



# BILAN QUALITÉ

## OCTOBRE 2023 À SEPTEMBRE 2024

Office de tourisme de Carnac

4,3 ★★★★★

# SOMMAIRE

## 1- La Marque Qualité Tourisme

[Page 3](#)

## 2- Nos Indicateurs Qualité

[Page 4](#)

## 3- Analyse des remarques, suggestions...

[Page 13](#)

Thèmes principaux

Remarques prépondérantes en détail

## 4- Nos Ambitions Qualité

[Page 22](#)

# 1- La Marque Qualité Tourisme

## Evolution de la Marque

Pour s'aligner sur les avancées en matière de tourisme durable et répondre aux attentes évolutives des visiteurs, la Direction Générale des Entreprises (DGE), sous la direction du cabinet de la ministre chargée du Tourisme, a entrepris de faire évoluer la marque. Ainsi, **la marque Qualité Tourisme prendra fin en 2026 et sera progressivement remplacée par le label Destination d'Excellence**. Notre Office de tourisme, marqué Qualité Tourisme depuis le 7 mai 2014, a pour objectif d'obtenir ce nouveau label Destination d'Excellence courant 2025, et travaille déjà sur les nouveaux critères.

Destination d'Excellence a pour but de renforcer le niveau d'exigence de 2 sujets majeurs, à savoir l'**éco responsabilité** au sein des structures, ainsi que l'**accessibilité** des prestations proposées aux clientèles en situation de handicap. Le pilier qualité tourisme reste fidèle pour assurer une **haute qualité d'accueil et de services**. Notre équipe continue ainsi à respecter ses engagements:

- ❑ proposer un espace confortable à la propreté irréprochable
- ❑ disposer d'un personnel compétent et à l'écoute, via tous les types de contacts (comptoir, téléphone, numérique)
- ❑ personnaliser l'accueil, face à des demandes de plus en plus précises, avec une information claire et précise, adaptée à chaque demande
- ❑ proposer des services complémentaires : wifi, billetterie, boutique...
- ❑ prendre en compte toutes les remarques, suggestions...
- ❑ améliorer continuellement nos services pour la satisfaction de tous: équipe de l'OT, visiteurs, professionnels du tourisme et institutionnels.

**L'écoute clientèle reste une priorité.** Tous les dysfonctionnements sont analysés à l'échelle de la destination. Visant à renforcer positivement l'image de Carnac, l'office de tourisme fait remonter les informations et remarques aux personnes ou organismes concernés, dans le but de trouver des solutions ou des pistes d'améliorations face aux dysfonctionnements soulevés et qui ne dépendent pas uniquement de l'Office de Tourisme.

## 2- Nos Indicateurs Qualité

Pour juger de la qualité à la fois de la destination et du travail de l'Office de Tourisme, nous nous appuyons sur plusieurs types d'outils:

### Fiches de suggestion

*A disposition du public, le visiteur écrit son avis, suggestion et la glisse dans une urne (anonyme)*

### Les Remarques orales

*Le personnel enregistre toutes les remarques ou suggestions dites oralement au fil des jours, dans un web-formulaire créé à cet effet.*

### Prise en compte des Avis des internautes sur le web, les réseaux sociaux et l'appli chatlive

*La personne en charge du WEB enregistre les avis et en assure le suivi*

### Questionnaires de satisfaction sur application mobile (Commentaires libres du visiteur)

*Une tablette est à libre disposition du public dans nos 2 bureaux pour connaître leur "degré" de satisfaction sur des questions précises (accès à l'OT, environnement, compétence du personnel, services de la commune....) avec un champ libre à tous commentaires.*

### Questionnaire ponctuel

*Lors de grands événements ou de petites animations financées par l'OT, un questionnaire de satisfaction est adressé aux participants afin de connaître leur avis*

*Le personnel, chargé des animations, incite également les participants sur place le jour J à donner son avis via un panneau avec QR Code*



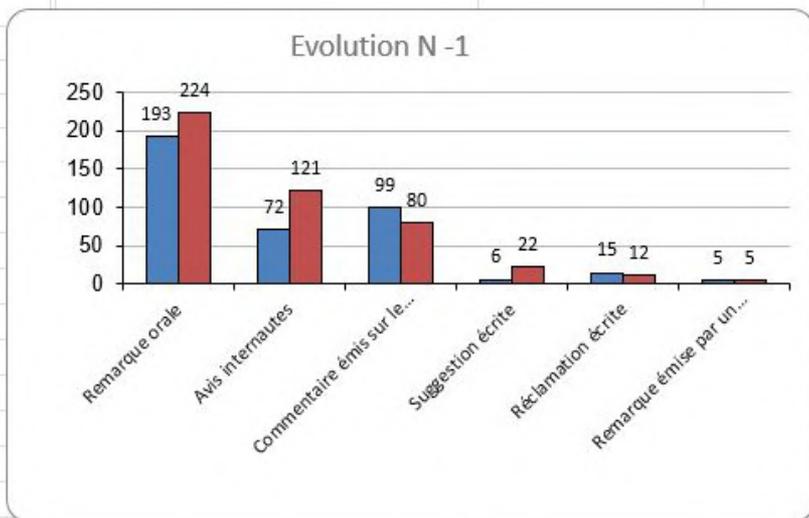
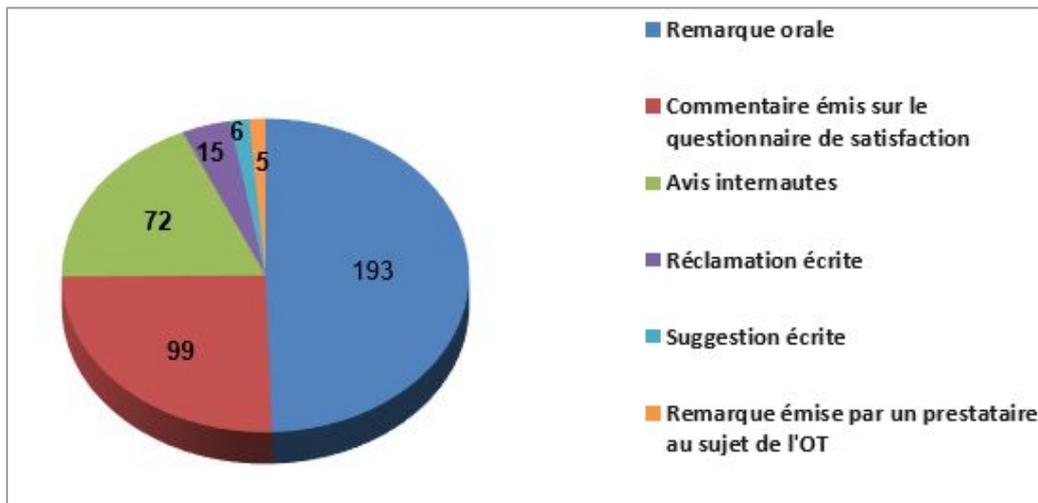
### Fiches de réclamation

