

CARNAC 2024

Rapport d'activités



SOMMAIRE

1- LA QUALITÉ, UN ENGAGEMENT PERMANENT	p3
2- L'OFFICE DE TOURISME DE CARNAC	p4
3- BILAN TOURISTIQUE 2024	p5
4- ACCUEIL	p9
5- PROMOUVOIR	p10
6- COMMERCIALISER	p18
7- ANIMER	p17
9- DÉVELOPPER	p22
10- BILAN FINANCIER 2024	p23



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. En 2025, la marque Qualité Tourisme sera remplacé par Destination d'Excellence. L'audit pour l'obtention de cette nouvelle marque devait se tenir en novembre 2025.**



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



4,5/5 = e-réputation moyenne de l'office de
tourisme de Carnac (4,3 en 2023)

Source : Google My Business

L'OFFICE DE TOURISME

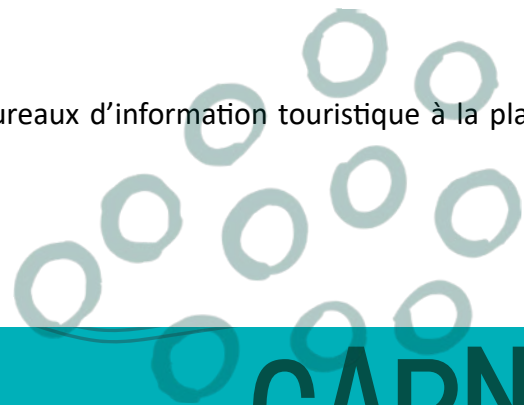


A Preamble

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.



CARNAC



Office du Tourisme de Carnac



Maria BECK
Chargée de communication numérique

Réseaux sociaux, site internet
web@ot-carnac.fr



Sandra HUCHON
Responsable accueil et qualité

Accueil, billetteries, suivi de la démarche Qualité
responsableaccueil@ot-carnac.fr



Nicolas MAISONNEUVE
Directeur

direction@ot-carnac.fr



Sandrine BRENNER
Adjointe de Direction

Comptabilité, RH, assistante de direction
admintourisme@ot-carnac.fr



Camille LE ROUZIC
Chargée d'accueil et des animations

Accueil, billetteries, programmation et suivi des animations
animation@ot-carnac.fr



Emma GAUDRY
Chargée d'info com

Editions, relations partenaires, promotion, production de contenu
promotion@ot-carnac.fr



Sonia JANNIN
Chargée d'accueil

Accueil, billetteries, boutique
accueil2@ot-carnac.fr



Erika LE MENTEC
Chargée d'accueil et du développement durable

Accueil, billetteries, référente RSE

BILAN TOURISTIQUE 2024

Le contexte national :

Les chiffres prévisionnels de la fréquentation et des recettes 2024 sont en hausse : 100 millions de visiteurs internationaux accueillis sur le sol français (+ 2 millions) et 71 Mds€ de recettes internationales (+12%).

Une année 2024 marquée par de grands évènements sportifs et culturels portée par le dynamisme des marchés internationaux notamment en fin d'année. Rythmé par les Jeux Olympiques et Paralympiques, les 80 ans du Débarquement de Normandie et la réouverture de Notre-Dame de Paris, le tourisme français a bénéficié d'un fort dynamisme et d'une vitrine exceptionnelle dans le monde entier.

Pour l'ensemble de la clientèle internationale, les nuitées sont en hausse de 7,3%, portées par l'hébergement locatif (+16,4%). La fréquentation domestique est marquée par la stabilité (+2,8% en nuitées). On peut néanmoins relever que si l'hébergement collectif reste globalement stable (-1,7%), l'hébergement locatif est en forte hausse (+12,5%), dans la continuité des années précédentes.



En Bretagne :

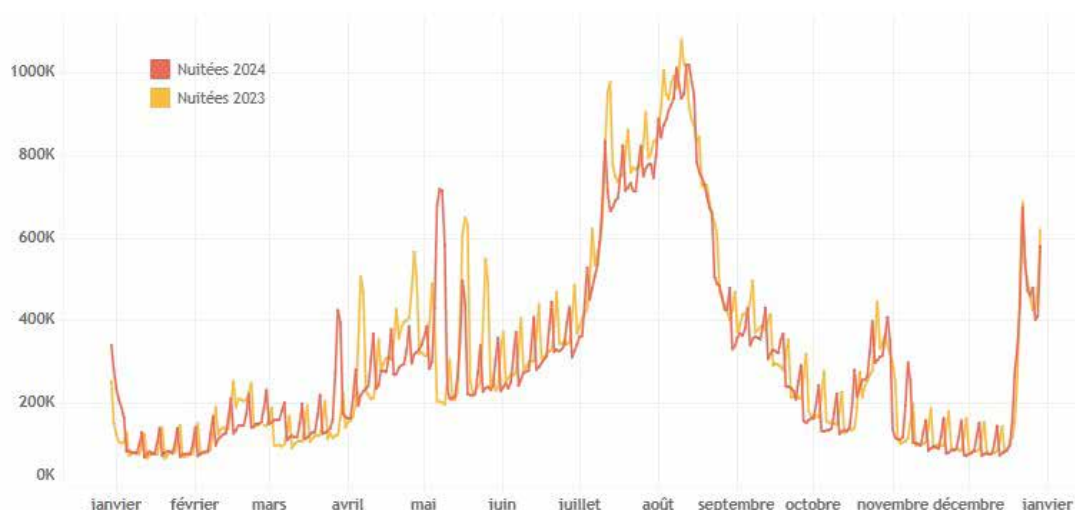
La Bretagne enregistre 111 millions de nuitées touristique en Bretagne en 2024. Un volume de nuitées en recul de 3% par rapport à 2023, mais supérieur de 2% à celui de 2022.

La fréquentation touristique progresse au 1er trimestre (+13%), diminue fortement sur la saison touristique (-6%) et se stabilise au dernier trimestre (-1%).

La saison touristique, entre avril et septembre, concentre 73% des nuitées annuelles.

Les clientèles françaises comme internationales sont venues moins nombreuses (resp. -3% et -2% par rapport à 2023).

Ces tendances se confirment dans les modes d'hébergements traditionnels : -4% de nuitées en hôtel (sur la période de janvier à novembre) et -6% de nuitées en camping. A l'inverse les locations de courtes durées affichent +6% de jours loués par rapport à l'an passé.



