

Événement Professionnel

Lancement de saison 2024
04/04/2024 - Taupont



Programme

9h30 — Accueil

10h00 — Mot d'accueil et début des travaux



Présentation du nouveau plan de communication par Médiapilote



Travaux en cours de la Destination



Présentation des services aux professionnels

12h00 — Venez nous rencontrer !

Mot d'accueil

Ronan COIGNARD

Président

Destination Brocéliande



Présentation du nouveau plan de communication

Julien BURON

Sarah NICOLE

Anne-Laure DELACROIX

mediapilote*



DESTINATION BROCÉLIANDE

Quand la réalité dépasse la légende

Pourquoi ce changement ?

La demande de la Destination



Pourquoi ce changement ?

Constat

- Une **communication dispersée** ;
- Une **image qui commence à vieillir** ;
- Une **thématique sur l'imaginaire à recalibrer** et en décalage avec la réalité.

Besoins

- Démarrer un **nouveau cycle** et **insuffler du renouveau** en terme d'image ;
- Nécessité de **repenser la position marketing** pour ensuite actionner les bons leviers ;



Pourquoi ce changement ?

Des objectifs



CLARIFIER

Requalifier l'offre de Destination Brocéliande.

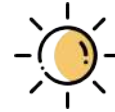
Réajuster le discours pour qu'il soit cohérent et en harmonie avec les offres commerciales.



FÉDÉRER

Rassembler les territoires autour du **même discours**.

Rassembler les professionnels du tourisme.



DONNER ENVIE

Faire venir et faire connaître.

Inciter les touristes à venir.

Rayonner en Bretagne, sur l'ouest et sur l'Île-de-France.



RELANCER L'ÉCONOMIE

Augmenter la **fréquentation touristique**.

Créer des emplois.

LISIBILITÉ

VISIBILITÉ

TRANSFORMATION

Des enjeux et un projet commun à réaliser

Comment **faire évoluer l'image**
de la destination pour en faire **une véritable**
destination de villégiature
à la fois au sein de la Bretagne
mais aussi **à l'échelle nationale** ?



Comment ?

VOS ENJEUX

Enjeu de fédérer

Un **nouvel élan** pour la marque Destination Brocéliande.

Enjeu d'image

Changer la perception des cibles

- Acquérir et fidéliser ;
- re-Séduire.

Enjeu de visibilité

Une **destination touristique forte de son atypie**, dotée d'une offre diversifiée et à la localisation idéale.

ÉTUDES & TENDANCES

Études

Les études menées nous ont permis d'**approfondir les enjeux**, nous donner plus de matière et confirmer **le premier diagnostic**.

Tendances

Comprendre, s'inspirer et ouvrir la réflexion :

- Slow tourisme
- Expérience
- Contenu visuel

WORKSHOP

Méthode agitative

Construire ensemble une marque qui répond aux objectifs fixés et prend en compte les enjeux identifiés.

= Un **Atelier de travail** qui nous a permis d'aboutir à une plateforme de marque.

Compréhension

Analyse

Co-construction



Une méthodologie en 3 PHASES :

#1 :

Plateforme de marque / Guide de marque

#2 :

Stratégie des moyens

#3 :

Contrôle-Mesure

1

2

3

4

5

6

7

8

Études
et diagnostic

Workshop

Plateforme
de marque

Logo
et Guide de
marque

Plan d'actions

Déploiement
des leviers

Compréhension
en interne

Mesurer
l'efficacité du
déploiement

PHASE 01
DIAGNOSTIC

PHASE 02
STRATÉGIE MARKETING
(plateforme de marque)

PHASE 03
**GUIDE DE
MARQUE**

PHASE 04
RECOMMANDATION

Une refonte totale de l'identité

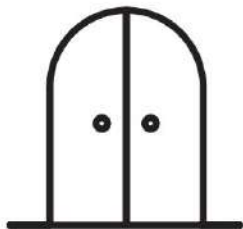


Un travail qui a du sens

UN NOM ÉVOCATEUR qui transporte déjà dans l'imaginaire.
UNE RICHESSE D'ACTIVITÉS en plus d'une nature très présente.