*Distribuées à la demande par le personnel d'accueil. Le plaignant est invité à communiquer ses coordonnées pour pouvoir lui adresser une réponse. Lorsque l'OT n'est pas concerné par la plainte, celle-ci est transmise au prestataire concerné par la plainte pour information. Libre à lui d'y répondre.*

*L'office de tourisme juge important qu'un prestataire soit averti de quelconque avis / remarque à son égard, qu'il soit positif ou négatif, qu'il puisse lui aussi apporter son avis, sa réponse sur la remarque émise. L'office de tourisme encourage l'ensemble de ses partenaires à prendre en compte ces remarques et à y apporter une réponse.*

## 2- Nos Indicateurs Qualité

D'octobre 2023 à septembre 2024, nous avons enregistré **390 remarques** contre 464 en 2022-2023 sur la même période. Soit une **baisse de 15.94% du nombre de remarques**, principalement due à la baisse des avis internautes (-40%), des suggestions écrites (-73%) ainsi que des remarques orales (-14%). Notons la hausse (+24%) des commentaires sur la tablette numérique à libre disposition du public (en corrélation avec l'augmentation du nombre de questionnaires collectés)



## 2- Nos indicateurs Qualité - Questionnaires de satisfaction

Afin d'affirmer nos engagements Qualité et la prise en compte de l'avis de nos visiteurs,

un questionnaire de satisfaction est à libre disposition du public, sous format numérique dans nos 2 OT. Il permet au visiteur de donner son avis sur l'Office de tourisme (ses services, son personnel...) et la commune.



*D'autres questions diverses nous permettent de cibler le profil du visiteur.*

Cette année, l'office de tourisme a continué son système d'écoute client dédiée à l'évènement. Le personnel a continué à enregistrer les remarques orales, et l'OT à collecter les avis:

- ❑ Un questionnaire de satisfaction a été adressé à tous les participants des animations diverses portées par notre structure.
- ❑ Ce questionnaire était également accessible via un QR code mis en avant sur un panneau lors des animations

Cette année, l'équipe s'est fixé un objectif quantitatif de 500 questionnaires.

Objectif largement atteint avec **623 questionnaires** collectés  
contre 499 en 2023

L'objectif se veut avant tout qualitatif !



Sur cette période, l'appréciation globale sur les services de l'OT s'entend avec **98.87 %** de personnes satisfaites ou très satisfaites.  
contre 96.39% l'année dernière

Détails pages suivantes



Quelques participants ont bien voulu nous donner leur avis sur nos animations dont :

- ❑ 475 avis sur le spectacle Skedanoz
- ❑ 134 avis sur les animations financés par l'OT

Tous ces avis ont fait l'objet d'un bilan spécial animations

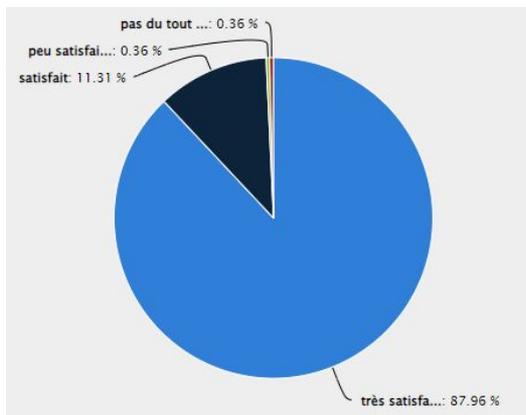
### 3- Synthèse des questionnaires de satisfaction

APPRÉCIATION GLOBALE sur les services de l'Office

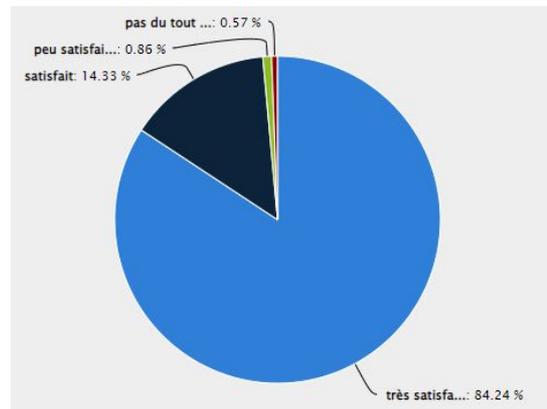


**+98.87% Satisfaits et Très Satisfaits**

Office de Tourisme côté plage



Office de Tourisme côté bourg



- Très satisfait
- Satisfait
- Peu satisfait
- Pas du tout satisfait

**Des résultats encourageants pour l'équipe avec des chiffres toujours en hausse !**

( N-1 = +96.39% // N-2 = +95.54%)

Nos 2 bureaux atteignent quasi le même niveau de satisfaction:

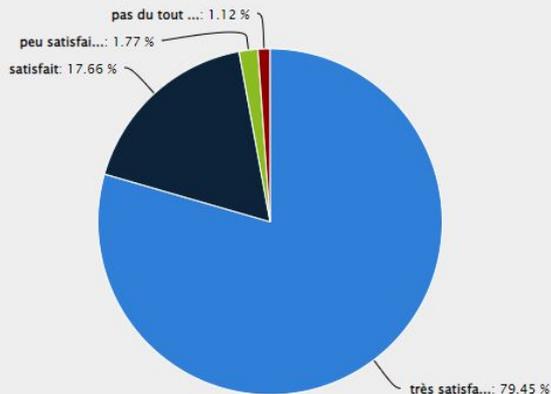
- +99.27% de satisfaits et très satisfaits pour l'OT plage
- +98.57% pour l'OT ville