	Nuitées 2024	Évol -/ 2023	Évol -/ 2022	Évol -/ 2021
Ensemble	111 388 300	-3,0%	2,0%	21,3%
dont France	86 526 600	-3,3%	0,5%	9,7%
dont Etranger	24 861 700	-2,0%	7,2%	91,6%

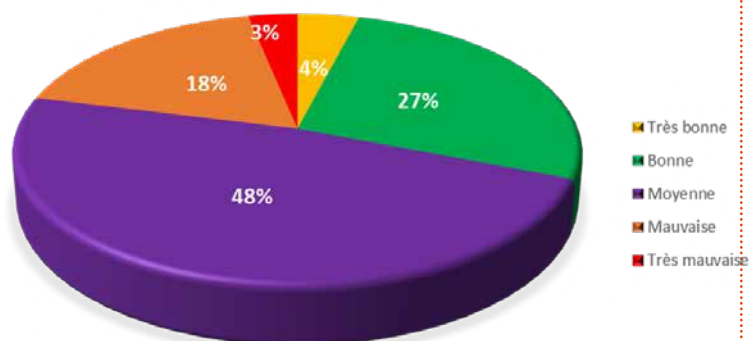


BILAN TOURISTIQUE 2024

Bilan touristique 2024 à Carnac



La saison 2024 vue par les pros



31% sont satisfaits de la saison

1 369 000 nuitées marchandes en 2024

BILAN TOURISTIQUE 2024 :

Une fréquentation touristique globale en baisse de 14%.

Les éléments clés de la saison à Carnac

- La fermeture de la Thalasso de Carnac a eu un impact fort sur la station
- 31% de professionnels jugent la saison touristique comme étant une bonne voire très bonne saison (77% en 2023).
- Un retour de la clientèle étrangère
- Une météo peu favorable
- Une consommation impactée par l'inflation



Campings

783 000 nuitées
-10% par rapport à 2023



Hôtels

154 000 nuitées
-40% par rapport à 2023



Meublés

415 000 nuitées
-3% par rapport à 2023



Chambres d'hôtes

3 000 nuitées
-20% par rapport à 2023



Hébergements collectifs

36 500 nuitées
-43% par rapport à 2023



Fréquentation hôtels et campings

A partir des déclarations mensuelles de la taxe de séjour effectuées, nous pouvons obtenir un observatoire de la fréquentation du territoire.

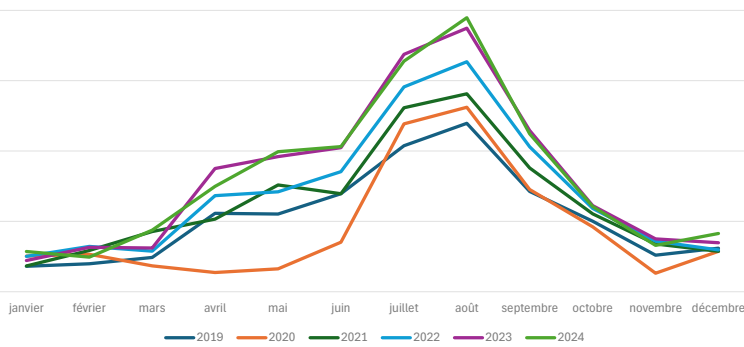
On constate pour les campings, en 2024, une baisse de fréquentation liée une météo assez fraîche et à l'ouverture tardive du camping Sandaya.

Pour les hôtels, la fréquentation accuse un recul important lié à la fermeture de l'hôtel Thalazur Carnac toute l'année 2024. Hors Thalazur, la fréquentation hôtelière est stable.

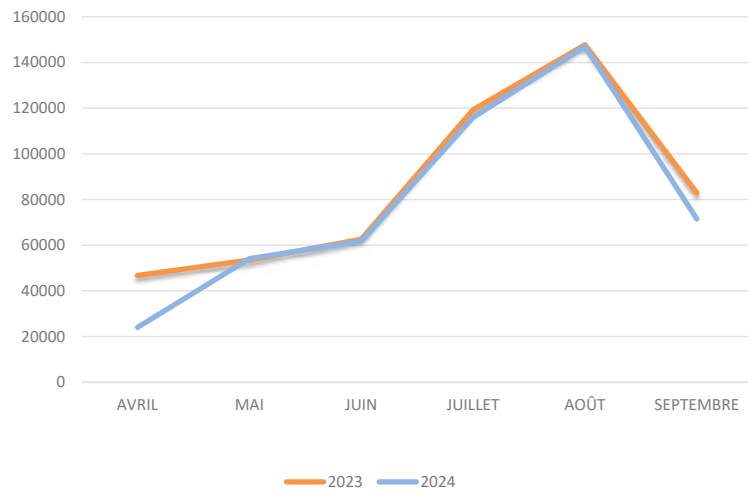
Meublés de tourisme

Environ 1600 meublés sur la Commune, en baisse de 10% depuis 2022. Une fréquentation qui marque le pas pour la 1ère année depuis 2019 (-3%).

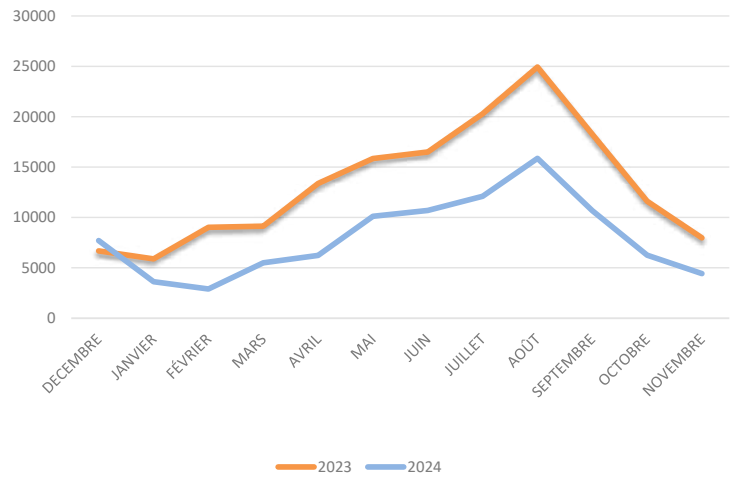
Evolution du nombre de nuitées en meublé de tourisme



Nuitées adulte CAMPINGS CARNAC



Nuitées adulte HOTELS CARNAC



Indicateurs clés

1 800 000

Nuitées (marchandes et non-marchandes)



3 39 600

touristes

1 10 000 000

Retombées économiques directes



FRÉQUENTATION

Fréquentation des points d'informations



108 000 visiteurs

Soit une **baisse de 11%** par rapport à 2023.