Partir à la **rencontre** d'une Bretagne insoupçonnée dont les marqueurs sont :
« Bretagne, surprise et rencontre »

Entrer par les portes de la destination
pour découvrir toutes les diversités.



PORTE
OUVERTURE
FENÊTRE
VITRAIL
DÉCOUVERTE
MYSTÈRE
VISIBLE

+



NATURE
FLEURS
VÉGÉTAL

+

B

B
BROCÉLIANDE

+

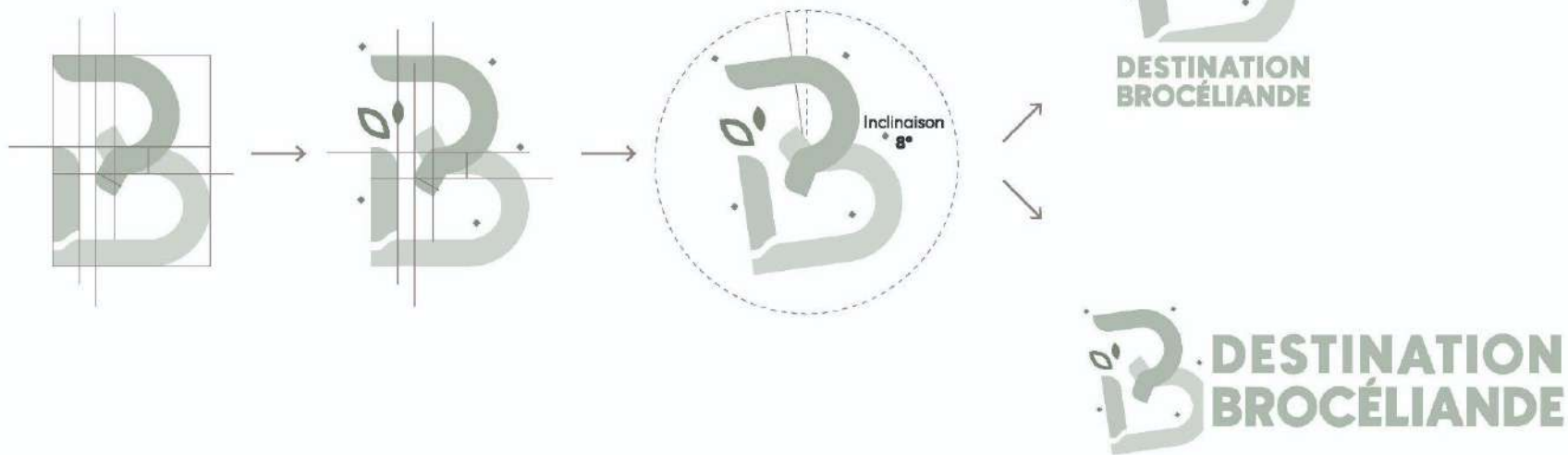


VERTS :
VÉGÉTATION
FORÊT
PROFONDEURS

DORÉ :
MAGIE

BLEU :
EAU

Construction **LOGO**



Version **HORIZONTALE**



Version **VERTICALE**



Versions **MONOGRAMME SEUL**





**DESTINATION
BROCÉLIANDE**



**DESTINATION
BROCÉLIANDE**



Un livrable complet du **GUIDE de MARQUE**



PRÉSENTATION

Bienvenue dans l'univers envoûtant de **Destination Brocéliande**, où l'imagination et la créativité se rencontrent pour créer une expérience unique et diversifiée. Ce guide de marque est votre passeport exclusif pour explorer et comprendre l'essence de cette destination extraordinaire.

Ce guide a été conçu pour **vous présenter notre identité et vous guider** dans l'intégration de nos valeurs et de notre univers dans vos supports.

Destiné à **tous les acteurs participant à la création de supports de communication**, il offre des exemples concrets et pratiques, permettant une utilisation personnalisée du code de marque.

Explorez les déclinaisons sur divers supports et **laissez-vous inspirer** pour concevoir des visuels uniques qui reflètent l'essence même de Destination Brocéliande.

UNIVERS IMAGINAIRES

4 **UNIVERS IMAGINAIRES** qui nourrissent l'identité de marque de Destination Brocéliande et qui lui dessinent des contours.

Des univers avec lesquels il est important de croiser les attentes de vos cibles et les marqueurs forts de votre identité.

