PLAN D'ACTIONS 2023

DINAN
CAP FRÉHEL
CHAQUE INSTANT EST UN VOYAGE

PREAMBULE

L'année 2022 a permis à la destination Dinan-Cap Fréhel de renouer voire de dépasser le niveau de fréquentation touristique pré-Covid, notamment grâce au retour de clientèles européennes et à la progression des clientèles nationales.

2022 aura aussi été marquée par la confirmation de tendances fortes dans l'activité touristique et d'attentes des voyageurs/visiteurs pour un tourisme plus responsable, plus local, plus étalé dans le temps.

Le plan d'actions 2023 de Dinan-Cap Fréhel Tourisme s'inscrit pleinement dans la *Stratégie de Développement touristique de Dinan Agglomération 2022-2026*, visant un tourisme plus étalé dans l'espace, moins saisonnier, privilégiant les mobilités durables, proposant des offres touristiques plus qualifiées et plus responsables et prenant en compte les besoins des habitants.

Fort de son nouveau Plan Marketing, dont les principaux objectifs sont pour Dinan-Cap Fréhel de devenir une destination remarquable en Bretagne, performer sur la fréquentation hors-saison estivale et favoriser des pratiques touristiques durables, l'Office de Tourisme poursuivra et ajustera ses actions, en 2023, pour une qualité d'accueil et des services, l'accompagnement des professionnels, la promotion et la commercialisation du territoire et l'observation de l'activité touristique.

La poursuite de notre engagement dans un tourisme plus responsable se traduira également par la mise en œuvre de notre stratégie de *Responsabilité Sociétale et Environnementale*.

Toute l'équipe de Dinan-Cap Fréhel Tourisme est engagée et mobilisée pour franchir de nouveaux caps et consolider l'attractivité de la destination où « chaque instant est un voyage » !

LES GRANDS AXES DU PLAN D'ACTIONS

Axe 1 : Maintenir l'engagement de Dinan-Cap Fréhel Tourisme en faveur d'un tourisme responsable, et développer notre politique Responsabilité Sociétale et Environnementale en prenant en compte les attentes de toutes les parties prenantes

Axe 2 : Mettre en œuvre de manière opérationnelle le Plan Marketing afin d'augmenter la notoriété de la destination et de continuer à développer la fréquentation hors saison estivale

Axe 3 : Poursuivre l'accompagnement des professionnels du tourisme afin d'améliorer la qualité de l'offre touristique et les services proposés aux clientèles

Axe 4 : Optimiser la Stratégie d'accueil et de diffusion de l'information sur l'ensemble de la destination et la fidélisation des clientèles en toutes saisons

Axe 5 : Développer la commercialisation de la destination et des prestataires touristiques en renforçant les actions commerciales et la vente en ligne

Axe 6 : Assurer l'observation de l'activité touristique sur le territoire intercommunal et une veille permanente sur les évolutions du secteur et les nouvelles attentes des visiteurs

L'EQUIPE DE DINAN-CAP FREHEL TOURISME

L'Office de Tourisme est constitué en 5 pôles de compétences, afin d'assurer l'ensemble des missions confiées par Dinan Agglomération.

PÔLE
ACCUEIL ET RELATION CLIENTS
Responsable: Blandine SALLIOU

PÔLE
DIRECTION ADMINISTRATION RH MARKETING ET PROSPECTIVE
Dominique LE THERISIEN
Direction générale

Émilie GAUTREAU
Directrice adjointe et responsable des RH

PÔLE
COMMUNICATION ET STRATÉGIE DIGITALE
Responsable: Dominique LE THERISIEN

PÔLE
COMMERCIALISATION ET DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS
Responsable: Émilie GAUTREAU

PÔLE
PARTENARIAT ET QUALIFICATION DE L'OFFRE
Responsable: Yann BOCHET

Maintenir l'engagement de Dinan-Cap Fréhel Tourisme en faveur d'un tourisme responsable, et développer notre politique RSE en prenant en compte les attentes de toutes les parties prenantes

ATD

Je suis Acteur du Tourisme Durable !

MAINTENIR NOTRE ENGAGEMENT EN FAVEUR D'UN TOURISME RESPONSABLE

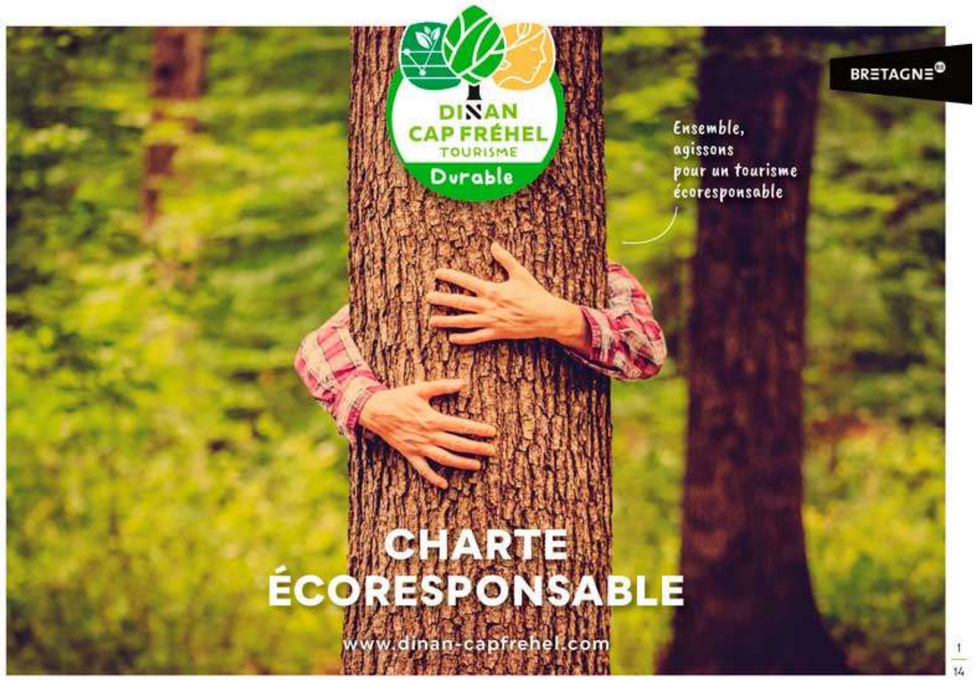
▪ Poursuivre la sensibilisation et l'accompagnement des professionnels de la destination en déployant la *Charte éco-responsable*