16% de clientèle étrangère en hausse de 1 point par rapport à 2023

Clientèle française

Départements	% de demandes
Morbihan	13%
Ille et Vilaine	5%
Paris	5%
Loire Atlantique	4%
Hauts de Seine	4%
Yvelines	3%
Nord	3%
Seine Maritime	2%
Côtes d'Armor	2%
Essonne	2%



L'OT de Carnac est ouvert

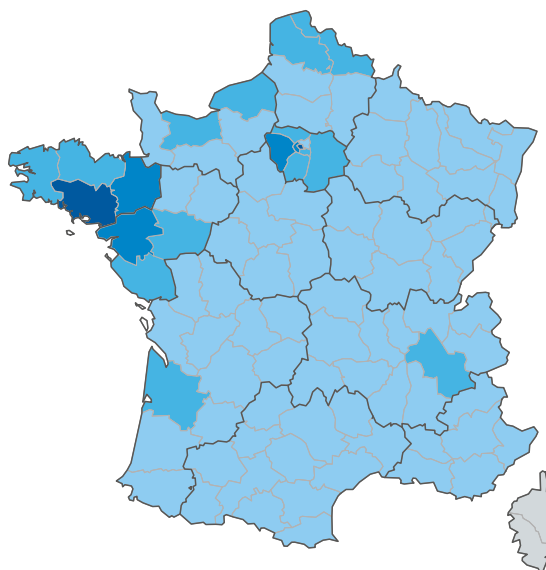
320 jours par an et 7/7j d'avril à septembre

Bourg = 55 000 visiteurs (-7% par rapport à 2023)

Plage = 52 000 visiteurs (-9% par rapport à 2023)

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

CMN 1100 visiteurs



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 (questionnaire 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.

Fréquentation des points d'information en nombre de demandes :

		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Total
DECOMPTE DE LA DEMANDE														
2023	Plage	362	420	503	1828	2102	2961	5416	5441	2411	590	234	230	21 213
	Ville	241	421	463	2047	2510	3306	4210	4535	3205	597	184	216	21 935
	Total	603	841	966	3875	4612	6267	9626	9976	5616	1187	418	446	44 433
2024	Plage	336	395	525	1688	1534	2368	4189	5114	2189	496	177	193	19 204
	Ville	218	316	505	1654	2157	2997	4018	4556	3009	571	199	176	20 376
	Total	554	711	1030	3342	3691	5365	8207	9670	5198	1067	376	369	39 580
Evolution 2023/2024 plage		-7,18%	-5,95%	4,37%	-7,66%	-27,02%	-20,03%	-22,66%	-6,01%	-9,21%	-15,93%	-24,36%	-16,09%	-9,47%
Evolution 2023/2024 ville		-9,54%	-24,94%	9,07%	-19,20%	-14,06%	-9,35%	-4,56%	0,46%	-6,12%	-4,36%	8,15%	-18,52%	-7,11%
Evolution globale 2023/2024		-8,13%	-15,46%	6,63%	-13,75%	-19,97%	-14,39%	-14,74%	-3,07%	-7,44%	-10,11%	-10,05%	-17,26%	-10,92%

La fréquentation en 2024 des points d'information accuse un recul important de plus de 11% par rapport à 2023. Une évolution proche de l'évolution de la fréquentation touristique de la station (-14%). L'OT a aussi été fortement impacté par la fermeture de la thalasso de Carnac.

Les habitudes continuent d'évoluer vers de la prise de renseignements à distance ou directement chez nos prestataires, qui jouent aussi un rôle important d'information touristique.

Parallèlement à cette baisse de fréquentation à l'accueil, on constate une hausse importante de la fréquentation de notre site Internet +20% avec plus d'1 million de visites.



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.

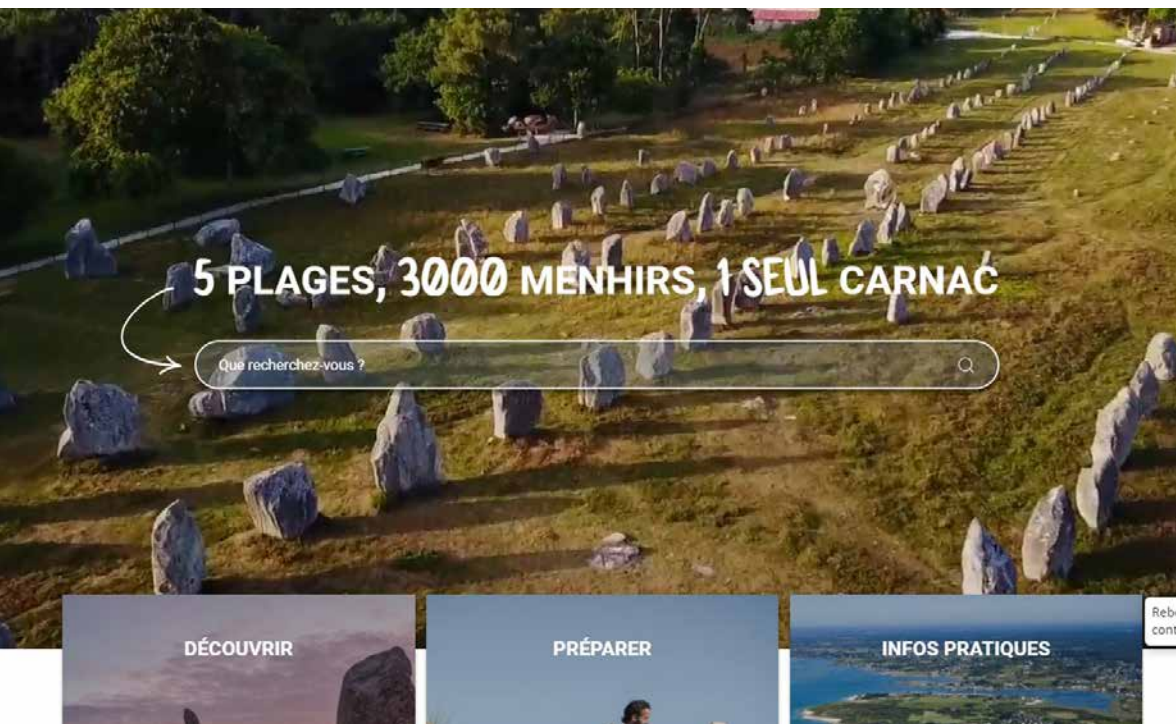
Les supports de communication sont édités afin de présenter aux visiteurs mais aussi aux locaux les différents atouts touristiques de la station et de faciliter l'organisation de leur séjour.