4 **opportunités de faire vivre la marque Destination Brocéliande en étant subtil, rigoureux et singulier.**

SOMMAIRE

01
LA PLATE-FORME
DE MARQUE — p.4

02
LOGO-
TYPE — p.30

03
L'UNIVERS
chromatique — p.52
pictographique — p.54
iconographique — p.56
typographique — p.66

04
LES PRINCIPES
ÉDITORIAUX
exemples d'applications — p.68

01 VOYAGE
DANS LE TEMPS

Découvrir, ludique et surprenant, histoires et expériences, patrimoine matériel et immatériel.

02 CONTES ET
LÉGENDES

Imagination, mystérieux et surprenants, histoires et expériences, transmission et partage, nature et sites naturels.

03 ESPRITS
CRÉATIFS

Accueillants et humains, imagination et créativité, insolite et original, artisans et artisans, savoirs faire et partage.

04 BAIN DE
NATURE

Authentique et naturelle, étonnante et vivante, la forêt et les lacs, riche et diversifiée, mystérieuse et risqué, dynamique et sportive.

Et des supports



La production des différents supports

> Le MAG





La production des différents supports

> La carte Balades et Randonnées

BALADES & RANDONNÉES À PIED

PLUS DE 100 RANDONNÉES

RANDONNÉES CLASSÉES		RANDONNÉES NON CLASSÉES	
N°	NOM	N°	NOM
1	Ardenne	101	Ardenne
2	Ardenne	102	Ardenne
3	Ardenne	103	Ardenne
4	Ardenne	104	Ardenne
5	Ardenne	105	Ardenne
6	Ardenne	106	Ardenne
7	Ardenne	107	Ardenne
8	Ardenne	108	Ardenne
9	Ardenne	109	Ardenne
10	Ardenne	110	Ardenne
11	Ardenne	111	Ardenne
12	Ardenne	112	Ardenne
13	Ardenne	113	Ardenne
14	Ardenne	114	Ardenne
15	Ardenne	115	Ardenne
16	Ardenne	116	Ardenne
17	Ardenne	117	Ardenne
18	Ardenne	118	Ardenne
19	Ardenne	119	Ardenne
20	Ardenne	120	Ardenne

Fiches détaillées disponibles dans les offices de tourisme ou sur www.destination-broceliande.com

LES BALADES FAMILIALES ET SENTIERS THÉMATIQUES

BALADES FAMILIALES

1. Balade des fontaines de la région
2. Balade des fontaines de la région
3. Balade des fontaines de la région
4. Balade des fontaines de la région
5. Balade des fontaines de la région
6. Balade des fontaines de la région
7. Balade des fontaines de la région
8. Balade des fontaines de la région
9. Balade des fontaines de la région
10. Balade des fontaines de la région
11. Balade des fontaines de la région
12. Balade des fontaines de la région
13. Balade des fontaines de la région
14. Balade des fontaines de la région
15. Balade des fontaines de la région
16. Balade des fontaines de la région
17. Balade des fontaines de la région
18. Balade des fontaines de la région
19. Balade des fontaines de la région
20. Balade des fontaines de la région

Un plan d'action

Un plan d'action

Et maintenant ?

Par quels leviers de communication nous pouvons **véhiculer cette nouvelle image** et **attirer le public sur la destination**.



L'objectif étant de gagner en visibilité, travailler notre notoriété et générer du trafic physique !

MÉDIAS

Pour l'année 01 :

- RÉSEAUX SOCIAUX
- COURRIER ADRESSÉ

MESSAGE

Générer un concept pour mettre en valeur les différents lieux, activités, événements en lien avec la plateforme et la nouvelle image que l'on veut insuffler.



