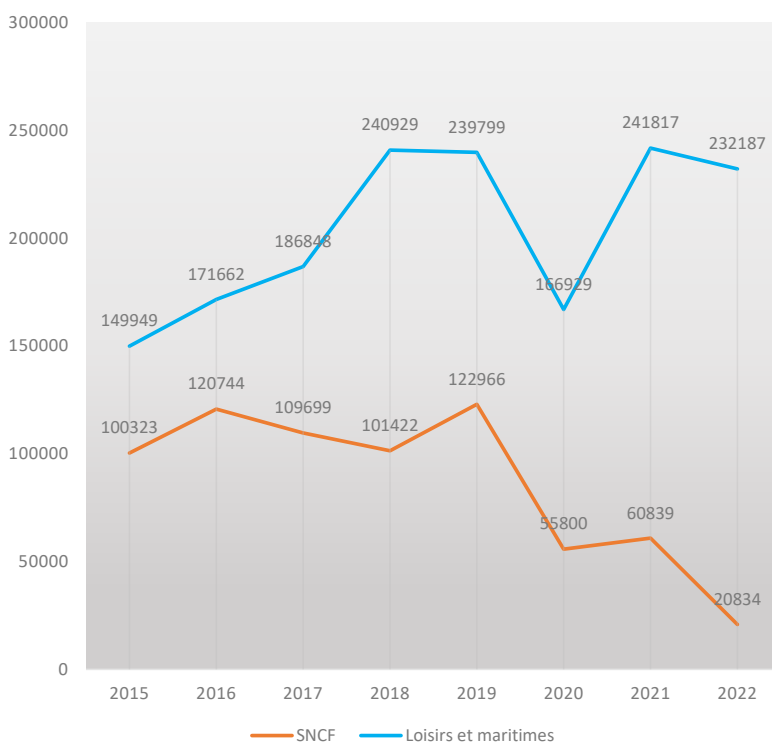
Billetteries loisirs, maritimes :

CA de 232 187€ (10 000 billets vendus)

Billetteries dans la continuité des années précédentes (exception faite de 2020), avec néanmoins une légère baisse par rapport à 2021 (-4%).

Principale billetterie : les compagnies maritimes grâce à un engouement certain pour les îles du Morbihan

Evolution du CA en €



ANIMER

La politique d'animation de l'Office de tourisme a pour objectifs de :

- Donner une image dynamique de la station
- Donner de la lisibilité à notre politique d'animation
- Animer la station quand les touristes sont là : en juillet-août et durant les vacances scolaires.

Malgré le contexte sanitaire, en accord avec la Ville de Carnac, une majorité des animations ont été maintenues tout en respectant les contraintes imposées par la préfecture pour toutes les animations sur la voie publique.

SALON DU LIVRE CARNAC A L'AIR LIVRE du 17 au 19 juin

Carnac à l'air Livre se veut un événement convivial et de qualité ; l'événement a regroupé 10 auteurs de renom en respectant la parité homme-femme.

Un 2ème salon perturbé par des conditions météorologiques difficiles (canicule le vendredi, tempête le samedi).



ANIMATIONS DE L'OFFICE

Le programme hebdomadaire de l'été

Le lundi soir Zumba

150-400 participants, une fréquentation fluctuante suivant la chaleur

Le mardi matin, Animation Expérience Zen

Du 7 juin au 27 septembre . De 20 à 250 personnes / séance.

Le mardi 18h, Festival Place aux Mômes au jardin de Césarine.

De 250 à 480 personnes / spectacle.

Le mercredi 10h, Expérience Fitness (Grande plage de Carnac)

Du 8 juin au 28 septembre. De 20 à 200 participants à chaque fois pour ce rendez-vous

Le jeudi, Carnac-Lanta (Grande plage de Carnac)

A destination des 8-13 ans. Animation payante : 5€ / personne. Complet à chaque séance (30 enfants)

Le jeudi, Marche sportive (départ bourg)

Nouvelle animation : de 50 à 75 personnes par sortie

Le vendredi, Running (départ bourg)

De 10 à 25 personnes

+ De 10 000 personnes ont participé aux animations proposées.