Les éditions 2024

- Un guide pratique trilingue présentant les loisirs, activités, commerces, restaurants, édité à 27000 ex
- Un guide touristique trilingue présentant le territoire et les hébergements édité 10000 ex. Ce guide s'appuie principalement sur des visuels forts pour promouvoir l'identité de Carnac.
- Un plan touristique quadrilingue : 70 000 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 25 000 exemplaires et distribué dans les boîtes aux lettres de la commune
- 6000 enveloppes contenant agenda de l'été et guide pratique, envoyées dans les boîtes aux lettres de la commune



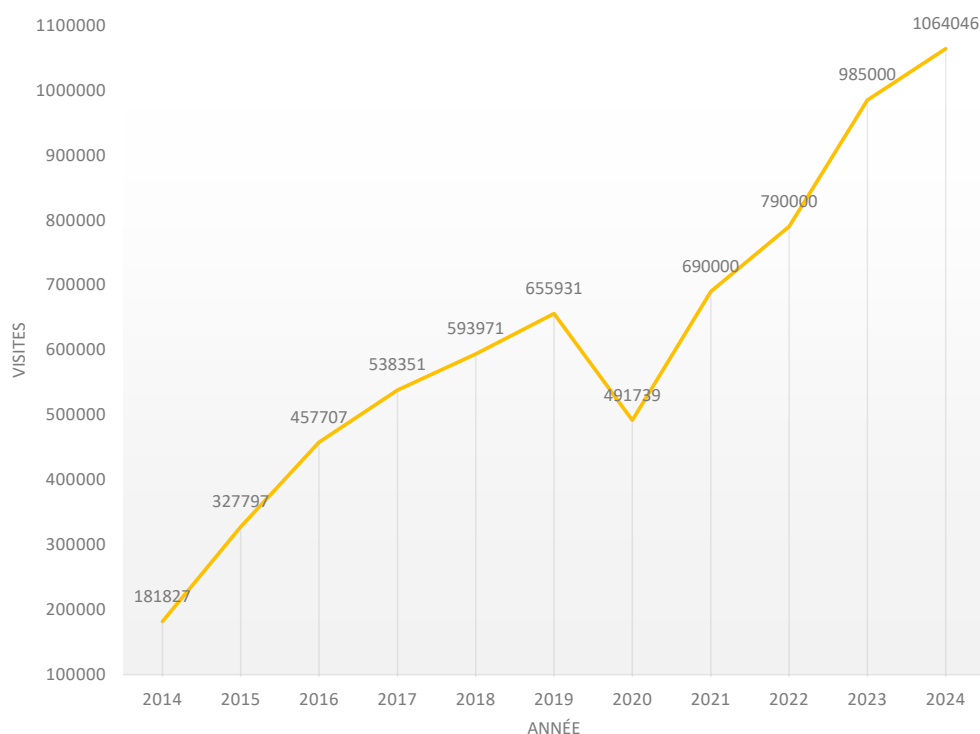
PROMOUVOIR



SITE INTERNET www.ot-carnac.fr : +10% en 2024 avec 1 064 046 visites

Le site Internet est la vitrine de tous les professionnels de la station. Il est traduit intégralement en 2 langues: Anglais et Allemand. 2024 est une année de transition pendant laquelle nous avons continué à développer le site actuel tout en travaillant à la création du nouveau site dont la mise en ligne est prévue en avril 2025. Afin de préparer au mieux la transition vers un nouveau site Internet, nous réalisons un travail d'optimisation de notre référencement naturel et de redirection de la notoriété accumulée ces dernières années vers le nouveau site Internet. L'objectif est de donner un maximum de visibilité au territoire et à nos partenaires.

fréquentation du site Internet



PROMOUVOIR

Refonte de l'univers graphique et éditorial de notre identité

L'objectif principal est de créer un univers éditorial, sémantique et visuel autour de la destination pour développer l'image de marque et sa personnalité au niveau national mais aussi international.

Il s'agit de définir un univers qui identifie et singularise le territoire. Il doit susciter la curiosité, être audacieux, évoquer le caractère unique de la destination (patrimoine et plage), le dynamisme et l'aspect durable du territoire.

L'objectif ici n'est pas de redéfinir un logo, la marque de territoire continuera à être utilisée; En outre, dans le cadre de la future inscription à l'UNESCO des Mégalithes de Carnac et des Rives du Morbihan espérée à l'été 2025, l'office de tourisme souhaite dynamiser sa communication, en particulier sur des cibles internationales. Une refonte du site Internet et des supports de communication est donc prévue courant 2025.

Le concept retenu : **L'émotion sur toute la ligne :**

Utiliser la ligne et ses déclinaisons comme code de marque graphique et sémantique.

CARNAC



PROMOUVOIR

Une nouvelle gamme de couleurs

<p>Bleu Turquoise #4AB8A9 CMJN : 67, 2, 40, 0 RVB : 74, 162, 169</p>		<p>Jaune Ajonc #FFDA17 CMJN : 2, 12, 91, 0 RVB : 255, 216, 23</p>	
<p>Bleu foncé #003366 CMJN : 99, 40, 64, 44 RVB : 3, 60, 72</p>	<p>Bleu clair #ADD8E6 CMJN : 99, 0, 4, 0 RVB : 220, 252, 254</p>	<p>Jaune clair #FFD700 CMJN : 2, 0, 37, 0 RVB : 254, 240, 180</p>	<p>Jaune foncé #FFC300 CMJN : 20, 45, 100, 9 RVB : 187, 158, 0</p>
<p>Vert Oyat #A5C96D CMJN : 43, 5, 70, 0 RVB : 165, 197, 109</p>		<p>Gris minéral #343434 CMJN : 0, 0, 0, 80 RVB : 52, 52, 52</p>	
<p>Vert foncé #38401D CMJN : 73, 47, 98, 61 RVB : 57, 72, 29</p>	<p>Vert clair #90EE90 CMJN : 38, 0, 4, 0 RVB : 240, 250, 201</p>	<p>Orange #FF8C00 CMJN : 0, 69, 90, 0 RVB : 255, 140, 24</p>	
<p>Orange Tomate #FF8B00 CMJN : 0, 69, 90, 0 RVB : 255, 140, 24</p>	<p>Orange foncé #D2691E CMJN : 26, 52, 100, 14 RVB : 177, 85, 2</p>	<p>Orange clair #FFD800 CMJN : 10, 16, 33, 0 RVB : 255, 209, 180</p>	
<p>Gris #808080 CMJN : 48, 38, 38, 13 RVB : 128, 128, 128</p>	<p>Blanc beige #F5F5DC CMJN : 0, 4, 14, 0 RVB : 255, 245, 227</p>		



Un nouvel univers iconographique

Concept 1 : les piliers éditoriaux

Un nouvel univers éditorial

Légèreté

Force

Mystère



VISUELS

Carnac, c'est plutôt cette légèreté :

- Joyeuse et vivante
- Naturelle et décomplexée
- Partagée et communicative
- Un moment pris sur le vif

Carnac, c'est moins cette légèreté :

- Figée et posée
- Peu expressive
- Trop esthétisée
- Un brin passéiste

Combinés, ils révèlent toute la richesse du territoire.
 Séparés, ils perdent leur sens.



PROMOUVOIR

GESTION RELATION CLIENTS (GRC)

Fin 2022, **une stratégie GRC** a été mis en place définissant un plan de collecte sur nos sources existantes (voir schéma ci-contre) et un plan d'animations de notre base de données.