- Réunir les partenaires du ***Tourisme Responsable Lab'*** pour étudier ensemble les actions à mettre en œuvre en faveur d'un tourisme responsable

- Rencontrer les professionnels des différentes filières (hébergement, restauration, loisirs, commerces, producteurs locaux,…) pour les inciter à s'engager dans la dynamique (objectif : 50 partenaires fin 2023)

- Valoriser les professionnels engagés et signataires de la charte sur les supports de communication de l'Office de Tourisme (site web, éditions, réseaux sociaux,…)

- Accompagner les professionnels dans la **transition énergétique** : informations sur les aides mobilisables et la gestion des déchets, accompagnement vers des labels,...



MAINTENIR NOTRE ENGAGEMENT EN FAVEUR D'UN TOURISME RESPONSABLE

▪ Maintenir un comportement exemplaire au sein de Dinan-Cap Fréhel Tourisme

- Sensibilisation continue de l'équipe avec la **charte des éco-gestes** et les éco-défis
- **Réduction des déchets** physiques et numériques (limitation du stockage des données, utilisation de la messagerie Slack en interne, tri régulier des boîtes mails,…)
- Optimisation des tirages des éditions et des diffusions des supports à l'accueil et impression des éditions en papier recyclé
- Mise en ligne d'un **site web éco-responsable** labellisé *Greenweb*
- Développement des **achats éco-responsables** et des ventes de produits locaux dans les boutiques de l'Office de Tourisme (Made in Dinan, Made in Breizh, Made in France)

MAINTENIR NOTRE ENGAGEMENT EN FAVEUR D'UN TOURISME RESPONSABLE

- **Promouvoir un tourisme responsable auprès des visiteurs, résidents secondaires et habitants** de la destination Dinan-Cap Fréhel :

-incitation des visiteurs au respect de l'environnement sur les supports de l'OT (éco-gestes, cendriers de plage,…)

-création d'une nouvelle rubrique sur le site web invitant les personnes à découvrir la destination autrement, en toutes saisons, à voyager en mode slow

-mise en valeur de sites moins connus de la destination sur le podcast *Murmures d'aventures*

-incitation des visiteurs à utiliser les modes de déplacement doux (site web, éditions)

- **Valoriser les circuits courts et les producteurs locaux au sein de la destination :**

-mise en valeur du catalogue recensant 120 producteurs locaux sur le site web

-poursuite de la politique d'achats responsables et vente de produits locaux au sein des espaces boutiques

-valorisation de producteurs locaux sur les itinéraires de randonnée, les rendez-vous Pros et les micro-aventures

Dinan-Cap Fréhel,
une destination durable

DINAN CAP FRÉHEL TOURISME

DINAN CAP FRÉHEL

MAINTENIR NOTRE ENGAGEMENT EN FAVEUR D'UN TOURISME RESPONSABLE

- **Renouveler notre adhésion au réseau national ATD** – *Acteurs du Tourisme Durable* regroupant près de 300 acteurs privés et institutionnels engagés ou sensibilités au tourisme durable et qui visent à faire évoluer le secteur vers des pratiques plus responsables

- **Soutenir le réseau *Time for the planet*,** communauté citoyenne dédiée à l'action mondiale contre les GES, regroupant aujourd'hui plus de 100.000 associés et finançant des innovations luttant contre le dérèglement climatique.

ATD

Je suis Acteur du Tourisme Durable !

Time for the planet

NOUS AVONS LE POUVOIR D'AGIR.

C'est écrit assez gros là, c'est bon ?

MAINTENIR NOTRE ENGAGEMENT EN FAVEUR D'UN TOURISME RESPONSABLE

- **Mettre en œuvre notre stratégie RSE,** en intégrant des préoccupations sociales et environnementales à nos activités et en y associant l'ensemble des parties prenantes, internes et externes.