Des animations gratuites toujours très appréciées par les visiteurs mais aussi les carnaoïs.

Les professionnels ont aussi salué la politique d'animation de l'office de tourisme de Carnac.



ANIMER

LUMILIZ

NOUVEAU : les projections ont commencé cette année dès le 3 juin, toujours dans l'objectif de proposer des animations en avant et après saison.

Du 3 juin au 15 août, **plus de 20 000 personnes** sont venues assister au spectacle de projection monumentale sur l'église St Cornély avec des retours toujours très positifs.

Spectacle le vendredi et samedi soir en juin et tous les lundis, mercredis et vendredis soirs, à 22h45 et 23h15 en juillet et août Ce spectacle estival, proposé par l'Office de tourisme de Carnac et créé par Spectaculaires, Allumeurs d'images, invitait cette année, les spectateurs à suivre les déambulations de Camille, petite fille en vacances chez ses grands parents à Carnac.

Un spectacle gratuit et grand public pendant tout l'été

Avec Lumiliz, l'office de tourisme de Carnac a pour ambition d'offrir un spectacle distrayant mais de qualité !

Ce rendez-vous estival proposé a pour ambition :

- D'entretenir la dynamique de développement touristique de la station
- De Proposer une animation forte en avant saison
- De constituer un rendez-vous nocturne innovant de qualité internationale, destiné au grand public ;
- D'élargir l'offre culturelle et de loisirs proposée gratuitement durant l'été à Carnac

Les retours ont été très positifs surtout sur la mise en lumière de l'église.



ANIMER

SKEDANOZ

Animation portée par la Mairie de Carnac et CMN dont l'organisation a été confiée cette année à l'OT de Carnac.

Skedanoz se tient désormais fin août afin de maximiser les retombées de cet événement sur le territoire en mettant en avant cet événement fort sur une période où la fréquentation de la station est plus faible que début août.

Les 16, 17, 18 et les 22, 23, 24 août, 2 séances par soirée étaient programmées.

Spectacle entièrement repensé cette année, avec un nouveau prestataire, CS Prod afin de donner un nouvel élan à cette manifestation.

Au vu des retours, le spectacle a été globalement très apprécié. Un bon qualitatif et créatif a été fait par rapport aux années précédentes : un spectacle inattendu, poétique et haut en couleurs sur le site des alignements du Ménéac.

6250 spectateurs, les spectacles étaient quasiment tous complets, le spectacle a trouvé son public,
Pour mémoire, le spectacle est payant au tarif de 5€ / personne.



DÉVELOPPER

CARNAVETTE

Service financé par la Ville de Carnac, dont l'organisation est déléguée à l'office de Tourisme. Le service mis en fonction à l'initiative de la Mairie de CARNAC depuis 2006 a pour vocation de faciliter les déplacements entre les pôles d'attraction du territoire : les campings au Nord du territoire, les alignements de Carnac, le bourg et les plages.

Il permet de réduire l'engorgement automobile du secteur de la plage et apporte une possibilité de mobilité aux résidents.

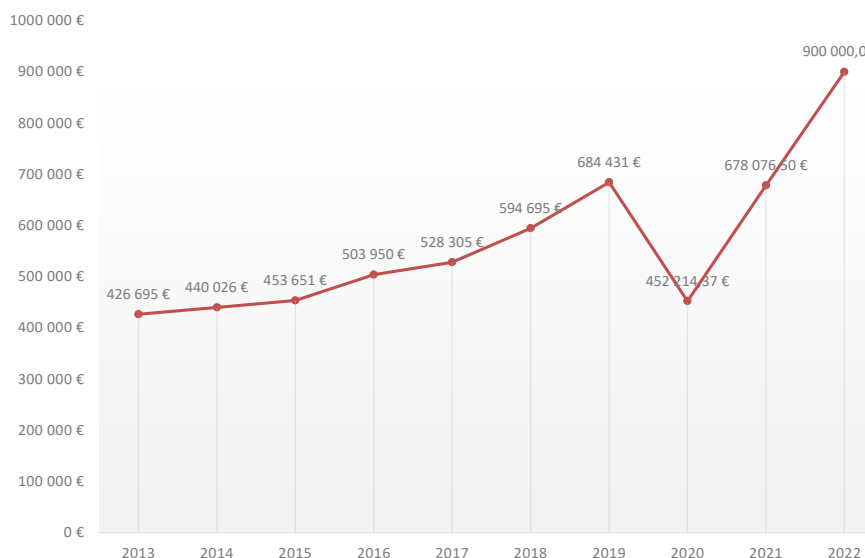
3 lignes ont été mises en place du 9 Juillet au 28 Août 2022, tous les jours de 10h30 à 13h00 et 14h00 à 20h00. Une application web permet en temps réel de connaître la position de la Carnavette et donc son heure d'arrivée.