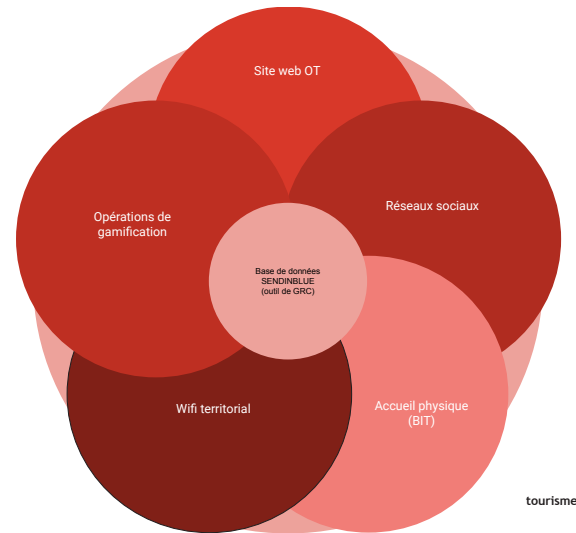
A ce jour la base de données compte 28 000 contacts actifs, + 3000 par rapport à 2023 suite aux différentes actions de collecte mises en place et les 4 jeux concours réalisés avec nos partenaires.

L'animation repose sur l'envoi régulier de newsletters :

5 newsletters grand public + 4 newsletter résidents et résidents secondaires + 8 envois des animations hebdomadaires en été

- Newsletter Grand public adressée à 27 000 contacts pour les inciter à venir ou revenir sur la station à travers des articles de séduction et des bons plans de nos partenaires
- Newsletter résidents adressée à 1 200 contacts résidents principaux et secondaires de Carnac afin de les informer des animations, des nouveautés de la station.

2025 : développement de l'animation par la mise en place de scénarios automatisés



RESEAUX SOCIAUX

Nos Cibles : familles, 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

 CARNAC TOURISME is at L'anse Du Pô. *******
8 May 2024 · 🌐

À l'Anse du Pô, à marée haute, un paysage magnifique s'offre à nous. 😊... See more



  5K

117 comments 304 shares

FACEBOOK

97 000 fans de la page Carnactourisme (+3500 par rapport à 2023)

Couverture 2024 : **4 215 663 personnes touchées**

11 vidéos, 11 reels

Campagnes sponsorisées, promotion des animations, campagne de recrutement

INSTAGRAM

16 000 abonnés (14 700 en 2023),

Couverture en 2024 : **768 124 personnes touchées**

29 reels, 11 carrousels créatifs incitant à l'enregistrement

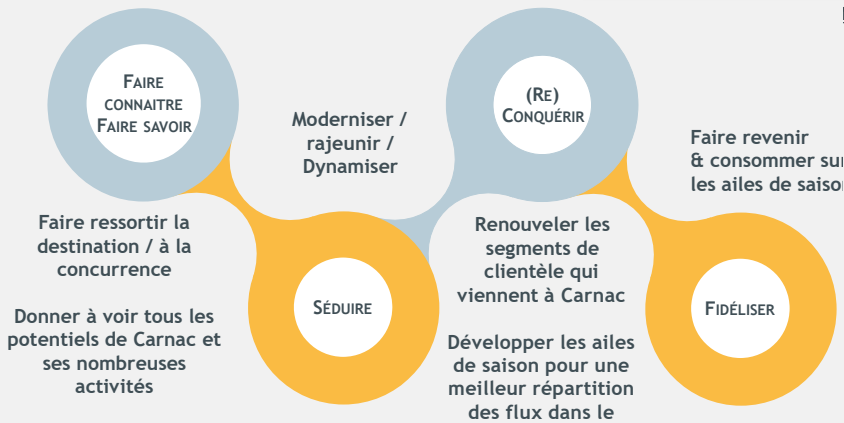


 753  8  4



PROMOUVOIR

Nos objectifs



Nos cibles principales :



CAMPAGNES DE COMMUNICATION ÉTRANGÈRES

Réseaux sociaux + Publicité programmatique

L'OT de Carnac a réalisé une campagne de communication sur les réseaux sociaux en avant et après saison en Allemagne, Belgique, Suisse, Angleterre, Irlande et Luxembourg.

Objectif : Booster la notoriété de Carnac

Réseaux sociaux : 5,1 millions d'impressions et **1 720 000 personnes touchées**

Un dispositif de publicité web programmatique a aussi été mis en place sur les mêmes périodes : 3,8 millions d'impressions au global et **1 620 000 personnes touchées**.

Angleterre

Diffusion Dossier de presse

Diffusion auprès de 120 journalistes lors d'évènements :

- Lors du media event IMM à Londres
- Lors du media event Meet the Media à Dublin
- Lors du media event « wine and whisky » avec Brittany Ferries à Dublin
- + Via un communiqué de presse en début d'année à la base de contacts Tourisme Bretagne

Allemagne

Participation à l'IMM : la rencontre de la presse tourisme à Berlin, en marge de l'ITB. 40 medias rencontrés et 25 DP diffusés

ROADSHOW ALLEMAGNE 2024

Un roadshow à Cologne et Düsseldorf

- En partenariat avec Thalazur Carnac, CMN, le Diana et BLB
- Rencontres en one-to-one avec les professionnels de l'intermédiation
- 40 TO et AGVs rencontrés
- Création d'une brochure B2B



PROMOUVOIR

Espagne

VOGUE

Support : Vogue.es, media féminin mensuel internationalement reconnu, axé sur la mode, culture, beauté, lifestyle

Cible : Dinks

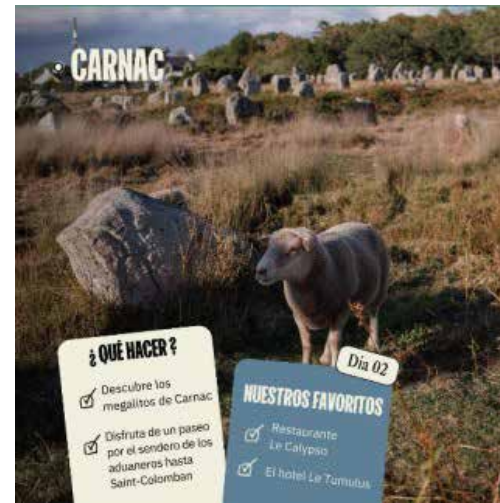
Angle : Mise en avant de l'univers culture et urbain au printemps à travers une idée de séjour de Nantes à Quimper en passant par Carnac.

Date : avril 2024

COMMUNICATION WEB / PACKAGE COMMUNICATION

Dispositif :

- Création de carrousels itinéraires pour valoriser le territoire
- Achat media avec objectif de notoriété sur Facebook et Instagram



Belgique

SO SOIR VOYAGE

Support : So Soir magazine est un quotidien belge francophone. Il aborde des sujets très variés tels que la mode, le design, la beauté, les voyages et l'art de vivre.

