



EN 2019
ON VOUS EMMÈNE
AU PAYS IMAGINAIRE

Destination  Brocéliande

Destination Brocéliande

War-zu Breselien
Pay de la Forée



Patrimoine

- Église ou chapelle remarquable
- Patrimoine bâti remarquable
- Petite Cité de Caractère
- Ville d'art et d'histoire
- Commune du Patrimoine Rural
- Musée de France
- Musée, lieu d'art ou de centre d'interprétation
- Site mégalithique ou archéologique
- Site légendaire
- Arbre remarquable

Nature et randonnées

- Espace VTT labellisé
- Itinéraire voies vertes
- Circuit de Grande randonnée (GR®)
- Circuit de randonnée pédestre
- Circuit de randonnée à vélo
- Parc et jardin d'intérêt
- Réserve Naturelle
- Autre site naturel

Légende

- Office de Tourisme
- Aéroport
- Gare ou desserte TER
- Gare TGV
- Loisirs
- Zoo, parc animalier
- Espace de loisirs aquatique
- Parc et base de loisirs et d'aventures
- Station Verte
- Golf
- Sport nautique
- Visites d'entreprise
- Port de plaisance
- Plage surveillée



Plan de communication 2018



✿ En 2018, devenez légendaire avec les réseaux sociaux !

Les 3 objectifs du plan de communication :

- **Notoriété**
- **Ancrage de la destination auprès des habitants**
- **Fédération des professionnels**

✿ Du slogan à la promesse client ...

→ Plan d'action stratégique en cours à l'échelle de la destination sur le développement touristique et économique du territoire

#BROCELIANDE
DEVENEZ LÉGENDAIRE

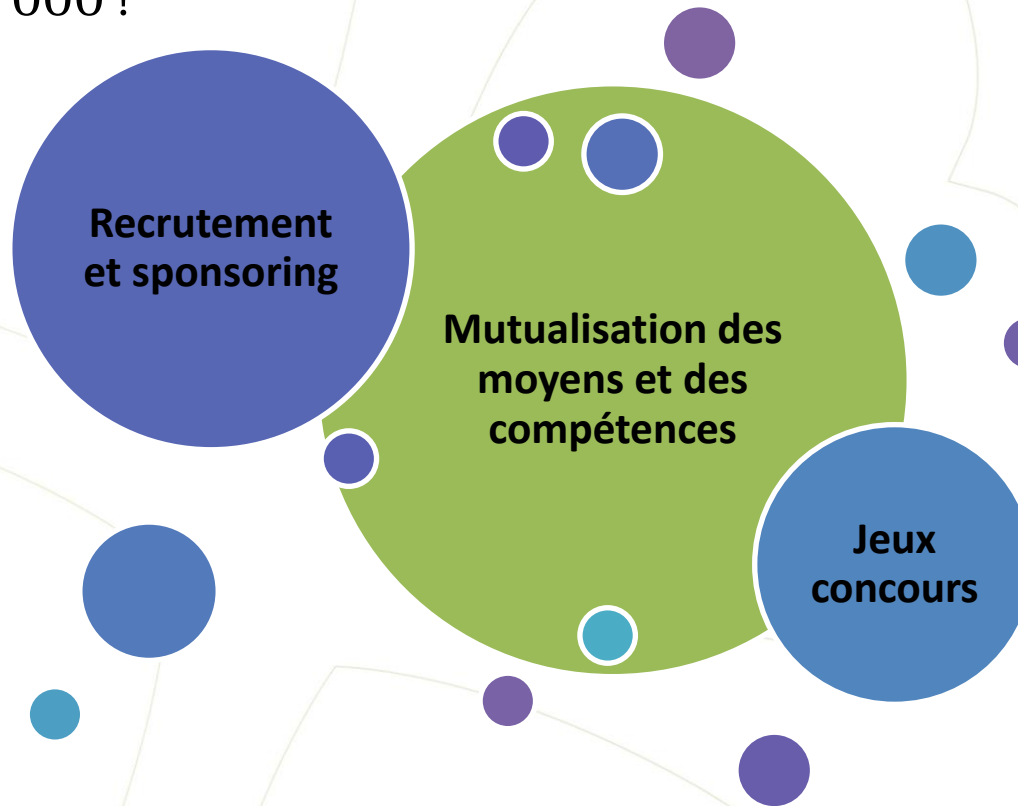




Accroître la notoriété de la marque
Destination Brocéliande

✿ Pourquoi miser sur les réseaux sociaux ?