RELATIONS PARTENAIRES

En 2022, l'Office de Tourisme a poursuivi ses actions en faveur d'une relation de proximité avec ses partenaires :

- **Des newsletter et une page Facebook Pro** à destination de tous nos partenaires qui ont pour but d'informer sur les activités propres de l'Office de Tourisme : actualités, éditions, salons, accueils presse, animations
- L'édition d'un **guide du partenaire**, disponible sur le site Internet de l'Office
- Un **espace dédié sur le site Internet** présentant l'ensemble des informations pratiques de l'OT
- **2 distributions de documentations** minimum par an aux principaux hébergeurs et aux restaurants.

Evolution du montant collecté de la taxe de séjour



GESTION DE LA TAXE DE SÉJOUR

Depuis le 1er janvier 2015, l'Office de tourisme, pour le compte de la Ville de Carnac, gère et optimise la collecte de la Taxe de séjour (suivi, relance et comptabilité).

Cette gestion nous permet en outre de mettre en place un outil d'observation de l'activité touristique sur la Station de Carnac.

En 2022, le montant total collecté est de 905 000€.

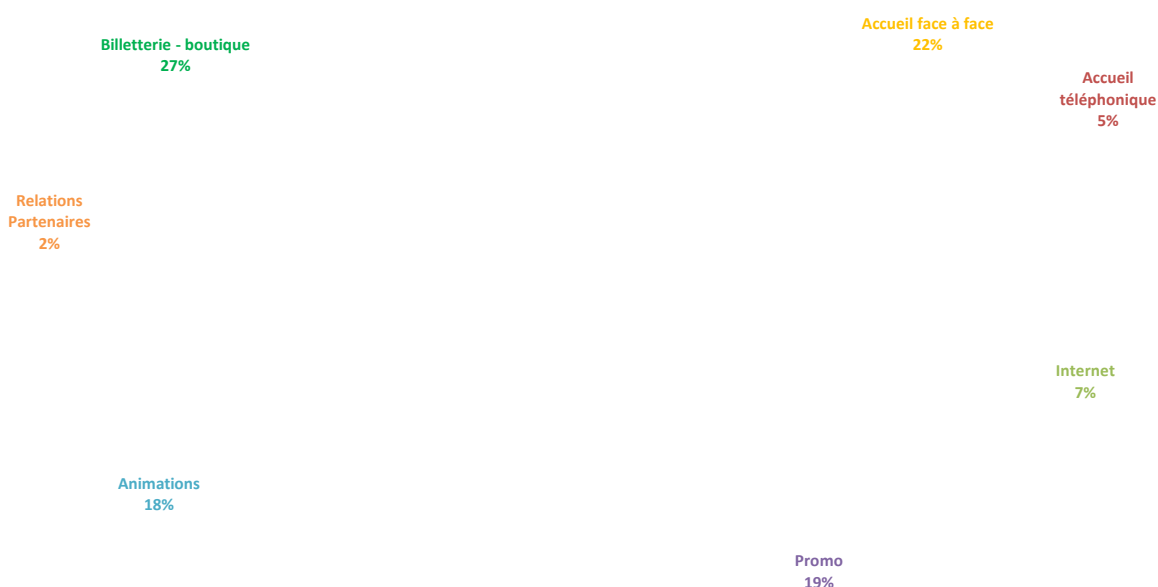
BILAN FINANCIER 2022

LES RECETTES 2022 DE L'OFFICE DE TOURISME

Les recettes globales de fonctionnement de l'Office de tourisme s'établissent en 2022 à 1 308 379€ dont un report de l'excédent de 2021 à hauteur de 187 304€€



LES DÉPENSES 2022 DE L'OFFICE DE TOURISME PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ



Le compte administratif présente un résultat de clôture excédentaire de 183 922€.