Un plan d'action - MÉDIAS - 2 temps forts

AVRIL / MAI



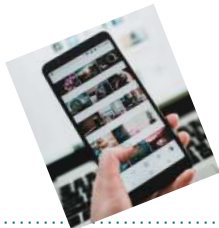
**Campagne
Courrier adressé**



+ de **5500 contacts**



**Campagne 1
Réseaux Sociaux**



+ de **2 M de contacts
sur 6 semaines**

SEPTEMBRE



**Campagne 2
Réseaux Sociaux**



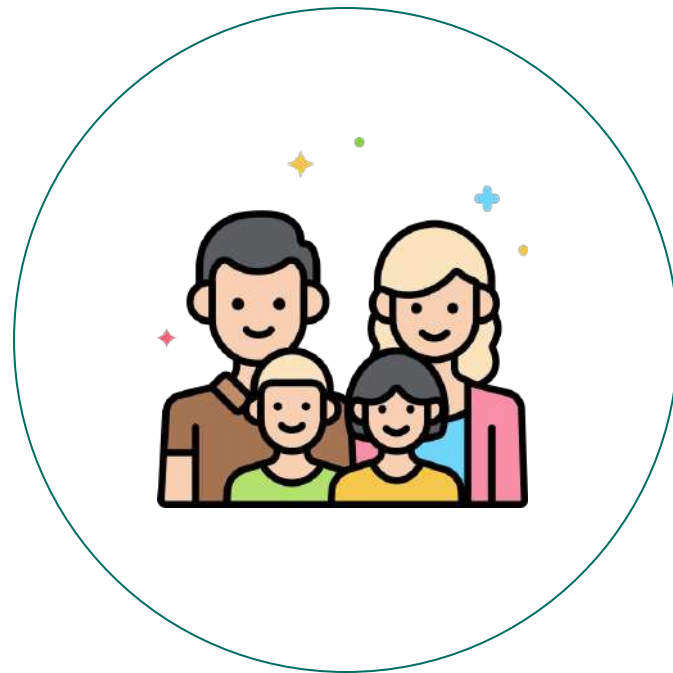
+ de **2 M de contacts
sur 6 semaines**



Un plan d'action - **MÉDIAS** - Auprès de qui ?



À moins de 2h autour de la Destination.



Familles avec enfants
de moins de 18 ans

UNE CLAIM FORTE QUI ACCOMPAGNE NOS MESSAGES

**La réalité dépasse
la légende**





La réalité dépasse la légende et elle permet de valoriser :

- L'Artisanat d'art
- Les activités de plein air / loisir nautique sur un plan d'eau
- Les activités culturelles et festives / festival ou événement culturelle
- La forêt à travers l'activité randonnée à pied ou cheval
- Les ballades près du canal de Nantes à Brest à vélo ou sur le canal en péniche.
- Le patrimoine bâti et historique (château) + événement culturel dans ou autour du château.



MESSAGE - SAGA (travail en cours d'ajustement)

15H - ATELIER SOUFFLAGE DE VERRE

ELSA A TROUVÉ SON GRAAL



LA RÉALITÉ
DÉPASSE
LA LÉGENDE



www.broceliande-vacances.com

7H - PADDLE SUR LE LAC DE TRÉMELIN

LYDIE EST LA VRAIE DAME DU LAC



LA RÉALITÉ
DÉPASSE
LA LÉGENDE



www.broceliande-vacances.com

22H - FESTIVAL DU PONT DU ROCK - MALESTROIT

PAUL VA PASSER UNE NUIT AVEC DE VRAIES LÉGENDES



LA RÉALITÉ
DÉPASSE
LA LÉGENDE



www.broceliande-vacances.com



La production des différents supports

> Les Goodies



merci!

Travaux en cours de la Destination Brocéliande

Antoine NICOL

Directeur
Destination Brocéliande



En cours... communication / promotion

Refonte du site web : Travail engagé au dernier trimestre **2023**, en parallèle de la mission de refonte de l'identité et de la marque DB.

Objectif : répondre à la commande des communautés de communes = **un seul site de type « OT »** avec des contenus personnalisables pour chaque territoire.

→ **gain en efficacité et visibilité** : moins de concurrence, meilleur référencement, une seule interface pour les mises à jour, etc.

En cours... communication / promotion

Création de « **landing pages** » pour chaque territoire d'OT à l'intérieur du site pour que **chaque territoire** puisse gérer **la mise en avant de son offre**.