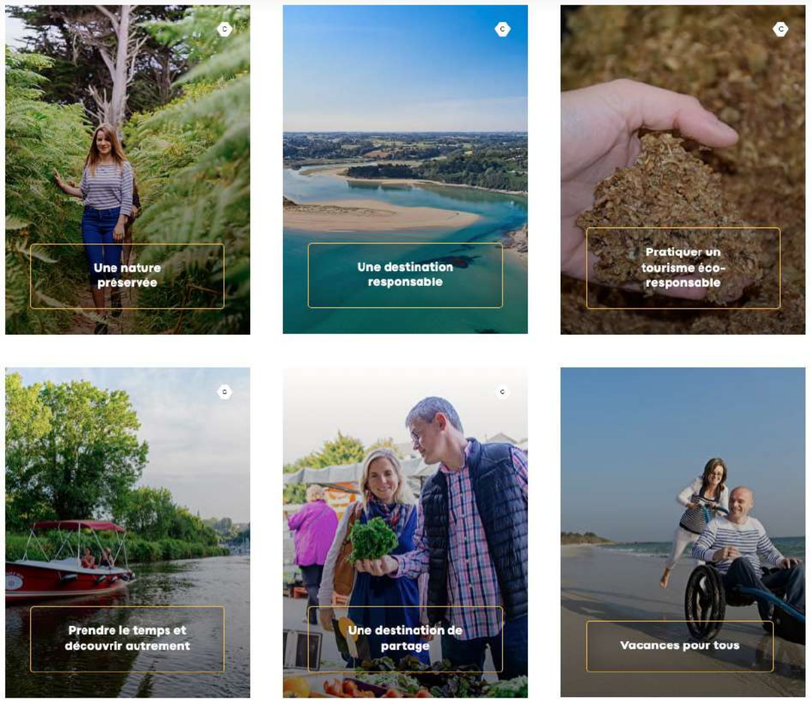
  - Mesurer et **optimiser les conditions de travail responsables** (rémunération, dialogue social)
  - Assurer un environnement de travail bienveillant et propice à la **qualité de vie au travail**
  - Mesurer et limiter notre **impact environnemental**
  - Poursuivre **l'accompagnement, la sensibilisation des socioprofessionnels** et la mise en valeur des initiatives
  - Permettre aux voyageurs de pratiquer un **tourisme responsable**
  - Viser le **développement local** et l'intérêt général
  - Développer **l'éthique dans nos relations commerciales**

- **Rédaction du plan d'actions**, en prenant en compte les 17 ODD (*Objectifs de Développement durable*), tout au long de 2023 – **Validation de notre Raison d'être**

MAINTENIR NOTRE ENGAGEMENT EN FAVEUR D'UN TOURISME RESPONSABLE

Mise en valeur d'un tourisme éco-responsable au sein de la destination sur nos différentes actions de communication

- Création d'une rubrique ***Tourisme Responsable*** sur le nouveau site web incitant à découvrir autrement, et en toutes saisons, la destination afin d'affirmer notre positionnement slow tourisme
- Mise en valeur de notre **offre de loisirs Nature** (randonnées à pied, des grands itinéraires et des boucles vélo) sur le nouveau site web et le Magazine de destination
- Poursuite de la collaboration avec *Côtes d'Armor Destination* pour développer le **tourisme en automne-hiver** : propositions d'expériences dans la collection, mise en valeur des Minutes Bleues,…
- Proposition de **micro-aventures** et d'expériences en dehors des sites majeurs du territoire pour révéler la richesse de l'offre
- Diffusion de **nouveaux épisodes sur le podcast** *Murmures d'aventures* invitant à découvrir des lieux moins connus de la destination
- Organisation **d'actions avec la presse** pour valoriser la destination sur les bords de saison et l'automne-hiver



Mettre en œuvre de manière opérationnelle le Plan Marketing afin de devenir une destination incontournable en Bretagne et de continuer à développer la fréquentation hors saison estivale

METTRE EN OEUVRE LE PLAN MARKETING DE MANIERE OPERATIONNELLE

- **Affirmer le nouveau positionnement marketing de la destination** afin d'augmenter sa notoriété et consolider son rang au niveau régional

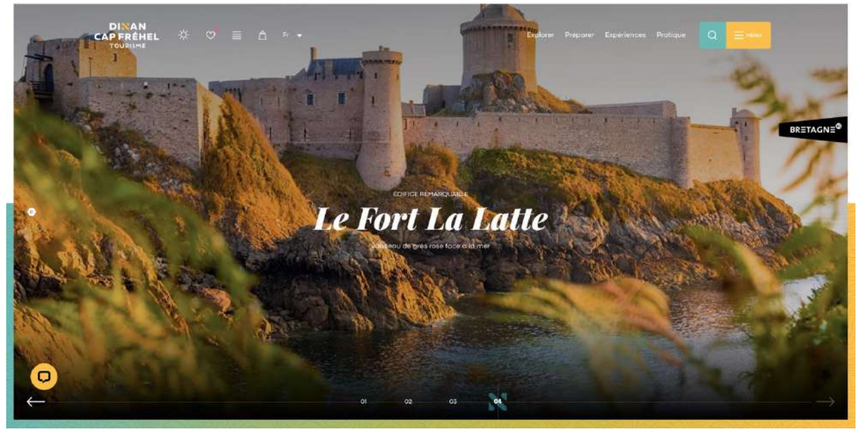
- Déployer la nouvelle promesse client « une destination, *3 voyages à vivre en toutes saisons* » révélant la diversité des expériences de la destination, et la **nouvelle signature « *Chaque instant est un voyage* »** sur l'ensemble de nos supports

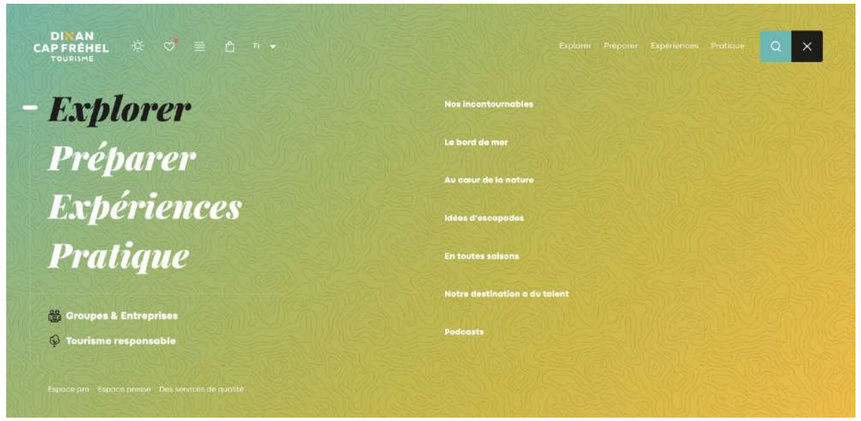
- Afficher notre **nouvelle ligne éditoriale** et des contenus valorisant notre destination engagée et un tourisme de valeurs