## 3- Synthèse des questionnaires de satisfaction *en détail*

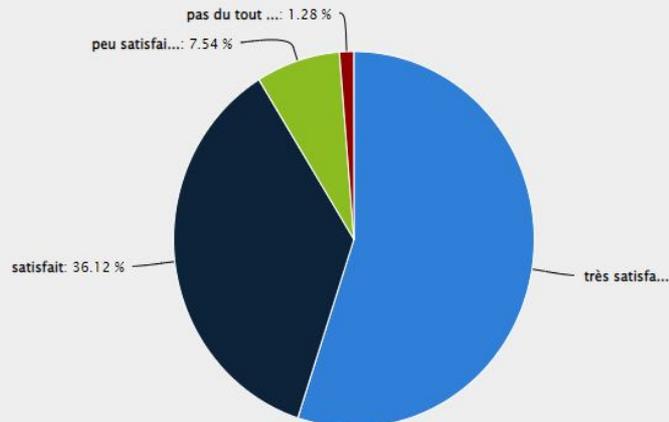
**+95,08%**  
 Satisfaits et très satisfaits

### Accès à l'Office de Tourisme

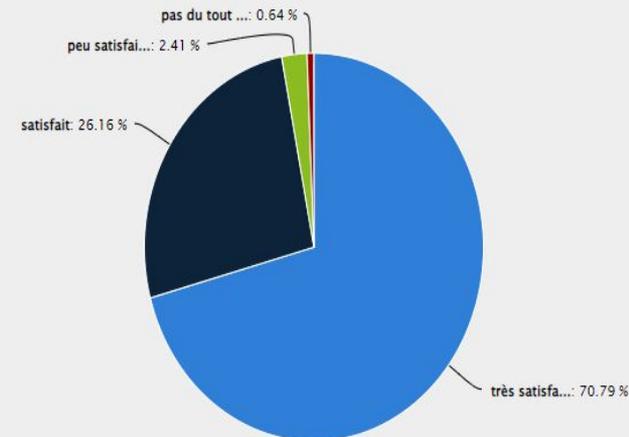
Signalisation pour nous trouver



Parking pour se stationner près de l'Office de Tourisme



Horaires d'ouverture de l'Office de Tourisme



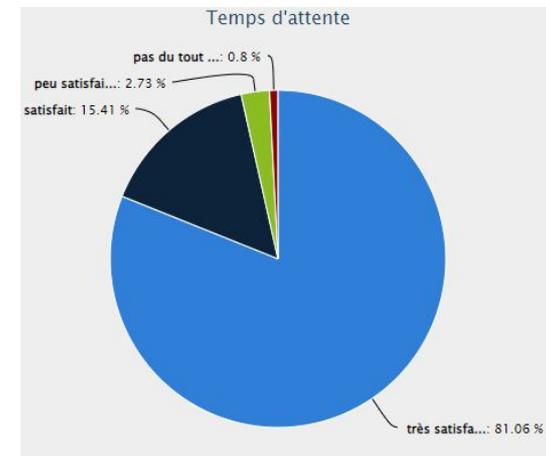
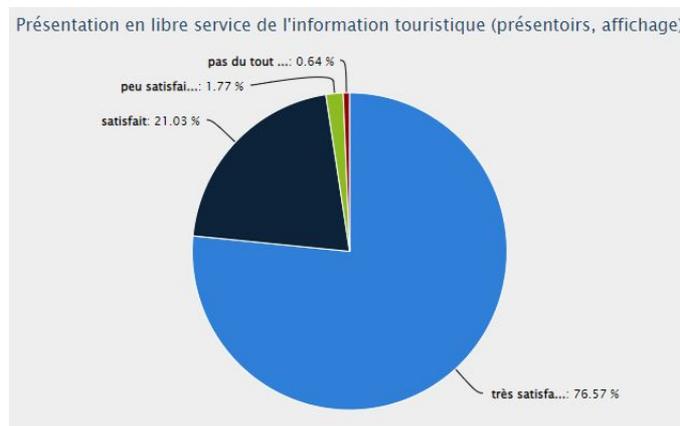
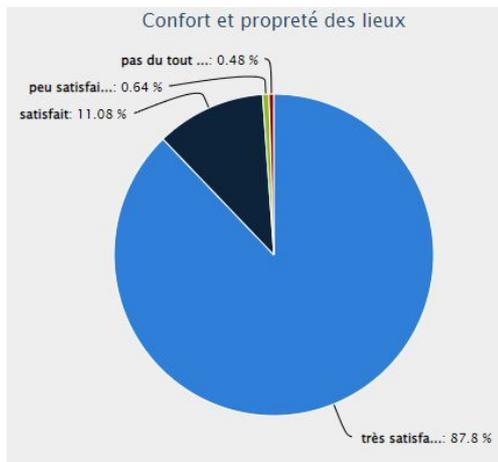
A noter:

- **Satisfaction en hausse:** rappel N-1 +89.25%. Pas de différence significative entre nos 2 OT
- La satisfaction au sujet des parkings aux abords des OT a, encore cette année, significativement évolué. Seuls 8.82% de personnes peu et pas du tout satisfaites, contre 17.64% l'année dernière et 21,79% N-2. *La baisse de fréquentation y est liée.*

## 3- Synthèse des questionnaires de satisfaction en détail

### Environnement

**+97.65%**  
 Satisfaits et très satisfaits



- Très satisfait
- Satisfait
- Peu satisfait
- Pas du tout satisfait

A noter:

- **La satisfaction continue à augmenter.** Rappel N-1 +94.12% / Rappel N-2 +92.90% / N-3 +90.92%
- Pas de différence significative entre les 2 bureaux
- **Le temps d'attente, autrefois pointé du doigt, est en amélioration depuis quelques années.**

Cette année seuls 3,53% de clients peu et pas du tout satisfaits

Rappel N-1 = 7.82% / Rappel N-2 = 10.40% / N-3 = 18.35%

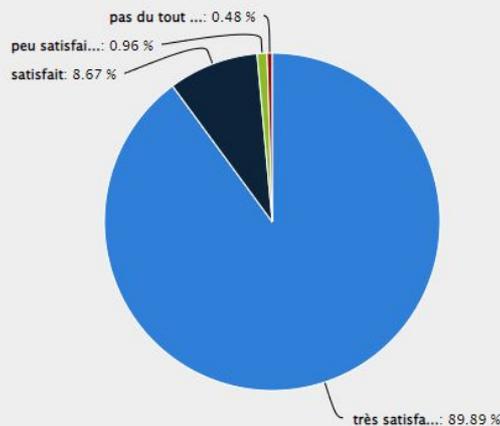
Ce chiffre reste aussi lié à la baisse de fréquentation.