PLAN D' ACTIONS 2023

Actions	Détails	Objectifs / évaluation
ACCUEIL ET INFORMATION		
Accueil dans les points d'informations	Adapter les horaires, les périodes d'ouverture et les moyens afin de répondre le plus efficacement aux besoins de l'accueil	Améliorer l'efficacité et la qualité d'accueil.
Présence à la Maison des Mégalithes	Présence en juillet et août	Améliorer l'information des visiteurs des alignements
Accueil numérique	Mise en place d'un accueil à distance élargi de 9h30 à 19h par téléphone, tchat en ligne. Accueil numérique via les réseaux sociaux. Accès wifi Accueil via les écrans d'affichage dynamique (4 par point d'information)	S'adapter aux évolutions du mode de comportement de nos visiteurs. Améliorer la qualité d'accueil Déploiement de l'accueil numérique chez les prestataires
Site Internet de séjour	Mise en avant sur un site Internet dédié aux mobiles : - Des activités et les loisirs - Des animations - Des restaurants - Des informations pratiques de la station.	Renseigner et inciter les visiteurs ou locaux présents sur le territoire à consommer sur le territoire
Des professionnels partenaires de l'accueil sur le territoire	Diffusion des documentations au minimum 2 fois par an Envoi régulier par mail des informations de la station Création de session d'e-learning de territoire afin de faciliter la connaissance par les saisonniers du territoire	Améliorer la connaissance du territoire et la diffusion de l'information
Gestion des disponibilités et des ouvertures des prestataires	Mise à jour quotidienne des informations	Donner à nos clients l'information la plus précise possible sur les professionnels du territoire et sur les hébergements disponibles sur la station
Billetteries	Billetteries loisirs Billetteries maritimes Billetteries des animations de Carnac	Augmenter le CA de la billetterie afin de développer les retombées économiques sur le territoire et l'autofinancement de l'OT
Boutique	Création de nouveaux produits boutique	Augmenter le CA de la boutique
PROMOTION / COMMUNICATION		
Editions	Guide touristique Guide pratique Carte touristique Agenda de l'été Carnac s'anime	Satisfaire aux demandes de nos visiteurs
Communication à destination des Carnacais (résidents principaux et secondaires)	Diffusion de la documentation touristique de l'OT à l'ensemble des Carnacais Envoi d'e-mailings ciblés suite à l'étude réalisée sur les résidents secondaires et principaux. Développement de la base de données « résidents »	Inciter les Carnacais à découvrir et faire découvrir les activités et commerces du territoire.
Internet	Développement du site www.ot-carnac.fr .	Augmenter les retombées économiques du tourisme sur le territoire
	Développement du site Internet de séjour qui met en avant les informations pratiques du territoire suivant la météo, la géolocalisation et le moment de la journée	
	Référencement naturel (SEO)	
	Achats de mots clé (SEA)	Développer l'image du territoire. Communiquer sur les animations sur ces médias
	Facebook, Instagram	
	GRC : Mise en place d'une stratégie de GRC performante	Développer et qualifier notre base de données prospects. Mise en place de jeux concours Mise en place d'une stratégie de collecte d'e-mails sur le territoire Envoi d'emails de bienvenu Segmentation de la base de données par cible affinitaire