- Favoriser des **pratiques durables et responsables** en valorisant le slowtourisme, les expériences en automne-hiver, les micro-aventures et le « locavorisme »

- Travailler à une **meilleure répartition des flux** au sein du territoire, entre les « hotspots » et les lieux moins connus

METTRE EN OEUVRE LE PLAN MARKETING DE MANIERE OPERATIONNELLE





Affirmer le nouveau positionnement de la marque Dinan-Cap Fréhel et la promesse « une destination, 3 voyages » sur le site internet

- Rédiger de nouveaux contenus mettant en avant les expériences, les « pépites cachées », les ambiances de la destination
- Poursuivre la rédaction et la mise en ligne de contenus immersifs mettant en avant la (re)découverte de la destination en toutes saisons

Développer la fréquentation du site et les ventes de billetterie en ligne

- Mettre l'accent sur les mots clés et requêtes
- Travailler des contenus SEO autour de la Bretagne pour attirer des voyageurs captifs
- Développer un nouveau widget pour la réservation de prestations de loisirs en ligne
- **Objectif** : 430.000 visiteurs uniques fin 2023 (+ 20 %)

METTRE EN OEUVRE LE PLAN MARKETING DE MANIERE OPERATIONNELLE

- **Renforcer la visibilité de la destination sur les ailes de saison et la période automne-hiver** auprès des cibles géographiques et sociologiques prioritaires (habitants, Bretagne, Grand Ouest, Ile de France)

  - Déploiement d'une **nouvelle campagne digitale** en septembre-octobre
  - Participation à la **collection Automne-Hiver** proposée par *Côtes d'Armor Destination* mettant en scène des offres expérientielles sur la destination
  - Création et diffusion de **nouveaux contenus et formats éditoriaux** mettant en valeur la destination en 3 dimensions (historique-maritime-bucolique)
  - Envoi de **newsletters thématiques** à notre fichier de clients
  - Communication **d'informations ciblées** auprès des locaux et résidents secondaires

METTRE EN OEUVRE LE PLAN MARKETING DE MANIERE OPERATIONNELLE

Poursuivre notre **stratégie de marketing de contenus** permettant d'enrichir l'ensemble de nos canaux de communication :

- Proposer de nouvelles expériences sonores dans le podcast *Murmures d'aventures* permettant de raconter autrement la destination
- Renouveler plusieurs reportages photographiques, et notamment en bords de saison et automne-hiver, pour mettre en avant l'offre touristique en « toutes saisons »
- Créer une collection de vidéos organisée par voyages révélant la promesse de la destination
- Rédiger de nouvelles expériences mises en ligne sur le site web

METTRE EN OEUVRE LE PLAN MARKETING DE MANIERE OPERATIONNELLE

Continuer les **actions de promotion menées avec les réseaux partenaires** (*Destination Cap Fréhel St Malo-Baie du Mont St Michel* et *Sensation Bretagne* notamment) permettant de mutualiser les moyens et de profiter d'actions d'envergure au niveau national et européen :

- **Reportages, articles, newsletters** dans des supports print et web nationaux (*Le Monde week-end*) et internationaux
- **Accueil d'influenceurs français et européens** bénéficiant de communautés de milliers de fans sur leurs blogs et réseaux sociaux
- Participation au *Salon des Vacances de Bruxelles*, au *Salon du Randonneur à Lyon*
- Diffusion de **dossiers de presse** en France, Belgique, Suisse et Allemagne, par le biais d'une agence RP mutualisée, mettant en avant les **thématiques « tendance »** et activités à pratiquer en toutes saisons, accueil de journalistes
- Mise en place de **tournages de vidéos** et de **reportage photos** pour chaque station (Fréhel et St Cast), diffusion de vidéos thématiques sur les réseaux sociaux

METTRE EN OEUVRE LE PLAN MARKETING DE MANIERE OPERATIONNELLE

- **Déployer la stratégie social media** en prenant en compte les grands axes du plan marketing

- **Maintenir la visibilité de la destination sur les différents réseaux sociaux** en continuant à séduire, informer et engager nos communautés (80.000 fans sur *Facebook* et 32.000 followers sur *Instagram* fin 2022)

- **Développer les performances** de nos campagnes en racontant le territoire avec créativité, en utilisant des contenus de qualité, des formats et un storytelling adaptés

- Poursuivre le **développement de la communauté sur *Linkedin,*** leader des réseaux sociaux professionnels, avec une bonne fréquence des publications

- **Favoriser la visibilité de la destination sur *Pinterest*,** réseau social et moteur de recherche idéal pour s'inspirer et préparer son séjour

L'ÎLE DES ÉBIHENS

BIJOU DE LA CÔTE D'ÉMERAUDE

LÉHON

LA PETITE CITÉ DE CARACTÈRE AU SUD DE DINAN

SE LOGER À DINAN

NOS PLUS BELLES CHAMBRES D'HÔTES

SABLES D'OR LES PINS

ESCAPADE DANS DES PAYSAGES DUNAIRES

LE CAP FRÉHEL

GRAND SITE DE FRANCE
SITE NATUREL GRANDIOSE

3 IDÉES WEEK-ENDS HORS SAISON EN BRETAGNE

TOP 8 DES ACTIVITÉS NAUTIQUES À TESTER EN BRETAGNE

WEEK-END ROMANTIQUE À DINAN

QUE VISITER À DINAN EN AMOUREUX LE TEMPS D'UN WEEK-END ?