### 3- Synthèse des questionnaires de satisfaction en détail

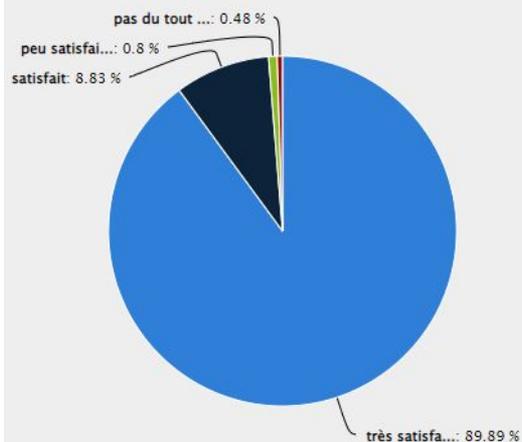
#### Attitude et compétence du personnel

98.18% Satisfaits et très satisfaits

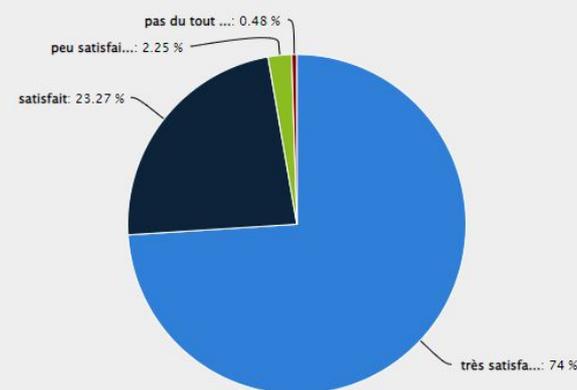
Comment jugez-vous l'accueil reçu?



Réponse adaptée à la demande



Incitation à découvrir d'autres activités touristiques ( animations, sites ... )



- Très satisfait
- Satisfait
- Peu satisfait
- Pas du tout satisfait



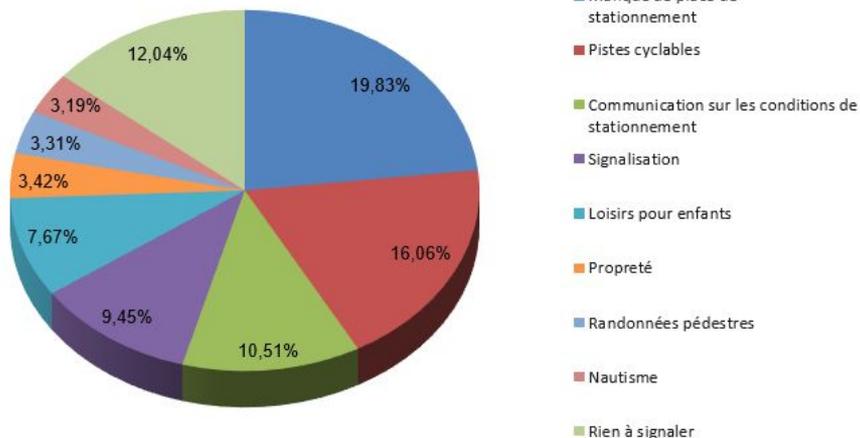
**La satisfaction continue à grimper.**

Rappel: N-1 = 95.19% / N-2= +93.23% / N-3 = +92.61%.

Nos 2 bureaux restent performants avec une moyenne quasi identique de clientèle satisfaite et très satisfaite: 98.66% pour OT Plage et 97.80% pour OT Ville.

## 3- Synthèse des questionnaires de satisfaction en détail

### Les éléments les plus urgents à améliorer sur notre commune

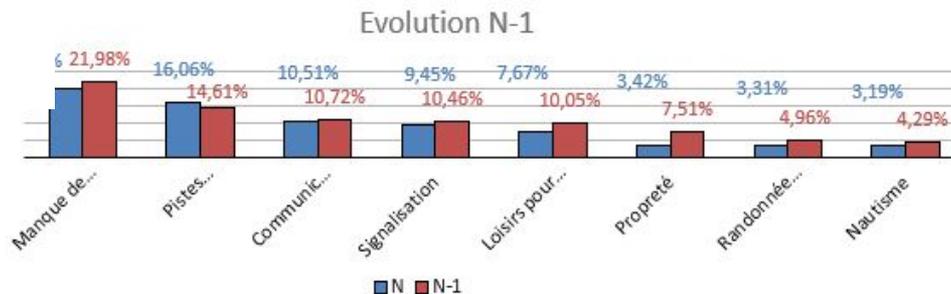


Les visiteurs à nos guichets, ayant complété le questionnaire à libre disposition, dénoncent, comme les autres années, le **manque de places de stationnement** et le **réseau de pistes cyclables** comme les 2 points faibles de la station à améliorer.

Rappelons que l'aménagement des voies cyclables reste une des priorités de l'équipe municipale.

Consciente que le réseau doit être étoffé et amélioré, la commune continue la mise en oeuvre du schéma directeur cyclable lancé en 2022.