- S'adapter aux besoins et attentes des visiteurs
- Suivre une tendance grandissante chez les marques et les institutionnels
- Être plus efficace en termes de visibilité pour des coûts maîtrisés
- S'appuyer sur communauté avec un grand potentiel : de 5000 à 10 000 fans, puis à 100 000 !



Miser sur les réseaux sociaux

2017-2018 : Mise en place d'une stratégie social media à l'échelle DB avec un accompagnement professionnel

- Page Facebook : plus de 53 000 fans (5000 en 2017), 300 000 personnes touchées par mois en moyenne
- Compte Instagram : 3700 abonnés
- **Top 3 destinations rurales de France en termes d'engagement**
- **N°38 des destinations françaises les plus performantes** (devant le Golfe du Morbihan ou Belle-Île)

Ce qui a changé

- Création d'un comité éditorial
- Ligne éditoriale affinée (grand public et en local)
- Budgets pour sponsoriser les publications et recruter des fans
- Mise en place d'opérations spéciales



Destination Brocéliande

Sponsorisé

Entre balades et randonnées, cliquez sur J'aime et découvrez Destination Brocéliande !



Destination Brocéliande

Activités de plein air, de loisir et fitness
4 824 personnes aiment ça.

 J'aime la Page

Toujours plus de contenus !



Formats originaux : vidéos, stories, canvas sur des **thématiques incontournables** : le Canal de Nantes à Brest, le Festival Photo de La Gacilly, les légendes de Brocéliande, les villes et villages, les activités familiales, les animations des fêtes de fin d'année.



De la visibilité et du contenu !

[Lien vers la vidéo](#)

Création de vidéos avec des influenceurs :

- 1 vidéo sur Facebook + 4 capsules thématiques sur Instagram
- Diffusion automne 2018 : cible jeune couple urbain / message : activités insolites pour un week-end au vert
- Sur nos réseaux : 55 000 personnes touchées via Facebook et 85 000 via Instagram
- Une visibilité non négligeable via les réseaux des influenceurs : 57 000 personnes touchées



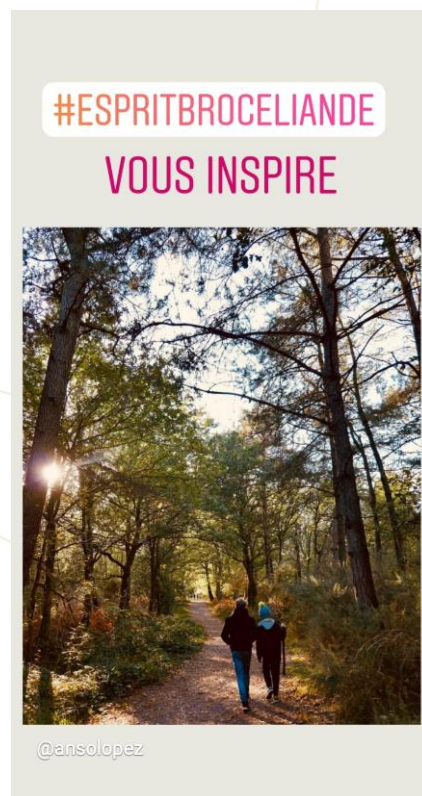
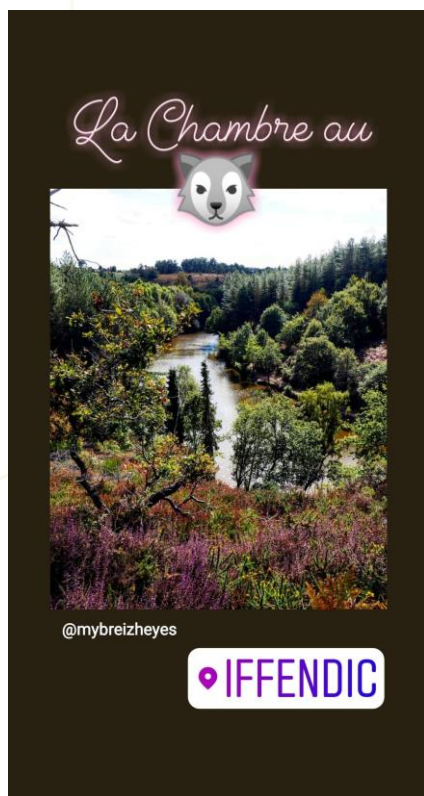
De la visibilité et du contenu !