Une nouvelle adresse : **destination-broceliande.com**

En cours... communication / promotion

En pratique :

- Les contenus présents sur le site actuel sont en bonne partie repris
- Les fiches prestataires restent les mêmes : Tourinsoft
- Votre office de tourisme reste votre interlocuteur privilégié

En cours... communication / promotion

Réseaux sociaux

- Campagne avec Médiapilote au printemps et à l'automne sur Facebook et Instagram
- Animation des réseaux sociaux en direct par le comité éditorial (Destination Brocéliande + Offices de tourisme)

En cours... communication / promotion

Actions de promotion avec Tourisme Bretagne
= 2 opérations en 2024

Partenariat avec **Voyage Family** (cible famille)

- Jeu concours sur la plateforme [VoyageFamily.com](https://www.voyagefamily.com)
- Parution dans la newsletter du site + article + publication Instagram
- Une famille lauréate pour un week-end en mai pour découvrir différents sites du territoire

Petit futé : campagne web + réseaux sociaux (cible DINKS)

- Publication sur Instagram
- Contenus dans l'espace dédié à la Bretagne sur le site [petitfute.com](https://www.petitfute.com)



En cours... actions de développement

Révélez les facettes de la Destination Brocéliande

Un appel à projet lancé en fin d'année 2023

- 46 dossiers déposés
- 8 dossiers sélectionnés par la Région et le comité de sélection
- 7 dossiers en cours d'accompagnement

Pour tous les projets, la recherche d'une **réponse adaptée**

- Réorientation vers d'autres financements
- Rencontre des porteurs pour faire évoluer le projet
- Proposition d'une **constitution de groupes de travail** en fonction des projets/thématiques

En cours... actions de développement

Itinérance

Un diagnostic des services et des équipements a été lancé en fin d'année 2023 et se poursuivra sur toute l'année 2024

- Pour faire un état des lieux de l'offre en matière d'itinérance
- Pour faire des préconisations d'aménagements pour favoriser la mise en tourisme de l'offre d'itinérance
- Développer de nouveaux itinéraires (à partir de l'existant) et développer de nouvelles pratiques

Un avis ? Un projet ? Parlons-en !

En cours... actions de développement

Massif de Brocéliande

Poursuite du travail engagé avec les propriétaires forestiers dans le cadre de la convention du Massif. En réflexion :

- Harmonisation de la signalétique en forêt et des moyens de promotion
- Actions de préservation du milieu et de sensibilisation du public
- Projet de charte / label pour les activités autorisées en forêt

Brocéliande lauréat d'un appel à projet national = travail en cours pour favoriser l'interconnaissance des acteurs du massif.

Copilotage du projet entre la DB, le CPIE et Fibois Bretagne.

Présentation des services aux professionnels

Céline WILHELM

Directrice Service Tourisme
Ploërmel Communauté

Julie LE GUENNEC

Directrice Service Tourisme
OT Saint-Méen — Montauban

Violaine TURPIN

Chargée de communication
OT Saint-Méen — Montauban



Aide au recrutement

Recrutez vos futurs collaborateurs !

Diffusez simplement et gratuitement vos offres d'emplois et/ou d'alternance



Plateforme **Bretagne Emploi Tourisme** : une bourse à l'emploi spécialement conçue pour répondre aux besoins spécifiques des entreprises touristiques de notre région

Formation



Institut du Tourisme

Fédération des offices de tourisme de Bretagne

Tourisme
BRETAGNE 

 **MORBIHAN**
TOURISME
L'esprit Sud de la Bretagne



L'Institut du Tourisme est un organisme qui propose un catalogue de formations dédiées aux métiers du tourisme permettant aux acteurs locaux (hébergeurs, offices de tourisme, prestataires de loisirs, organismes de visites guidées...) de développer des compétences dans des domaines variés : accueil, communication, stratégie, management, accompagnement...

Le Comité Régional du Tourisme de Bretagne propose des webinaires accessibles également en replay) sur des thématiques telles que la commercialisation, le développement de votre activité, la communication et le digital, le tourisme durable...

Les Agences Départementales - Morbihan Tourisme et Ille et Vilaine Tourisme proposent également des webinaires* sur les thèmes tels que l'intelligence artificielle au service des TPE/PME, Comment fonctionne Google Ads ? Comment conquérir de nouvelles clientèles de proximité ?...

* Réservés aux professionnels ayant souscrits un pack en 2024, et aux membres des clubs Affaires, Loisirs et Green.