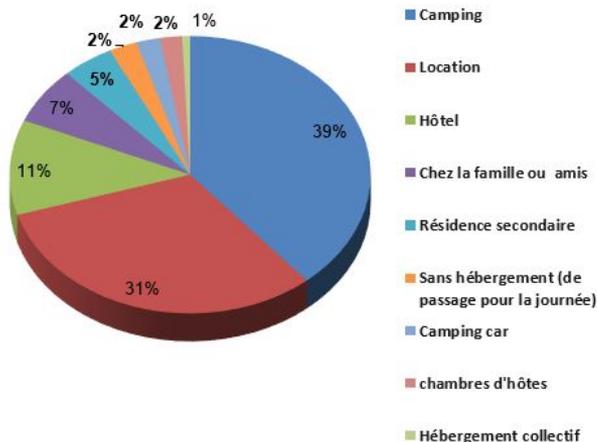
En parallèle, nous notons que les remarques enregistrées par le personnel de l'OT sur cette thématique ont considérablement baissé (-41%). Page 20



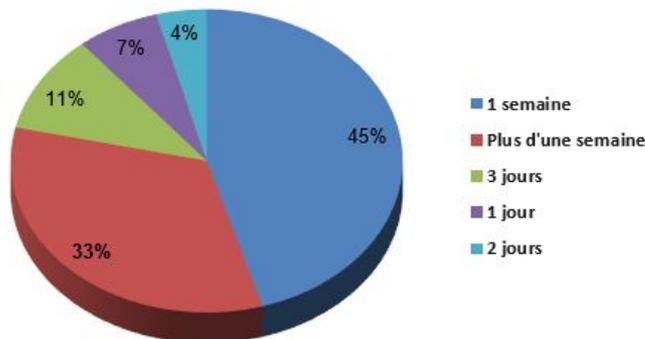
## 3- Synthèse des questionnaires de satisfaction *en détail*

### Profil de nos visiteurs ayant complété le questionnaire

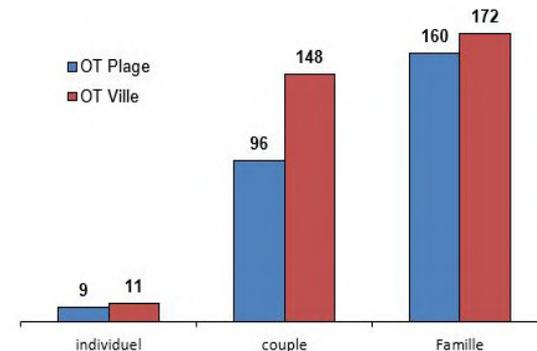
#### TYPE D'HÉBERGEMENT



#### DURÉE DE SÉJOUR



#### PROFIL DÉMOGRAPHIQUE



La Clientèle de séjour reste majoritaire, nos répondants étaient majoritairement des familles, logés en camping ou locations de vacances

## 3- Analyse des remarques, suggestions...

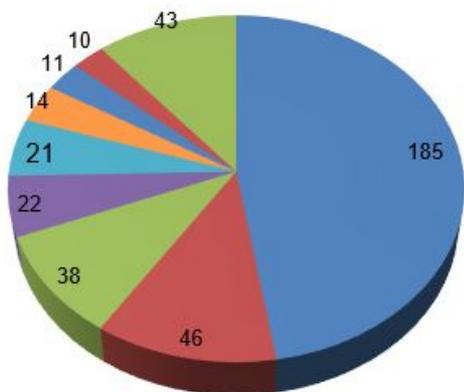
collectées via nos différents outils

### 3-1-Les thèmes principaux

Pour la période analysée, l'Office de Tourisme a identifié et collecté suggestions, remarques et réclamations.

Le nombre total de remarques enregistré est de **390**. Toutes ces demandes ont fait l'objet d'un traitement par nos services. *Détails p.15*

#### THÈMES PRINCIPAUX



- Office de tourisme
- Transports en commun
- Animations
- Services (équipements de la commune...)
- Transports en commun
- Prestations et comportement des professionnels
- Services (équipements de la commune...)
- Pistes Cyclables
- Prestations et comportement des professionnels + qualité des hébergements
- Pistes Cyclables
- Randonnées pédestres
- Environnement cadre
- Autres thématiques diverses (remarques isolées)
- Randonnées pédestres
- Autres thématiques diverses (remarques isolées <10)

## 3- Analyse des remarques, suggestions...

### 3-2- Détail des remarques prépondérantes

Suite à l'analyse détaillée de nos indicateurs qualité, nous convenons d'étudier les thématiques soulevées un plus grand nombre de fois ( > 10) et qui nous paraissent les plus pertinentes.

Toutes les remarques sont traitées au fur et à mesure. En fin de saison, elles sont analysées en interne et également, si pertinent, avec notre Groupe Qualité de Destination (GQD) - Groupe de travail composé de membres du personnel de l'OT, d'élus et de professionnels- afin d'apporter des corrections ou trouver des pistes d'améliorations.

## Thèmes

## Remarques

## Commentaires OT



Office de  
Tourisme

**185 avis et remarques:**

**157 commentaires ont été enregistrés par le personnel.**

A noter: 43 avis Google My Business (*avec ou sans commentaires*) dont **28 avis \*\*\*\*\***

**142 commentaires positifs** soulignent un **accueil et des services de qualité:**

- Accueil chaleureux, bonne humeur et sourire,
- Compétence et professionnalisme du personnel,
- Bonne appréciation des services et documentation à disposition, sur les présentoirs et également pour les documents en ligne (établissements ouverts en basse saison, bulletin météo et newsletters résidents)

**15 commentaires négatifs** - toutes ces remarques restent individuelles.

Parmi l'ensemble de ces remarques, 10 remarques restent liées à nos **supports de communication (web et print), et à caractère suggestif.**

- Ces commentaires et avis positifs, émanant de nos visiteurs comme de nos partenaires, restent encourageants pour toute l'équipe, et confirment notre engagement dans la démarche Qualité Tourisme, et notre ambition à obtenir le label Destination d'Excellence.

- Toutes les remarques et suggestions isolées, et relatives à l'OT, seront analysées en interne, pour correction ou à minima trouver des pistes d'améliorations pour la plus grande satisfaction de tous..

## Thèmes

## Remarques

## Commentaires OT



### Animations

#### 46 remarques

Parmi les **26 remarques positives**

- Les principaux commentaires portent sur la **satisfaction des animations organisées pendant les vacances de la Toussaint** (13 avis positifs sur le randojeu halloween - nouveauté).
  