Cible : Dinks

Angle : promouvoir les itinéraires créés pour ce marché, en incarnant une Bretagne engagée et attachante avec promotion des liaisons en train depuis Bruxelles

Audience : 315 580 lecteurs uniques



CAHIER VERT - KNACK WEEK-END

Support : Magazine néerlandophone aux thématiques lifestyle. Un traitement éditorial plutôt «classique» mais très pratique pour un séjour grâce à toutes les adresses listées

Cible : Dinks – En recherche de tendances

Angle : Promouvoir le ou les itinéraires créés pour ce marché, en incarnant une Bretagne engagée et attachante, autour des univers culture et gastronomie. Promotion d'un séjour accessible en train (au regard de la liaison directe depuis Bruxelles)

Audience : 389 000 lecteurs uniques

COMMUNICATION WEB / PACKAGE COMMUNICATION

Dispositif :

- Création de carrousels itinéraires pour valoriser le territoire
- Achat media avec objectif de notoriété sur Facebook et Instagram

Suisse

Organisation d'une rencontre avec la presse alémanique à Zurich le 10 avril 2024.



PROMOUVOIR

CAMPAGNE COMMUNICATION FRANCE

TV Segmentée et REPLAY sur France Télévisions

Film Publicitaire en 15 secondes sur France 2, France 3, France 5 et France TV

Période : mars-avril 2024

Ciblage : 44-35-49-72-53-14-78-78-92-91-94 + ciblage CSP +

TV segmentée : 440 000 diffusions

TV Replay : 1 736 111 diffusions

Exposition globale : 2 176 252 impressions



YOUTUBE et RETARGETTING

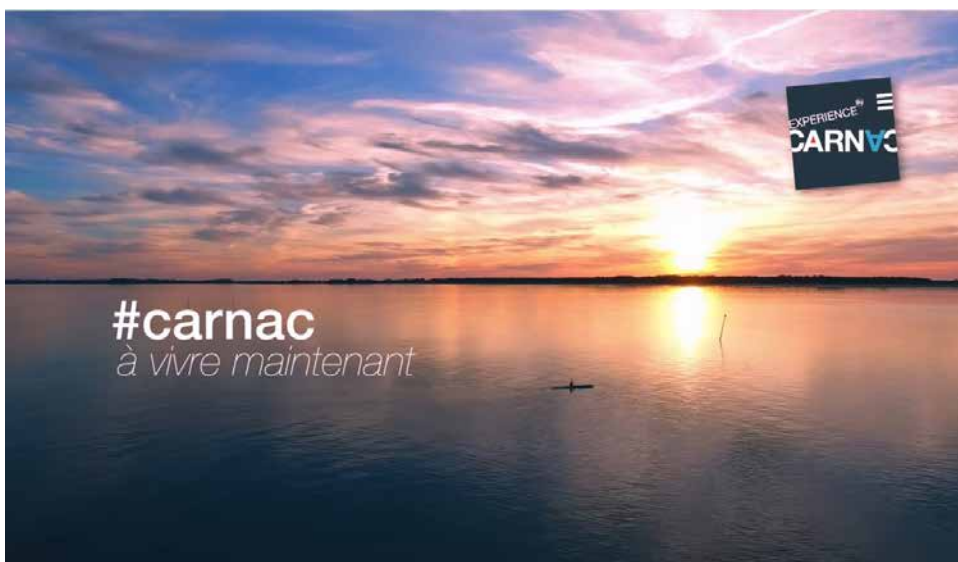
Diffusion d'un film de 30 secondes sur le bassin parisien, Hauts de France Nantes et Rennes.

Période : de mars à juin et septembre

721 000 films vus complets

2 millions d'impression

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 30 stations littorales bretonnes. Outre la force inhérente au réseau, Sensation Bretagne nous fait entre autres, bénéficier de la valeur ajoutée d'une agence de presse.

Nous réalisons aussi désormais des actions en direct avec le CRT Bretagne et Atout France pour les accueils presse étrangers.

En 2024 nous avons réalisé

- 1 dossier de presse
- 3 communiqués de presse + 1 CP UNESCO
- 11 accueils presse + accueils bloggeurs +
- 3 brèves

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 2024 de ce service est de 248 500€, soit une baisse de 6% par rapport à 2023.

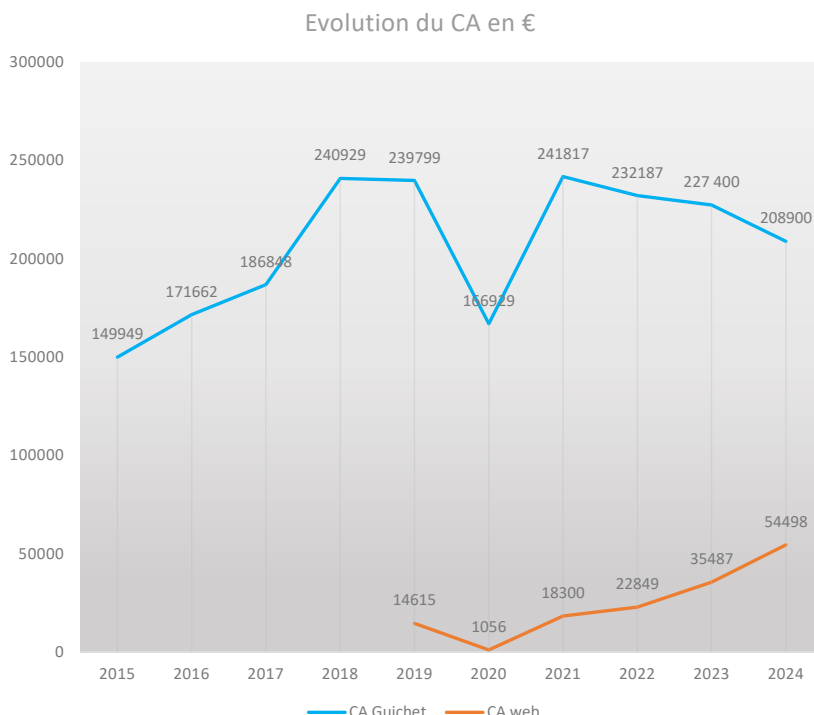
Billetteries loisirs, maritimes : CA de 208 900€

Billetteries dans la continuité des années précédentes avec une baisse légère et continue des ventes au guichet qui s'explique par une météo maussade peu propice à réaliser une escapade sur les îles et la montée en puissance des billetteries en ligne des compagnies maritimes.

Principales billetteries : traversées vers les îles ou les croisières dans le golfe du Morbihan.

Billetteries en ligne : CA de 54 498€

Depuis 2019, nous développons notre offre disponible en billetterie en ligne avec une croissance importante chaque année (+54% par rapport à 2023). L'objectif est de poursuivre cette digitalisation en proposant en 2025, si les conditions techniques sont réunies, une billetterie en ligne des différentes compagnies maritimes et des alignements de Carnac (accord en attente de CMN).