- 1 vidéo sur Facebook + 4 capsules thématiques sur Instagram
- Diffusion printemps 2019 : cible famille / message : activités familiales incontournables
- Une visibilité très intéressante via les réseaux des influenceurs : + d'1 million de personnes touchées



Un jeu concours automnal pour les habitants

- Une centaine de photos publiées avec #espritbroceliande
- Stories Instagram : + 115 000 personnes touchées sur 6 semaines





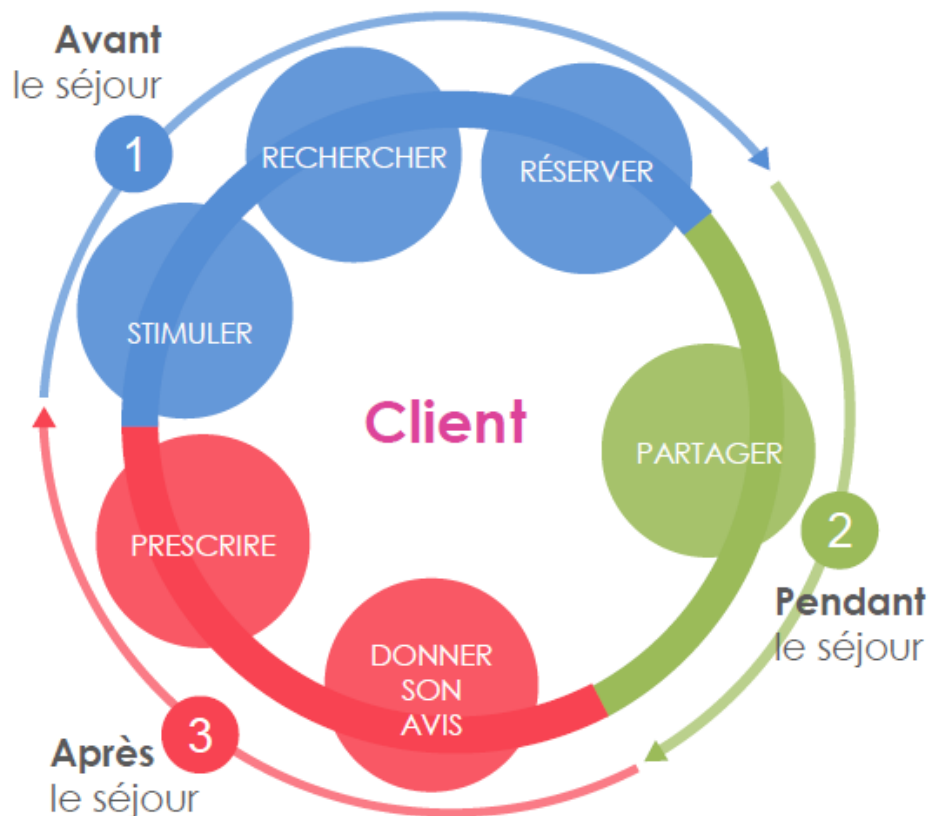
WEBSITE



Projet 2018/2019 :
un nouveau site web mutualisé

✿ En 2016/2017 : réflexion partagée entre le CRT, les CDTs, les destinations et les OTs autour de l'internet de séjour → nombreux ateliers de co-construction qui ont donné naissance au projet E-Breizh Connexion

✿ Objectif actuel : créer un outil digital mutualisé pertinent pour le visiteur durant toutes les phases de son parcours avant, pendant et après le séjour



Contexte DB 2018

→ Mutualisation des outils web des OTs et de DB :
1 seul site internet et une seule voix sur les réseaux sociaux, puis des sites
« produits » (loisirs en forêt et lac de Trémelin)

→ Objectif + de visibilité et de cohérence pour le visiteur
+ 32% visiteurs uniques sur le site web en 2018 (+ 12% sur 2017)
+ 24 000 fans sur Facebook, 300 000 vues uniques par mois

→ **Projet de refonte du site web**



-  Destination Brocéliande partenaire du CRT pour la création d'un site internet mutualisé :
- **1 seul site pour la destination et ses OTs**
 - Avec le CRT : même support et administration, fonctionnalités et ergonomie en commun mais un site propre avec son identité graphique, possibilité d'ajouter des fonctionnalités