- Les autres remarques restent des compliments sur diverses animations dont sont principalement citées les **activités sportives hebdomadaires de l'été** (zen, fitness et zumba, marche sportive) et les visites d'entreprises ouvertes à Carnac pendant la **semaine du tourisme économique et des savoir-faire**.

**20 remarques négatives** ont été enregistrées et portent principalement sur

- La communication des animations (erreur agenda été ou manque d'information)
- Le marché des producteurs du mardi matin; le manque d'exposants est pointé.

**En dehors de ces précédentes remarques enregistrées principalement par le personnel à nos guichets, l'OT a récolté 609 questionnaires de satisfaction relatifs à ses animations.** Les retours sur les animations portées par l'office de tourisme, sont très positifs. Quelques remarques sur Skedanoz :

- Spectacle très apprécié X45
- Récit peu apprécié / contenu X 19
- Visibilité réduite X 12 (par le comportement d'autres spectateurs- vidéos/photos, chaises devant ...X6 et par le manque de places / gradins X6)
- Qualité du son à revoir X11
- Spectacle trop court X 9
- Signalisation manquante X 9
- Accès handicap X 8
- Stationnement/ accès parkings à améliorer X5
- Mauvais éclairage pour rejoindre le site X 4
- Traduction ou aide auditive pour les étrangers X 4

- Afin d'affirmer nos engagements Qualité, l'office de tourisme a continué son système d'écoute client dédiée à l'évènement. Le personnel a continué à enregistrer les remarques orales, et l'OT à collecter les avis via un questionnaire de satisfaction.

L'OT remercie tous les participants qui ont bien voulu donner leur avis et apporter divers commentaires permettant une meilleure analyse, et de récolter quelques suggestions d'amélioration pour les prochaines saisons.

Toutes les remarques ou suggestions seront abordées en réunion.

Thèmes	Remarques	Commentaires OT
 <p data-bbox="54 467 195 511">Transports en commun</p>	<p data-bbox="243 181 1000 203"><b>38 remarques</b> dont 4 positives portent sur la satisfaction du service <i>Carnavette</i></p> <p data-bbox="243 233 707 255"><b>34 remarques négatives</b> dont principalement:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="272 312 1016 465"> <input type="checkbox"/> 19 remarques sur le <b>réseau Breizhgo - Ligne 1</b> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="369 339 784 361"><input type="checkbox"/> Manque de transport et de desserte</li> <li data-bbox="369 364 1016 410"><input type="checkbox"/> Mauvaise correspondance / horaires non adaptés aux autres transports (train et bateau)</li> <li data-bbox="369 416 981 465"><input type="checkbox"/> Mauvaise communication des horaires (lisibilité sur flyer / affichage dans les arrêts/ rupture de flyers)</li> </ul> </li> <li data-bbox="272 574 1016 754"> <input type="checkbox"/> 11 remarques relatives au service de la <b>Carnavette</b>. Les usagers sollicitent des arrêts supplémentaires:           <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="465 628 954 650"><input type="checkbox"/> Intermarché, St Colombran et ZA Montauban</li> <li data-bbox="465 656 1016 702"><input type="checkbox"/> Suggestion de déplacer l'arrêt Beaumer au même endroit que l'arrêt ligne1-Breizhgo</li> <li data-bbox="465 707 1016 754"><input type="checkbox"/> Suggestion d'arrêts à la demande pour personnes âgées ou en situation d' handicap.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1108 208 1856 254"><input type="checkbox"/> L'OT a dès lors transmis toutes ces remarques au réseau Breizhgo et à la municipalité de Carnac.</li> <li data-bbox="1108 339 1856 465"> <input type="checkbox"/> Bon à savoir: Le réseau Sensation Bretagne, dont est membre notre OT, travaille sur la collecte des avis lié à la mobilité. Un groupe de travail a ainsi été constitué pour se charger de synthétiser l'ensemble des avis des offices de tourisme.         </li> </ul> <p data-bbox="1174 497 1856 618">Notre office de tourisme recueillant chaque année des avis et remarques de sa clientèle, au travers de la démarche Qualité Tourisme, a participé à cette collecte, en communiquant tous les avis clients récoltés depuis 2021 sur le sujet de la mobilité et à l'échelle de notre territoire.</p> <p data-bbox="1174 628 1522 650">Le réseau va exploiter tous ces avis.</p> <p data-bbox="1174 683 1827 781">Le but de cette démarche étant d'améliorer l'expérience mobilité des usagers, cela nous permettra de disposer de résultats à l'échelle régionale, et de nous appuyer sur l'échange d'expérience autour des problématiques/solutions communes au sein du réseau.</p>

## Thèmes

## Remarques

## Commentaires OT



Services  
(équipements  
de la  
commune..)

**22 remarques, toutes négatives et relativement isolées, mais sur des thématiques répétitives:**

- Problème de réseau téléphonique.
- Manque de consignes à bagages.
- Dysfonctionnement répétitif du DAB côté plage (vide ou en panne).
- Manque de poubelles et point de collecte.
- Les visiteurs déplorent l'interdiction des chiens sur les plages et le marché.
- Propreté et odeurs WC

- Toutes ces remarques et suggestions, émanant principalement d'anonymes (remarques principalement orales), sont dès lors transmises à la mairie.
- Nous rappelons toutefois que le mauvais réseau est une remarque récurrente, déjà abordée lors de précédentes réunions avec notre Groupe Qualité de Destination (GQD). Seule la fibre optique, en déploiement sur notre territoire depuis 2021, résoudra le problème. Le chantier de la fibre devrait être finalisé pour 2026-2027.
- L'équipe de l'OT tient aussi à souligner, que même si le DAB est installé sur sa façade, elle n'est pas responsable des désagréments, et avertit sans cesse la société générale pour intervenir au plus vite.

Camping-cars



**7 remarques négatives** portent sur

- la mauvaise **signalisation de l'aire de stationnement**
- le dysfonctionnement de la borne de service**

- Le nombre de remarques a diminué mais la signalisation reste encore pointée du doigt. La municipalité est dès lors informée.
- Bon à savoir: une nouvelle borne de service, toujours située au parking d' Illertissen est opérationnelle depuis le 19 septembre dernier. Le paiement s'effectue désormais via une [application QIPEO](#).