RANDO AU CAP FRÉHEL

LES PLUS BEAUX SPOTS PHOTOS

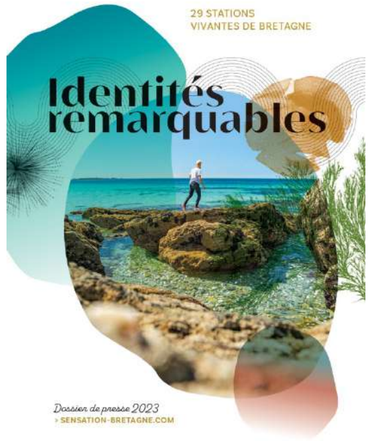
NOTRE RECETTE DU FAR BRETON

LA VÉRITABLE RECETTE DE CE DESSERT GOURMAND

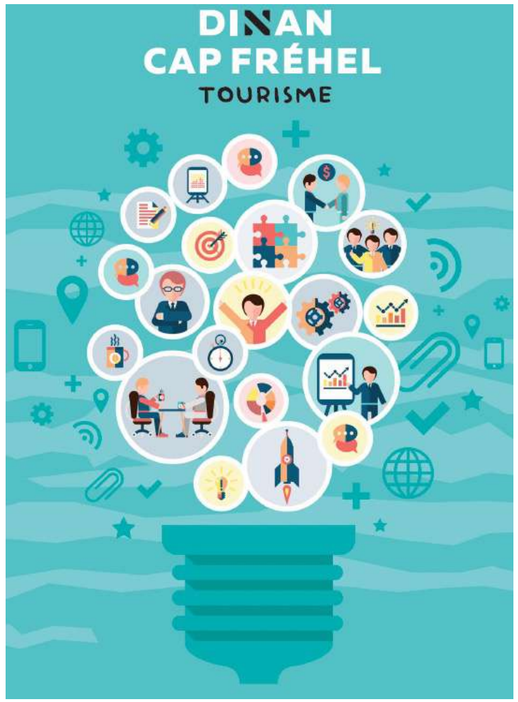
METTRE EN OEUVRE LE PLAN MARKETING DE MANIERE OPERATIONNELLE

Conforter les **relations Presse et influenceurs** (participation à plusieurs workshops presse, accueils presse et influenceurs, communiqués de presse,…)

- Mise à jour du dossier de presse et de 4 communiqués de presse thématiques à un fichier de journalistes
- Participation au Workshop Presse avec *ADN Tourisme* en janvier (*#Partir en France*)
- Organisation d'un voyage de presse (juin) autour de la Vallée de la Rance avec les OT Dinard et St Malo
- Organisation d'accueils de journalistes et influenceurs
- Collaboration avec le *CRT Bretagne* et *Côtes d'Armor Destination* sur les RP



Poursuivre l'accompagnement des professionnels du tourisme afin d'améliorer la qualité de l'offre touristique et les services proposés aux clientèles



ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS AFIN D'AMELIORER L'OFFRE ET LES SERVICES

Renouveler un catalogue proposant une gamme de 30 services répondant aux besoins des professionnels du territoire dans les domaines de la communication et la visibilité, la commercialisation, la formation, le conseil,…

Animer le réseau des acteurs de la destination

- Elaboration d'un nouvel agenda de RDV Pros avec des réunions de filières ou réunions thématiques, des ateliers, permettant d'échanger ou de présenter divers sujets d'actualité
- Animation de groupes Whatsapp pour les *Hôtels* et *Campings* pour optimiser la connaissance des disponibilités
- Organisation de visites des prestataires

Maintenir le **nombre de professionnels partenaires** de l'Office de Tourisme

PARTENAIRE
DINAN
CAP FRÉHEL
TOURISME
www.dinan-capfrehel.com
2023

ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS AFIN D'AMELIORER L'OFFRE ET LES SERVICES

- **Accompagner les professionnels** dans la qualification de leur offre (sensibilisation aux classements et labels,…) et dans leurs démarches d'adaptation
  - Conseil et accompagnement pour l'obtention des labels *Accueil Vélo* et *Etape Randonnée Bretagne*
  - Conseil en accessibilité et labellisation *Tourisme et Handicap*
  - Conseil et accompagnement dans une démarche de développement durable
  - Poursuite du référentiel *Chambres d'hôtes Référence*
- **Développer la vente des billetteries des sites et prestataires de loisirs** dans les BIT et sur le site web
- **Accompagner / Conseiller les professionnels sur les canaux de distribution les plus adéquats** par rapport à leur offre et leur clientèle
- **Améliorer la connaissance de l'offre de la destination** (plateforme e-learning)

ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS AFIN D'AMELIORER L'OFFRE ET LES SERVICES

Entretenir une communication régulière vers les professionnels

- **Optimisation de l'Espace Pro du site web** avec une rubrique *Services et outils* enrichie
- **envoi régulier de newsletters** informant des actions menées par l'Office de Tourisme et les RDV pros, l'activité touristique,…
- **mise à disposition des informations touristiques qualifiées** et des contenus aux professionnels (accès au centre de ressources de l'OT, photos,…)

Optimiser la Stratégie d’accueil et de diffusion de l’information sur l’ensemble de la destination et la fidélisation des clientèles en toutes saisons

OPTIMISER L'ACCUEIL, L'INFORMATION ET LE CONSEIL DES VISITEURS SUR LA DESTINATION

- **Poursuivre la mise en œuvre du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)** sur l'ensemble du territoire intercommunal en tenant compte des flux, des moyens humains et des nouveaux comportements des visiteurs