-  Avantages de la démarche :
- Mutualisation des coûts
 - Meilleure sécurisation nécessaire due à l'envergure du site
 - Expertise technique du CRT pour le choix du prestataire et tout au long du projet
 - Meilleure lisibilité de l'offre bretonne et meilleure efficacité pour la destination



- Les incontournables dans et autour de DB
- La destination par grands secteurs touristiques
- La parole aux visiteurs
- Les univers

Planifier son séjour : où dormir, où manger, que faire ... avec un système de recherche et une carte interactive

Moteur de recherche en fonction des cibles et des affinités
→ réponse plus personnalisée

Infos pratiques : transport, contact, brochures ...

Projet

Je réserve



 HÉBERGEMENTS

 ACTIVITÉS

TYPE HÉBERGEMENT

Hôtels



DATE

13 Sept. 2018

> 13 Sept. 2018

VOYAGEURS

2 personnes



Notre territoire

DÉCOUVREZ NOS INCONTOURNABLES

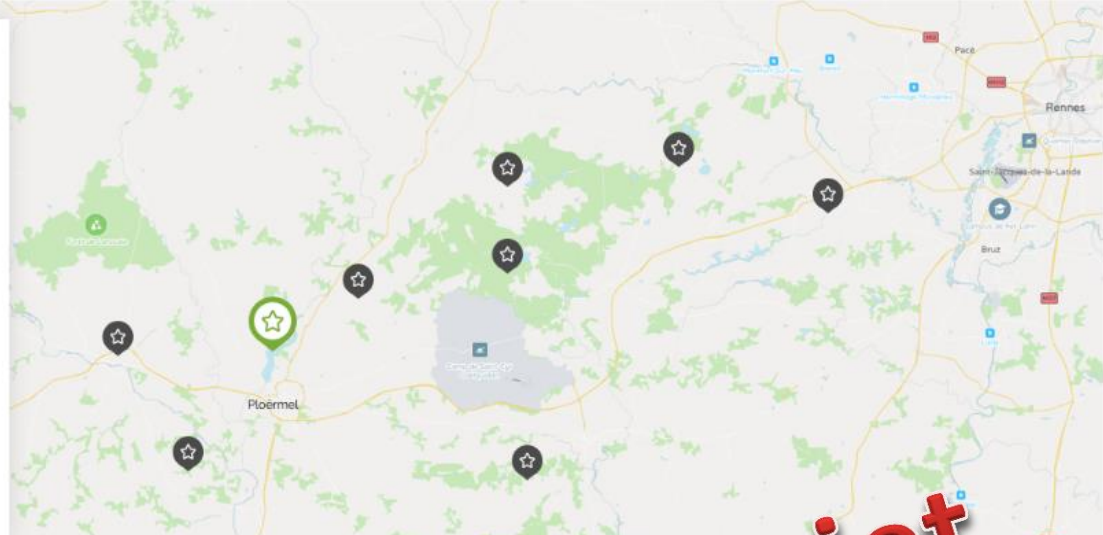


INCONTOURNABLE

Étang au Duc

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut

DÉCOUVRIR



#BROCÉLIANDE



Projet



LES OFFICES
DE TOURISME



NOUS CONTACTER



COMMENT VENIR



BROCHURES



Château & lac de Comper

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Projet

[Accueil](#) / [Découvrir](#) / [Nos incontournables](#) / [La forêt de Brocéliande](#) / [Château & lac de Comper](#)

Château & lac de Comper



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation



Lorem ipsum

DOLOR SIT AMET

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Exemple de moteur de recherche – source site Tourisme Bretagne

Destinations

Destination Brocéliande ✕

Types

Hébergements insolites ✕

TYPES

☐ Chambre d'hôtes 92

☐ Hôtellerie 33

☐ Hôtellerie de plein air 30

☒ Hébergements insolites 12

☐ Meublés et Gîtes 2

☐ Résidence 1

RÉSERVATION

☐ Avec réservation en ligne 1

VILLES

Villes

SERVICES

☐ Animaux acceptés 2

EQUIPEMENTS

☐ Piscine couverte 7

12 résultats

Le plus grand choix pour préparer votre séjour



Roulotte du Pâtis de la Houssais

Hébergement insolite

A Guer, la fringante roulotte s'est posée dans un petit champ à l'abri de grands chênes. Un cadre bucolique et un hébergement original pour des vacances nature.