	Publicité web	Youtube + Programmatique + actions possibles en partenariat avec le CRT
Commercialisation	Création d'un pass tourisme proposant des offres ou des bons plans sur la station Utilisation de l'outil de commercialisation en ligne Elloha et Billetweb pour les animations	Favoriser la consommation sur le territoire Développer l'offre réservable en ligne
Promotion grand Public	En partenariat avec le CRT Bretagne : Insertion web Accueil presse et influenceurs	Cibles principales : Grand Ouest + IdF + clientèles européennes jeunes actifs et famille-
Campagne de Communication	Publicité TV France 3 Bretagne / Pays de la Loire / Basse Normandie Publicité replay TV Campagne Youtube	Cibles : Grand Ouest / Ile de France
Photos / vidéos	Réalisation de reportages photos / vidéos. Promotion des vidéos sur Facebook et Youtube	Développer la photothèque /vidéothèque en nombre et en qualité
Relations presse	Prestation réalisée en partenariat avec les attachés de presse de Sensation Bretagne + OT de Baie de Quiberon Diffusion de communiqués de presse, organisation d'accueils presse	Développer la notoriété et l'image du territoire
Relations partenaires	Guide du partenaire, rapport d'activités	Maintenir et développer les relations avec nos partenaires
	Espace pro sur le site Internet et page Facebook dédiée	
	Newsletters, Facebook Pro, rencontres et réunions	
Tourisme d'affaire	Accompagner et promouvoir les offres de nos partenaires	Création et promotion d'une section dédiée sur notre site Internet...

MARQUE QUALITE TOURISME

Qualité tourisme	Mise à jour et respect des procédures	Améliorer constamment la qualité de nos prestations.
------------------	---------------------------------------	--

ANIMATIONS

Promotion des animations	Carnac s'anime, agenda de l'été, en saison programme hebdomadaire d'animations (en Fr et GB), posts Facebook sponsorisés, banderoles	Développer la fréquentation des animations du territoire.
Evénements	- Lumiliz de juin à mi-août - Skedanoz du 15 août à fin août - Salon du livre du 17 au 19 juin - Festival Salsa du 10 au 11 juin	Organiser des événements forts susceptibles de développer la fréquentation de la station
Organisation des animations	- Place aux Mômes - Zumba - L'expérience zen (dès le mois de juin) - L'expérience Fitness (dès le mois de juin) - Aquagym - Marche sportive - Carnac Lantha	Donner une image d'une station dynamique. Proposer des animations pour tout public en coordination avec les initiatives privées. Développer les animations hors saison

OBSERVATION

Taxe de séjour	Gestion de la collecte, de la télé déclaration	Suivi statistique de la fréquentation de la station
Bilan de saison	Enquête réalisée auprès des partenaires	
Etude et suivi de la e-réputation du territoire	Connaître et analyser nos clients à partir des avis et notes déposés sur les différentes plateformes existantes	Note globale de l'e-réputation de Carnac

DEVELOPPEMENT DURABLE

Animations	Animation de sensibilisation à l'environnement	Sensibiliser les professionnels et les particuliers aux bonnes pratiques au développement durable
Développer	Mise en place d'une charte éco-responsable à destination de nos pros. Déploiement de la charte du voyageur. Développement en partenariat avec la mairie de circuits de circulation douce (vélo, trails, information sur les circuits de randonnées...)	
Informers	Intégrer sur le site Internet de séjour une page dédiée aux éco-gestes et charte éco-responsable	
Un OT exemplaire	Prise en compte du facteur durable dans nos actions Sensibilisation et mise en avant des prestataires inscrits dans des démarches de développement durable.	Donner une image positive de la démarche

#Carnac

#respirez

#prenezsoindevous

#N'oubliezpasd'enfaire

#rythmezvosvacances

#offrezvousunebalade

#parcoureznossentiers

#vibrezavecpassion

#croquezlespaysages

#capsurcarnac

#prenezunepausesport

#entrezdanslalégende

#skedanoz

#rouchez/histaliteduboutdesdoigts

#mangezlescartables!

#1,2,3...Carnac!

#CarnacByNight

#partezàlapêche

#offrezvousunepausebonheur

#marchénocturne

#mettezlesvoiles

#sortiràCarnac

#mesurezvousauxgéantsdepierre

#marchezsurleau

#choisissez1plageparjour

#admireznospaysages

#bienvenue

www.ot-carnac.fr