- **Développer le réseau des Relais d'information Touristique et d'ambassadeurs** sur le territoire (professionnels, mairies,…) en leur mettant à disposition des outils facilitant l'information des visiteurs (centre de ressources, documentations, QR Codes,…)

- **Favoriser la connaissance du territoire** pour les conseillers en séjour : organisation d'éductours d'équipes et de visites de prestataires, création d'une plateforme d'e-learning pour les salariés

- **Elargir la diffusion d'informations touristiques** sur les écrans numériques des Bureaux d'Information et sur ceux de nos partenaires

OPTIMISER L'ACCUEIL, L'INFORMATION ET LE CONSEIL DES VISITEURS SUR LA DESTINATION

- **Maintenir l'engagement de l'Office de Tourisme** dans une démarche de qualité et d'amélioration continue (renouvellement de la *Marque Qualité Tourisme)*

- Maintenir l'engagement de l'Office de Tourisme dans un **accueil inclusif** en sollicitant le label *Tourisme et Handicap* pour les BIT principaux ainsi que le label *Accueil Vélo*

NOTRE ENGAGEMENT

QUALITÉ TOURISME

- **Poursuivre l'écoute et la satisfaction client, la gestion de la e-réputation** sur Google My Business et les réseaux sociaux

- **Maintenir le niveau de satisfaction** de la destination (note de 84,6 / 100 en 2022) avec l'indicateur *Net Promoter Score* – renouvellement d'une campagne sur *Facebook Ads* pour inciter les voyageurs à noter leur séjour

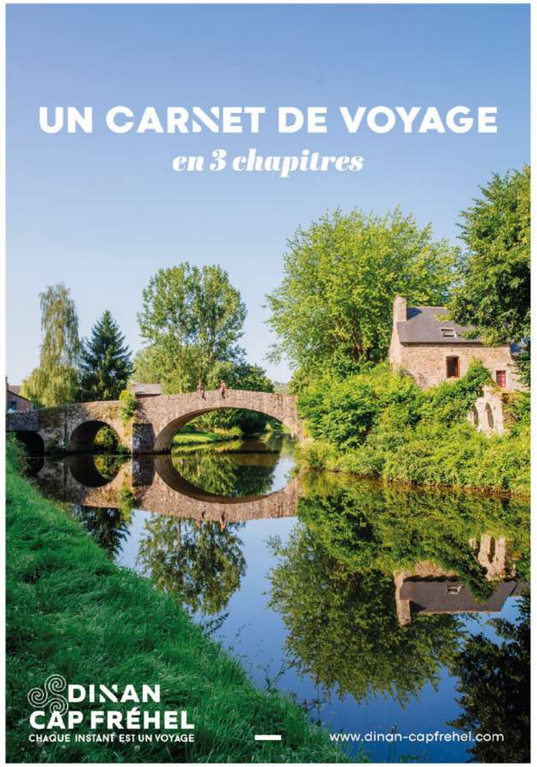
CONFORTER LA FIDELISATION DES CLIENTELES SUR LA DESTINATION

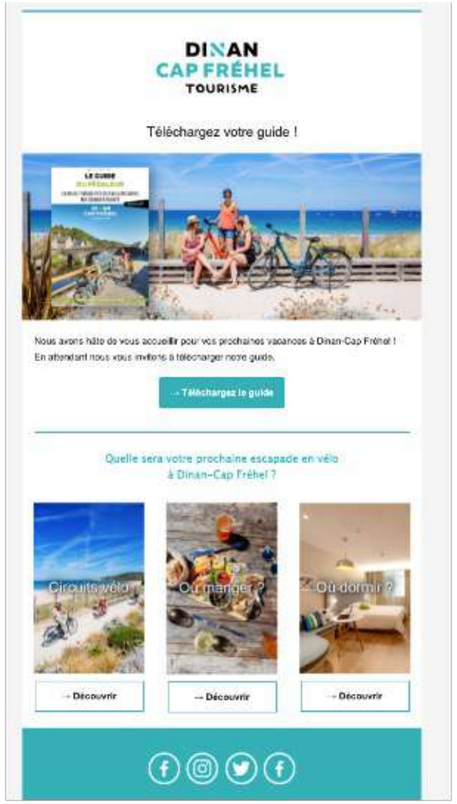
- **Poursuivre le déploiement de la stratégie de fidélisation des clientèles** par la **Gestion de la Relation Client,** engagée depuis 2019 : des newsletters thématiques ciblées, apportant des contenus auprès de nos clientèles avant, pendant et après leur séjour (**25 scénarios – 79 déclenchements de mails automatisés**)

- **Actualiser les contenus de divers supports** (e-books, livre blanc) adressés à ces clientèles, avec la nouvelle ligne graphique

- **Développer la base de données clients** (objectif de 42.000 contacts à fin 2023)

- **Maintenir les bons taux d'ouverture** (76 % en moyenne) et de taux de clics (25 % en moyenne)





Développer la commercialisation de la destination et des prestataires touristiques en renforçant les actions commerciales et la vente en ligne

DEVELOPPER LA COMMERCIALISATION DE LA DESTINATION ET DES PRESTATAIRES

- **Renforcer la promotion commerciale** vers le marché français et les marchés européens prioritaires en restant positionnés en priorité sur les groupes loisirs (autocaristes, TO, clubs et associations,…)
- Proposer de **nouvelles offres « mini-groupes et tribus »** pour s'adapter à la demande