Thèmes	Remarques	Commentaires OT
<p><b>Prestations et comportement des professionnels de notre territoire</b></p> <p><b>Et qualité des hébergements</b></p> 	<p><b>21 remarques (1 positive et 20 négatives):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ La plupart des remarques ont été émises sur des établissements différents et restent isolées à l'exception d'un établissement cité plusieurs fois.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Les réclamations ont toutes été traitées et transmises aux établissements concernés au fur et à mesure.</li> <li>❑ L'OT reste en alerte sur toutes les remarques émises au sujet de ses partenaires, s'assurant qu'elles ne soient pas répétitives. Dans ce cas, l'OT se réserverait alors le droit de ne plus communiquer et promouvoir sur ces prestataires, nuisant à l'image de notre station..</li> </ul>

Thèmes	Remarques	Commentaires OT
<p data-bbox="73 354 237 376"><b>Pistes cyclables</b></p> 	<p data-bbox="276 146 417 168"><b>14 remarques</b></p> <p data-bbox="276 197 413 219"><b>13 négatives:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="305 224 929 274">❑ 4 remarques déplorent le <b>manque de pistes</b> cyclables sur Carnac ainsi que des liaisons intercommunales.</li> <li data-bbox="305 298 954 347">❑ 5 remarques sur la <b>dangerosité</b> de la voie partagée entre les piétons et les vélos sur le boulevard de la plage.</li> <li data-bbox="305 371 948 470">❑ 4 remarques diverses dont 2 visiteurs déplorent la <b>signalisation</b> et suggèrent de signaler par des panneaux les traversées de routes (départementales) des piétons ou des vélos sur l'itinéraire 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1031 224 1812 274">❑ Nous notons que les remarques enregistrées par notre personnel sur cette thématique ont considérablement baissé (-41%).</li> </ul> <p data-bbox="1103 303 1881 407">Toutefois, notre questionnaire de satisfaction - en libre accès numérique dans nos bureaux- fait ressortir que l'aménagement des pistes cyclables fait partie des 2 éléments considérés les plus urgents à améliorer sur notre commune (+16.06 % des réponses).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1031 434 1837 511">❑ La circulation douce reste un enjeu prioritaire pour la municipalité en cours de mandat. Consciente que le réseau doit être étoffé et amélioré, la commune continue la mise en oeuvre du schéma directeur cyclable lancé en 2022.</li> </ul>

<p data-bbox="92 721 218 770"><b>Randonnées pédestres</b></p> 	<p data-bbox="276 707 668 729"><b>10 remarques négatives diverses dont</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="305 784 1039 833">❑ La <b>mauvaise signalétique</b> des circuits (x5), les plaignants pointent un mauvais balisage sur des portions différentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1136 756 1889 833">❑ Au vu du grand nombre de randonneurs sur notre commune, le nombre de plaignants dénonçant le mauvais balisage, n'est pas pertinent. Le détail des remarques sera toutefois envoyé à la mairie pour vérification.</li> <li data-bbox="1136 860 1895 909">❑ Nous notons que le nombre de remarques relatives à cette thématique a considérablement baissé (-58%).</li> </ul>
---	--	---

## 3- Analyse des remarques, suggestions...

### 3-3 Dysfonctionnement internes

Toute l'année, au quotidien, le personnel relève et enregistre tout incident ou dysfonctionnement interne, qu'il soit lié à un problème technique (matériel, informatique...) ou qu'il relève d'un problème interne (mauvaise communication, organisation, tâche mal effectuée...). L'équipe saisonnière est également invitée à compléter un bilan de satisfaction en fin de saison pour donner son avis sur notre fonctionnement et la qualité de service.

Cela permet à l'office de tourisme de repérer nos points faibles et de mettre en place d'éventuelles actions visant à l'amélioration de la qualité.

Sur cette période, quelques petits problèmes ont été relevés mais sont restés pour la majorité ponctuels et isolés, et résolus au fur et mesure. Les autres remarques ou suggestions ont été abordées en réunion d'équipe et restent en cours de traitement.

### 3-4 Boîte à idées

La boîte à idées permet de prendre en compte les suggestions, piste d'amélioration du personnel. Toute l'équipe est ainsi écoutée et impliquée dans ce processus de qualité qui vise une amélioration continue. Ces idées sont abordées au fur et à mesure et/ou discutées en réunion équipe.

**Nos idées contribuent à améliorer les services aux clients et notre travail du quotidien.**

## 4- Nos Ambitions Qualité

### 4-1 Nos actions

Notre engagement dans la Marque Qualité Tourisme est un gage pour une amélioration continue de nos prestations. Toutes les remarques, émises par notre équipe et notre clientèle sont bénéfiques. Elles permettent de mettre en place des actions visant à l'amélioration des services sur notre destination au fil des années.

#### Écoute clientèle

**Veille sur l'e-réputation de notre territoire**, via l'outil "Guest Suite" mis à disposition avec l'ADT (Agence de Développement du Tourisme du Morbihan). Avis récoltés à partir des principales plateformes en ligne (Tripadvisor, Google, Booking...).

**Suivi de toutes les remarques / avis** émis à nos bureaux, sur les réseaux web, lors des animations...et aussi en interne.

### Actions de Communication et Promotion

- Des **newsletters** avant chaque période de vacances scolaires, une à l'attention du grand public et une autre à l'attention de nos résidents secondaires, et des newsletters à l'attention de nos partenaires professionnels (3 à 4 par an).
- Envoi aux journalistes, via une agence de **relations presse**, des actualités de Carnac *telles que les animations sur la plage, les spectacles Lumiliz et Skedanoz.*
- Promotion de Carnac par la diffusion d'une **campagne sur le replay TV** en mars - avril sur les chaînes France TV
- Campagne digitale web (programmétique) et réseaux sociaux** avec également des jeux concours *(de mars à octobre 2024 pour le marché français et sur les marchés européens : Belgique, Luxembourg, Suisse, Allemagne, Angleterre)*
- Campagne d'affichage sur nos animations**
- Voyage **presse et accueil bloggeurs** avec le réseau Sensation Bretagne / Accueil de journalistes et bloggeurs/ Participation à des événements presse et BtoB à Paris et en Allemagne en collaboration avec le CRT Tourisme Bretagne et ADN Tourisme.
- Participation à des salons**: salon des vacances à Bruxelles en février, salon du tourisme de Lyon en mars + Bourse d'échange de l'ADT en mars 2024.
- Continuité de mettre en avant les **bons plans, promos et offres spéciales de nos partenaires sur notre site web.**

## 4- Nos Ambitions Qualité

### Poursuite du développement des ailes de saison par le maintien des animations (juin et septembre):

Salon du livre - Festival Latino - Lumiliz - Expérience zen et fitness - Balades Nature



### Renouvellement de notre partenariat avec Armor Lux

Une tenue vestimentaire uniforme pour toute l'équipe pour être mieux repéré par nos visiteurs.