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 pendant la saison estivale
- S'appuyer sur l'événementiel pour développer les ailes de saison

SALON DU LIVRE CARNAC A L'AIR LIVRE du 14 au 16 juin

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

Un 4ème salon qui s'est bien déroulé avec une fréquentation satisfaisante pour les auteurs.

ANIMATIONS DE L'OFFICE

Le programme hebdomadaire de l'été

Le lundi soir Zumba

150-400 participants/ séance, une fréquentation fluctuante suivant la météo

Le mardi à 10h, Animation Expérience Zen

Du 4 juin au 24 septembre. De 30 à 300 personnes / séance.

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

De 250 à 400 personnes / spectacle.

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

Du 5 juin au 25 septembre. De 20 à 200 participants à chaque fois pour ce rendez-vous

Le jeudi à 11h, Carnac-Lanta (Grande plage de Carnac)

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

Le jeudi à 10h, Marche sportive (départ bourg)

De 20 à 75 personnes par sortie

Le vendredi à 10h, Aquagym en mer

Animation payante : 7€ / personne. Complet à chaque séance (30)

19 juillet : VL Summer Tour, soirée DJ. Environ 3000 spectateurs

+ De 14 000 personnes ont participé aux animations proposées.

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

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



ANIMER

Halloween

Pendant les vacances de la Toussaint, période que nous essayons de développer, nous avons proposé plusieurs animations :

- **Rando jeu numérique** : Panique au bal des monstres
1000 joueurs pour une note moyenne attribuée de 4.35/5

- **Un escape game** , La légende des Ombres

Du 27 octobre au 2 novembre, 42 séances de proposées, 39 ont été vendues pour 179 joueurs. Total recettes 2024 : 2019€

- Un spectacle place aux mômes : 200 spectateurs

LUMILIZ

Les projections ont commencé comme en 2023 le mois de juin, toujours dans l'objectif de proposer des animations en avant saison.

Du 31 mai au 16 août, plus de **16 000 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 se replonger dans la légende st Cornély, spectacle déjà diffusé en 2021 et légèrement amélioré.



ANIMER

CARNAC LATINO FESTIVAL 7-8 juin

L'office de tourisme de Carnac a réalisé pour la 2ème année un événement : le Carnac Latino Festival.

Le festival a réuni les amoureux de musique latine dans une ambiance conviviale et décontractée. Débutants, experts et tous ceux qui aiment le rythme et la danse, se sont réunis pour célébrer l'esprit de la fête latine.

Au programme 5 concerts, une initiation à la salsa, de la zumba sur la plage, une déambulation d'une batucada

Objectifs

- Dynamiser un week end de juin traditionnellement moins fréquenté
- Organiser une animation festive avant saison gratuite
- Fédérer/impliquer les professionnels autour d'un thème "Latino" en proposant une animation, un menu, une offre... sur le thème Latino.



SKEDANOZ

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

Les 19, 20 21, 22 et 26, 27 août , 2 séances par soirée étaient programmées.

Spectacle très proche de celui de 2023, avec le prestataire CS Prod, les retours sur le spectacle ont été tout aussi positifs.

7879 spectateurs : une fréquentation en hausse de +3% par rapport à 2023 avec une jauge identique à 2023 (700 personnes / séance). Le tarif des spectacles est identique à celui de 2023, (6€ / Pers, 8€ sur place) soit une recette globale de 43 306€ (déduction faite des frais de billetteries)

Nous avons dû annuler les 2 séances du lundi 26 août du fait d'un défaut du groupe électrogène, séances reportées au mercredi 28 août.



DÉVELOPPER

CARNAVETTE

Le service financé et 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.

3 lignes ont été mises en place du 5 Juillet au 2 septembre 2024, tous les jours de 10h30 à 13h00 et 14h00 à 20h00. Une application web, Zenbus, permet en temps réel de connaître la position de la Carnavette.

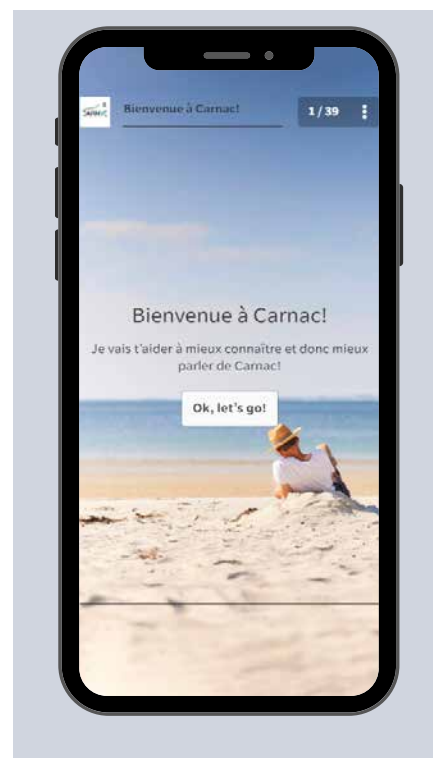
MICRO FORMATION DE TERRITOIRE

L'office de tourisme de Carnac a créé une formation en ligne dédiée au territoire afin de faciliter et d'améliorer les conditions d'accueil de nos visiteurs par les employés de la station, en particulier les saisonniers. L'objectif est de mettre à disposition de façon ludique les informations essentielles sur la station en un minimum de temps. Ce premier module sera développée en 2025 en y ajoutant des informations spécifiques à l'inscription UNESCO.

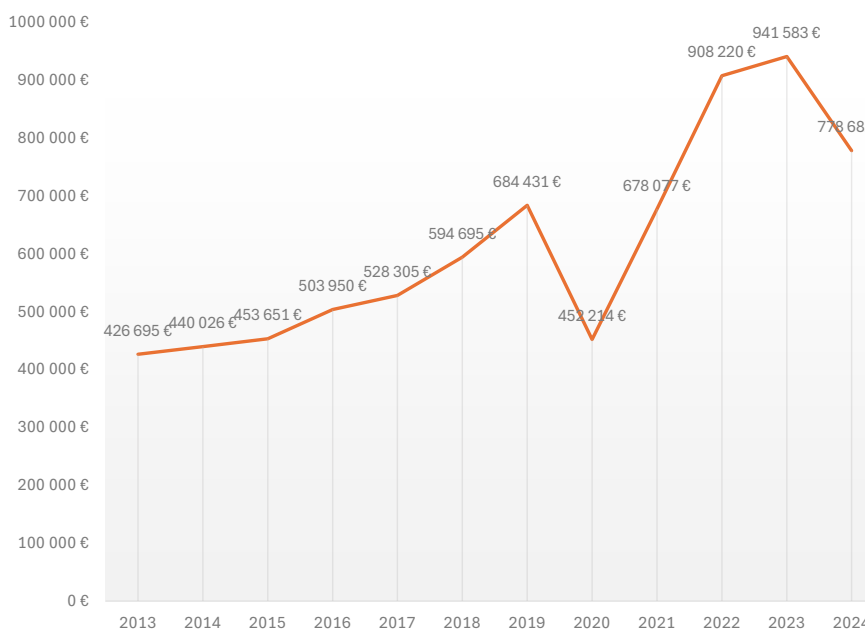
RELATIONS PARTENAIRES

En 2024, l'Office de Tourisme a poursuivi ses actions en faveur d'une relation de proximité avec ses partenaires :

- **Des newsletters** à destination de tous nos partenaires qui ont pour but d'informer sur les activités propres à l'Office de Tourisme : actualités, éditions, salons, accueils presse, animations
- L'édition d'un **guide du partenaire**, envoyé à chaque partenaire et 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.
- **Des réunions par secteur d'activité**



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).