- Réédition et diffusion de la plaquette *Groupes & Entreprises*
- Workshop *Rendez-vous en France* à Paris (22-23 mars) : le rendez-vous annuel BtoB avec plusieurs centaines de TO du monde entier et 700 exposants français
- Participation à des workshops organisés par 2 autocaristes en France (avril et juin)
- Communication digitale vers les autocaristes et TO belges (newsletters d'inspiration)
- Campagnes d'e-mailing ciblées et démarchages téléphoniques auprès d'autocaristes, associations et clubs,…
- Démarchage d'autocaristes en Bretagne (octobre) et Pays de la Loire (Novembre)
- Envoi de newsletters mensuelles auprès du fichier clients
- Promotion des activités du Service Réceptif sur le compte *Linkedin* de l'OT

DEVELOPPER LA COMMERCIALISATION DE LA DESTINATION ET DES PRESTATAIRES

- Proposer un **nouvel espace *Groupes & Entreprises*** sur le nouveau site web www.dinan-capfrehel.com optimisant la présentation des offres pour groupes et mini-groupes et les évènements d'entreprises

- Assurer la **refonte de la billetterie en ligne** sur le site web (nouveau sous-domaine dédié à la vente en ligne) et la refonte des supports de promotion des billetteries

- Renforcer le **workflow commercial** sur la rubrique Groupes pour faciliter la prise de contact des prospects, adresser des offres ciblées et les fidéliser

- **Poursuivre les ventes des « chasses au trésor »** destinées à la clientèle individuelle, proposant une découverte ludique du territoire (Corseul - St Cast et Le Quiou)

- **Accompagner et conseiller nos partenaires** dans leurs choix de commercialisation de leurs billetteries

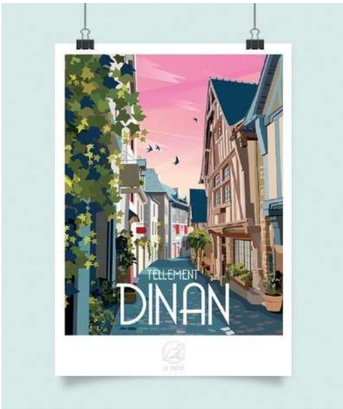
- **Réfléchir à la conception d'une carte *Privilège*** destinée aux habitants et résidents secondaires leur permettant d'accéder aux sites et activités de loisirs de la destination toute l'année (**déploiement en 2024-2025**)

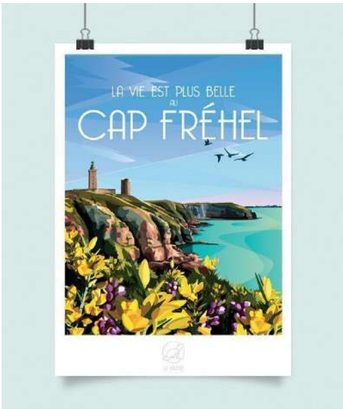
DEVELOPPER LA COMMERCIALISATION DE LA DESTINATION ET DES PRESTATAIRES

- Développer la **gamme d'articles « *Made in Bretagne ou Made in France* »**, en collaboration avec des producteurs locaux, et éco-responsables

- **Renouveler la gamme d'objets identitaires** permettant de véhiculer l'image de la destination Dinan-Cap Fréhel

- Former les référents boutique aux techniques de merchandising afin de **mettre en scène les espaces et vitrines** pour maximiser les ventes





Assurer l'observation de l'activité touristique sur le territoire intercommunal, en lien avec les partenaires, et une veille permanente sur les évolutions du secteur et les nouvelles attentes des visiteurs

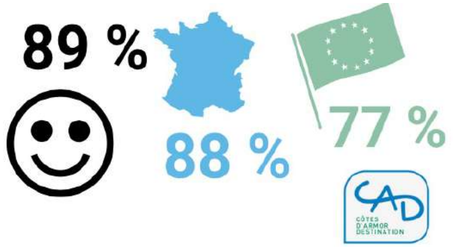
MAINTENIR LA DEMARCHE D'OBSERVATION DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE ET DES CLIENTELES

- **Elaborer un document d'observation des années 2020-2022** en utilisant les données qualitatives et quantitatives de l'enquête de fréquentation **REFLET 2022,** pilotée par le CRT *Bretagne*

- Contribuer, avec les acteurs bretons, à la **nouvelle plateforme France Tourisme Observation**, pilotée par *Atout France* et *ADN Tourisme*, permettant d'accéder à des données territoriales, à des enquêtes nationales

- **Poursuivre l'analyse de l'activité touristique de la destination Dinan-Cap Fréhel** en collaboration avec *Dinan Agglomération* et la destination régionale *Cap Fréhel-Saint Malo-Baie du Mont St Michel*

- **Renforcer la synergie avec les institutionnels du tourisme** (*CRT Bretagne, Côtes d'Armor Destination)* permettant de bénéficier de données ciblées sur le territoire de Dinan Cap Fréhel (*Fluxvision, Airdna*,..) et d'un tableau de bord régulier

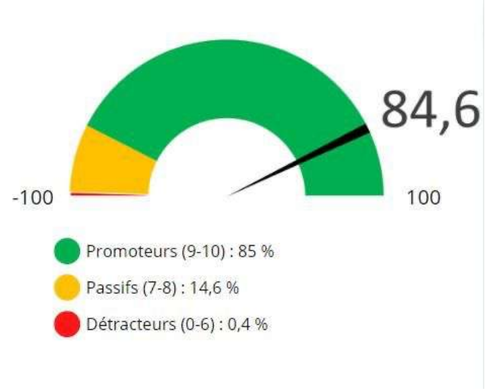


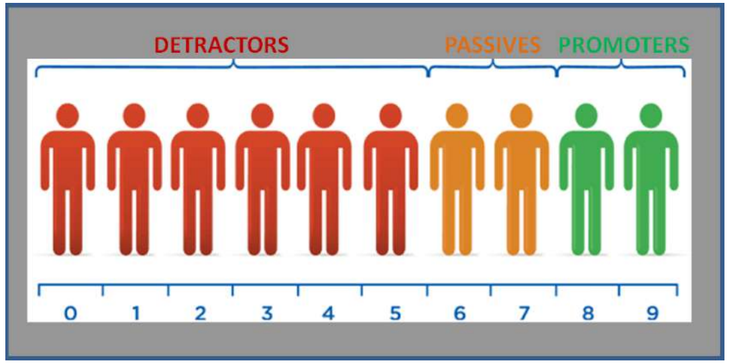
MAINTENIR LA DEMARCHE D'OBSERVATION DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE ET DES CLIENTELES