Une solution de micro-formation en ligne

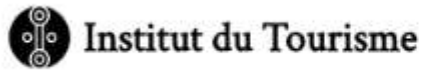
Proposée par OTB et les Offices de Tourisme Destination Brocéliande

Pour apprendre à son rythme sur les thématiques de la connaissance du territoire, de l'accueil...

- Pour aider les hébergeurs et leurs salariés à mieux orienter leurs clientèles (en cas de pluie, de canicule...)
- Pour animer notre réseau d'hébergeurs (mise en place de quizz)

Une solution de micro-formation en ligne

1. Inscrivez-vous : simple et gratuit
 - Mail + Mot de passe
 - Confirmation en cliquant sur le lien reçu par mail
2. Accédez aux modules : MOOC Destinations



MOOC

MOOC Tourisme

MOOC Destinations

Mes cours



Module

Destination Brocéliande

Mieux connaître la Destination Brocéliande : ses acteurs, ses pépites, son offre hors saison...



Module

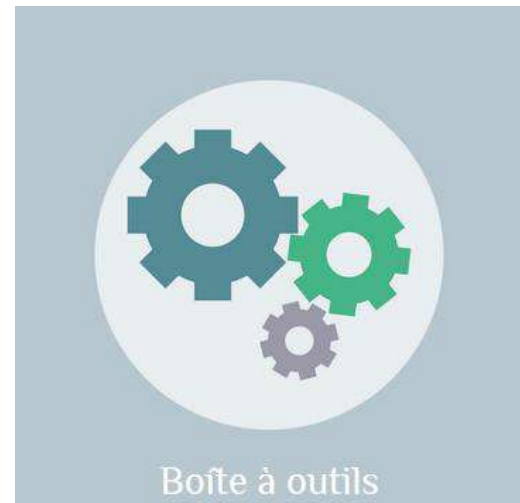
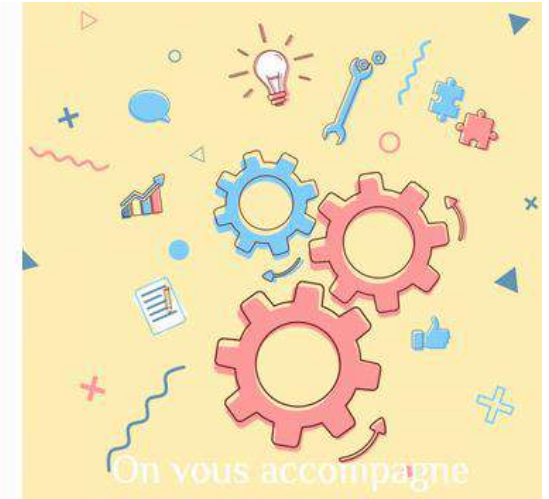
Les Canaux de Bretagne

Comprendre le monde des canaux de Bretagne et des activités fluviales

Un espace pro

Sur le site de la Destination :
<https://www.broceliande-vacances.com/espace-pro/>

Pour accéder aux différents services proposés par vos offices de tourisme et Destination Brocéliande



Un espace pro



→ [Cliquez ici pour accéder à la boîte à outils](#)



Notre charte graphique

La charte graphique de Destination Brocéliande peut être utilisée par tous nos partenaires, privés comme publics.

[LIRE LA SUITE](#)



Photothèque

Pour refaire une beauté à vos sites internet ou brochures papier, jetez un coup d'œil à nos reportages photos !

[LIRE LA SUITE](#)



Nos cartes et brochures

Carte de la destination et du massif forestier, guide découverte, carte randonnées... retrouvez ici l'ensemble de nos brochures !

[LIRE LA SUITE](#)



Les événements professionnels

Retrouvez ici les supports présentés lors de nos événements professionnels.

[LIRE LA SUITE](#)



Les formations

De nombreuses formations sont disponibles gratuitement, en ligne ou en présentiel. Des organismes peuvent vous aider pour monter en compétences et vous spécialiser.

[LIRE LA SUITE](#)



Les chiffres clés

Au menu : des chiffres, des statistiques, des enquêtes et des tendances sur Destination Brocéliande et en Bretagne !

[LIRE LA SUITE](#)

**Venez nous
rencontrer!**