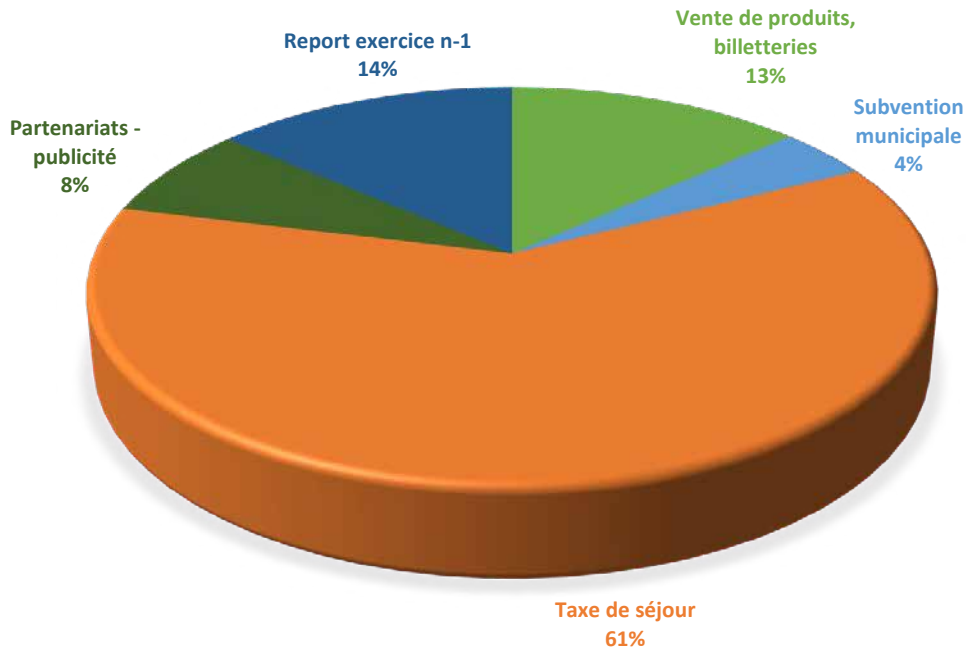
Cette gestion nous permet en outre de mettre en place un outil d'observation de l'activité touristique sur la Station de Carnac.

En 2024, le montant total collecté est de 778 682€.

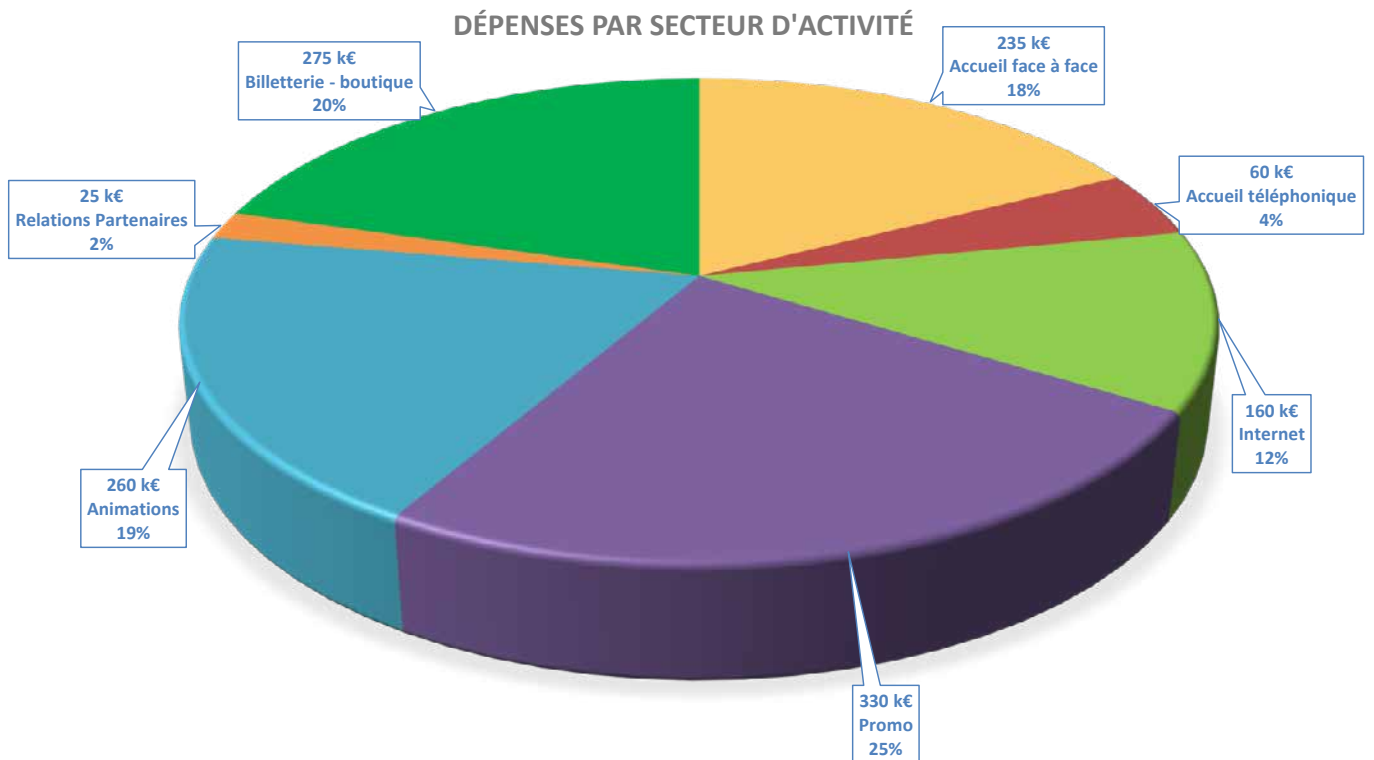
BILAN FINANCIER 2024

LES RECETTES 2024 DE L'OFFICE DE TOURISME

Les recettes globales de fonctionnement de l'Office de tourisme s'établissent en 2024 à 1 590 037€ dont un report de l'excédent de 2023 à hauteur de 207 962€



LES DÉPENSES 2024 DE L'OFFICE DE TOURISME PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ





CARNAC

www.ot-carnac.fr