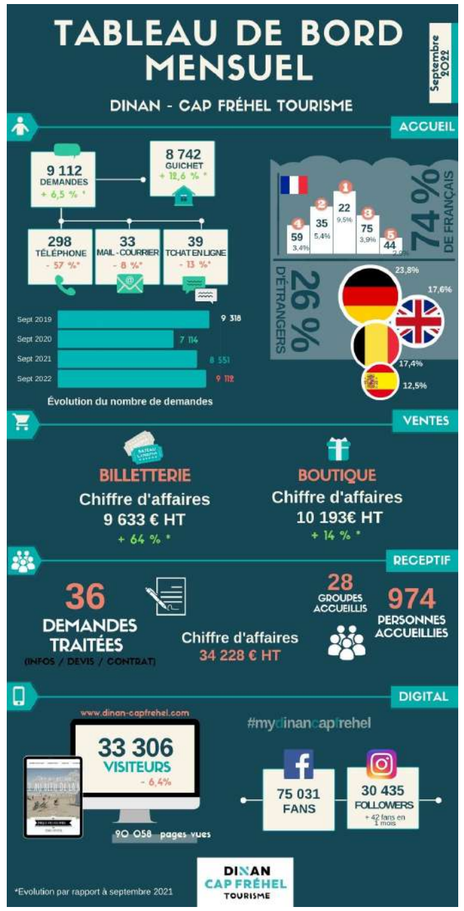
- **Contribuer à l'Observatoire des organismes touristiques de France (PILOT)** permettant à l'Office de Tourisme et à la destination de comparer ses indicateurs (touristicité et socio-économiques) aux niveaux régional et national avec d'autres destinations

- **Poursuivre la réalisation d'un tableau de bord mensuel de l'activité de l'Office de Tourisme** (accueil-commercialisation-outils digitaux,...) et le transmettre régulièrement aux acteurs du territoire

- Poursuivre la **mesure de la satisfaction des clients** en séjour sur la destination avec l'indicateur de satisfaction ***Net Promoter Score*** (NPS)





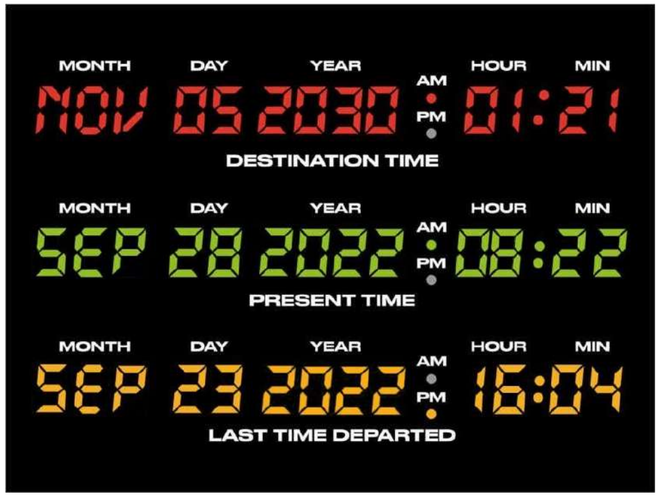


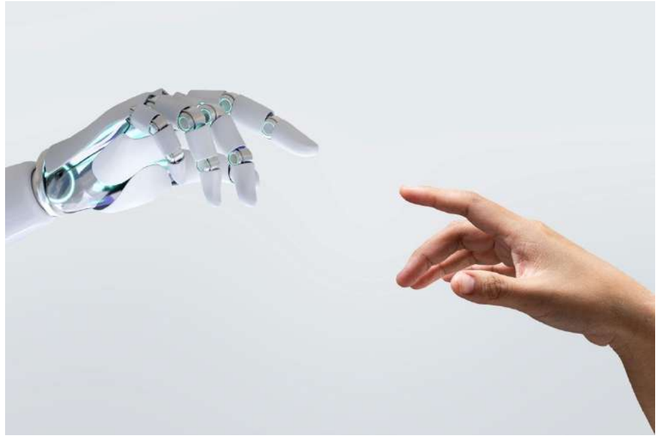
MAINTENIR LA DEMARCHE D'OBSERVATION DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE ET DES CLIENTELES

- **Enrichir régulièrement l'Espace Pro du site web** et porter à la connaissance des professionnels les indicateurs clés, les tendances comportementales et des nouvelles attentes des clientèles françaises et européennes

- Poursuivre la participation de l'Office de Tourisme aux réflexions de la **Commission Prospective d'ADN Tourisme** (composée de CRT, d'ADT et d'OT) chargée d'étudier les **évolutions des comportements touristiques**, les impacts qui transformeront les activités des acteurs du tourisme à moyen et long terme, les scénarios en 2030,…

Les travaux de la commission prospective ADN Tourisme





DINAN
CAP FRÉHEL
CHAQUE INSTANT EST UN VOYAGE

9 Rue du Château - 22100 Dinan
0825 95 01 22
infos@dinan-capfrehel.com

www.dinan-capfrehel.com