 Guer



Cabane la Houssaie

Hébergement insolite

Se ressourcer, se laisser bercer par la chouette, être réveillé par les oiseaux, déjeuner en compagnie des écureuils... Dominant prairie et hameau, la cabane invite à vivre des heures magiques.

 Sérent



Domaine des Hayes

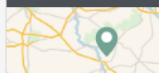
Hébergement insolite

Vivez une expérience originale et conviviale dans cet hébergement traditionnel d'origine nord-américaine. Ce tipi en bois sur plancher de bois permet d'héberger jusqu'à 10 personnes. Les

LISTE



CARTE





Fédérer les professionnels de Destination Brocéliande

Des outils pour mieux connaître la destination et VOUS connaître

- Mise à disposition de l'espace web dédié
- Mise à disposition du groupe Facebook dédié
- Mise à disposition du pass professionnel
- Nouveauté 2018 : création d'un guide de la destination
- Organisation de temps d'échanges et de partage



Perspectives pour 2019

Continuer à travailler sur nos 3 cibles : grand public, habitants et professionnels

- Grand public et habitants

- renforcer notre visibilité sur les réseaux sociaux et notamment Instagram (cible + jeune)
- créer toujours plus de contenus (vidéos, live ...)
- miser encore plus sur l'accueil d'influenceurs (salon des blogueurs de voyage)
- continuer le partenariat avec la région et les départements
- accueil d'une stagiaire

- Professionnels

- construire la stratégie intégrée de développement touristique avec vous et pour vous
- accueil d'un(e) stagiaire « réseau partenaires » pour (re)lancer l'animation du réseau



Stratégie intégrée de développement touristique 2018-2022



Une stratégie de développement touristique ?

À la demande de la Région Bretagne, elle :

- Vise à coordonner les stratégies des acteurs locaux (publics et privés) pour en maximiser l'efficience
- Intégratrice des stratégies existantes et d'actions transversales profitant à l'ensemble du territoire



Rappel de la méthode de travail



30 entretiens
individuels



12 jours
d'audits
terrain



6 benchmark
réalisés



1 atelier
collaboratif
« Co-
construction
plan d'action »
20
participants



90 documents
analysés



2 enquêtes
numériques
réalisées



3 ateliers
mobilisant
70 personnes



Comité régional
Tourisme
BRETAGNE ^{BE}

1 Réunion de
travail Région
/ CRT
Bretagne

Destination
 Brocéliande

1 Co-
élaboration du
plan d'action
avec la
maîtrise
d'ouvrage

Les éléments clés pour asseoir le positionnement identitaire



Une forêt,
berceau
des contes et
légendes



Un tourisme
de nature, à
l'intérieur des
terres



Un patrimoine
historique et
culturel
transcendant
les époques



Une tradition
de
l'imaginaire,
profondément
ancrée



Un accueil
authentique,
chaleureux,
convivial

Ambition formulée :

A travers son patrimoine, notre territoire doit avoir pour ambition de
« **Devenir une Destination leader de l'imaginaire,
incontournable à l'échelle nationale** »



Positionnement retenu :

Inviter à vivre le territoire d'hier à aujourd'hui,
à travers des expériences à vivre proposées
par des « **univers imaginaires** ».

Notoriété + leadership = attractivité



Site de visite

Le visiteur est accueilli par le personnage emblématique qui est un passeur de message



Itinéraire de randonnées

Le personnage emblématique accompagne le randonneur tout au long de l'itinéraire.



Restaurant

Le personnage emblématique propose un menu thématisé selon l'univers.



Hébergement

Le personnage emblématique a inspiré la décoration de la chambre et plus globalement la logique d'accueil.



Evènement

Le personnage emblématique est incarné physiquement pour les grandes occasions.



Office de tourisme

Le(s) personnage(s) sont présents dans chaque office pour promouvoir leur univers

Les univers imaginaires ont pour fonction de
donner envie aux visiteurs de :



Découvrir le territoire
dans une vision élargie

**CONSOMMATION
TOURISTIQUE**



Rester plus longtemps
sur le territoire

**SEJOUR
PROLONGÉ**



Revenir sur le territoire

**FIDELISATION
CLIENT**

Merci de votre présence et à très bientôt !