### Maintien des billetteries loisirs et maritimes, avec quelques nouvelles prestations de tiers en vente

- Croisières avec Naveol
- Balades nature avec Incroyables Chemins.
- Concerts divers: Festival Interceltique de Lorient - Milles Musicaux - Spectacles de La Vigie

### Boutique

#### Des articles toujours aux couleurs de notre Marque de territoire, avec des nouveautés en vente:

- un mug " Carnac, Reine du Morbihan"
- un nouveau livret jeu à destination des enfants, "mon carnet d'aventures au pays des mégalithes", créé par l'association Paysage de Mégalithes, dans le cadre de l'inscription des sites de Carnac à l'Unesco.



## 4- Nos Ambitions Qualité

### Formation des équipes

Des **éducteurs** ont été conduits chez nos partenaires, pour tous, équipe permanente comme saisonnière.

Nous remercions la Cie des ports du Morbihan qui nous a accueillis et fait découvrir le cairn de Gavrinis, site également en cours d'inscription au patrimoine mondial de l'Unesco, ainsi que le musée de Préhistoire, la Maison des Mégalithes & le petit train touristique de Carnac. Ces moments de découverte et d'échanges permettent de toujours mieux connaître nos partenaires et notre territoire, et d'ainsi mieux les promouvoir, et mieux répondre aux demandes de nos visiteurs.

Engagé dans une **démarche RSE**, les membres de l'équipe permanente ont pu suivre une formation de sensibilisation à la RSE. *Notre référente au sein de l'OT a suivi une formation plus approfondi.*

Le personnel stagiaire et saisonnier a suivi une formation en interne, avec des **jeux de mises en situation**, pour leur permettre de s'améliorer dans leur rôle de conseiller en séjour.

### Maintien de notre session e-learning à destination de tous les personnels saisonniers de notre territoire.

Pour rappel, créée l'année dernière, cette micro formation en ligne leur permet d'enrichir leurs connaissances, et de mieux promouvoir notre territoire.

*1 version pour les saisonniers de l'ensemble du territoire et 1 version spéciale pour le personnel de l'OT.*

**BIENVENUE À CARNAC!**  
Micro formation de territoire

L'OFFICE DE TOURISME DE CARNAC VOUS PROPOSE AVEC BIENVENUE À CARNAC ! UNE SOLUTION INNOVANTE DE MICRO FORMATION DIGITALE À DESTINATION DES ACTEURS TOURISTIQUES DU TERRITOIRE POUR MIEUX CONNAÎTRE LA STATION ET DONC MIEUX CONSEILLER VOS VISITEURS.

J'y vais

1- Installer l'application  
2- Créer votre compte  
3- Choisissez le cours "Bienvenue à Carnac"

CARNAC

## 4- Nos Ambitions Qualité

### Charte du voyageur

L'Office de tourisme de Carnac continue à sensibiliser au développement durable via la Charte du voyageur qui s'inscrit dans une démarche de tourisme responsable. Elle souhaite la bienvenue aux voyageurs et invite à un séjour encore plus responsable.



### Éco-gestes du quotidien

Toute notre équipe continue ses engagements en interne: diminution de l'utilisation de papier, utilisation de produits plus éco-responsables, économies d'énergie, recyclage de nos anciennes brochures au profit des enfants de l'école St Michel à Carnac....

### Acteur du tourisme durable

Depuis mars 2023, l'OT est officiellement membre de l'association ATD (Acteurs du Tourisme Durable). Un réseau d'acteurs de secteurs différents qui œuvrent pour une activité plus durable.

### Démarche éco-responsable de l'OT

Depuis 2023, l'Office de Tourisme de Carnac a créé la démarche "Ici je m'engage pour un tourisme éco-responsable à Carnac". Cette démarche valorise les entreprises engagées en faveur de l'environnement et mobilise les socio-professionnels ainsi que les visiteurs à un tourisme plus responsable. Il s'agit d'un engagement de certains de nos partenaires par la signature de la charte éco-responsable: 6 critères comprenant plusieurs engagements (réduction des déchets, de la consommation d'eau et d'énergie, utilisation de produits locaux, de saison ou encore durables etc...) .Les professionnels, engagés dans cette démarche, sont mis en valeur sur nos brochures et sur notre site web. Ils peuvent aussi fièrement afficher en vitrine un autocollant de notre logo de Marque de Territoire retravaillé dans ce sens.

## 4- Nos Ambitions Qualité

### 4-2 Nos ambitions 2025

Poursuivre nos efforts et nos actions pour la plus grande satisfaction de tous

#### Maintenir notre écoute clientèle

afin d'amener une réflexion sur les actions possibles à améliorer

#### Continuer nos actions de promotion

Nouvel univers éditorial et visuel  
Refonte de notre site web

#### Mise en oeuvre de la démarche RSE

au sein de l'OT et à l'échelle de la destination

#### Garantir un accueil et des prestations de qualité à toute notre clientèle

(vacanciers, habitants, professionnels...)

**Objectif UNESCO :** Information, communication, formation des professionnels, animations

#### Continuer à améliorer les compétences du personnel via des formations, éductours...

Et à former et accompagner le personnel saisonnier ou stagiaire

En concertation avec la ville de Carnac

#### Mise en valeur du petit patrimoine Carnacois

Calvaires, chapelles, lavoirs et fontaines

Un QR code agrémentera le balisage afin que le randonneur puisse obtenir l'information touristique relative au site

**En route pour le label Destination d'Excellence !**