



**SAINT-MALO
BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL**

Communiqué de Presse
25 janvier 2024



Plan d'actions de communication 2024 de Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel

La SPL Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel a pour mission de développer l'attractivité et l'image de la Destination sur deux marchés complémentaires, tourisme de loisirs et tourisme d'affaires, en valorisant ses atouts patrimoniaux, naturels, économiques, culturels et touristiques.

Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel couvre un territoire de 62 communes, regroupant les communautés de communes de Saint-Malo Agglomération, du Pays de Dol-de-Bretagne et de la Baie du Mont-Saint-Michel, de la Bretagne romantique.

Depuis 2021, l'identité de ce territoire s'exprime à travers 8 trésors qui le composent, reflets de ses richesses

humaine, naturelle et patrimoniale. Organisée autour de 3 dénominateurs communs que sont l'eau, la nature et le patrimoine, la stratégie de communication fait la part belle à l'imaginaire par la suggestion d'aventures et d'expériences à vivre à proximité.

Avec en fil rouge la volonté de devenir une destination accueillante, attractive et durable, la feuille de route qui court jusqu'en 2030 est étayée depuis l'automne par le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI). Cette étude pour lesquels ont été sollicités les équipes de Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel et les professionnels du territoire, a mis en lumière les principaux points de contact avec les visiteurs sur le territoire et fait ressortir des profils de clientèles types.

C'est donc à partir de ces éléments que le plan d'actions de communication 2024 a été construit, visant un tourisme des 4 saisons, à irriguer les flux touristiques sur l'ensemble du territoire, et ciblant les DINKS (actifs sans enfants 30-50 ans) et les familles, originaires du marché français et des marchés européens de proximité.

Tour d'horizon de ces actions, pour le marché français, les marchés étrangers, tant pour le tourisme de loisirs que pour le tourisme d'affaires. Ces actions se déclinent sous 4 formes que sont les éditions, la promotion et la communication, les relations presse et le digital.

DESTINATION SAINT-MALO BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL

Contact – Lisa FONLUPT
presse@saint-malo-tourisme.com
07 64 54 53 03

Marché français

Concernant les éditions, Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel réalise plusieurs supports, pour susciter l'envie de venir et de (re)découvrir :

- Le magazine « Trésors », 3^{ème} édition pour ce magazine ambassadeur du territoire, présente des idées de séjours pour découvrir les trésors et pépites de Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel,
- Le guide « Votre séjour en pratique » avec les bonnes adresses des partenaires de la Destination, (commerces, restaurants, nautisme, loisirs...), pour sélectionner les activités du territoire,
- « Le Meeting Guide », dédié au tourisme d'affaires, diffusé auprès des organisateurs d'événements professionnels et présentant les acteurs professionnels du territoire œuvrant sur ce marché (lieux événementiels, agences réceptives, hôtels avec salles de réunion, activités incentives, traiteurs...),
- Nouveauté 2024 : l'édition de deux cartes thématiques, l'une sur la randonnée et l'autre sur les itinéraires vélo, pour soutenir le développement de l'itinérance et de la mobilité sur l'ensemble de la destination,
- Les plans de ville, pour se repérer,
- Les guides de visite, des plans pour se balader tout en apprenant des éléments du patrimoine local.

Ces éditions comprennent également la participation à d'autres supports, en lien avec plusieurs réseaux, dont :

- Le magazine de Sensation Bretagne, le réseau de 30 stations balnéaires bretonnes auquel nous adhérons via la station de Cancale,
- La carte vélo de Traversée Moderne d'un Vieux Pays (TMVP), un parcours touristique allant de Nantes jusqu'au Mont, via le Canal d'Ille-et-Rance et la VéloMaritime® et la carte Michelin de TMVP,
- La carte de la destination régionale Cap Fréhel – Saint-Malo – Baie du Mont-Saint-Michel, réalisée avec le réseau Terres Émeraude (qui regroupe les offices de tourisme Dinan Cap Fréhel Tourisme, Dinard Côte d'Émeraude Tourisme et Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel).

L'année 2024 sera marquée par plusieurs actions en promotion et communication.

Action phare, en lien avec Tourisme Bretagne et la SNCF, Combourg, Dol-de-Bretagne et Saint-Malo seront mises à l'honneur en février et en mars, pour stimuler les réservations du printemps sur la plateforme **SNCF Connect**.

Autre collaboration, avec Ouest-France et la destination régionale Cap Fréhel- Saint-Malo – Baie du Mont-Saint-Michel : en plus d'un publi-reportage (mettant en avant la Vallée de la Rance) paru en décembre dans le magazine « **Voyages à l'Ouest** », des actions de street marketing se dérouleront pendant les vacances de février et de Pâques, dans les gares de Paris – Montparnasse, Nantes, Rennes et Le Mans.

Le territoire sera représenté lors de deux salons « grand public », **Mahana** à Lyon (salon touristique regroupant près de 250 destinations) et **Destination Nature** à Paris (spécialisé dans le tourisme de pleine nature et les activités outdoors),

DESTINATION SAINT-MALO BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL

Contact – Lisa FONLUPT
presse@saint-malo-tourisme.com
07 64 54 53 03

Enfin, le Palais du Grand Large participera en mars pour la première fois au salon professionnel le plus important en France du tourisme d'affaires **Heavent Meetings Cannes**, œuvrant également à la promotion de la destination.

Les relations presse poursuivent le rythme instauré en 2023, avec encore cette année la sortie de 4 dossiers de presse thématiques. Les thèmes abordés seront :

- Le camping et l'itinérance, pour promouvoir les grands itinéraires de randonnée et de cyclorandonnée, activités favorisant ainsi l'irrigation des flux touristiques sur l'ensemble de la destination.
- Le tourisme rural et ferroviaire, pour parcourir les pépites hors des sentiers battus, par le train, privilégiant la mobilité douce et le slow tourisme,
- Le tourisme industriel et économique, pour mettre sur le devant de la scène les savoir-faire du territoire, célébrés notamment lors de la Semaine du Tourisme Économique et des Savoir-Faire (STESF), à laquelle la Destination participe.
- Le « set jetting », le tourisme lié aux lieux de tournage. Terre de tournage, le territoire est mis en avant sur les petit et grand écrans, suscitant des envies de découvertes, et engendrant des retombées, notamment dans la presse.

Tout au long de l'année seront également prévus des accueils presse personnalisés, un voyage de presse couplé au dossier de presse « tourisme rural » et un second voyage de presse en collaboration avec TMVP, le long de la liaison Manche-Océan (comprenant le Canal d'Ille-et-Rance et la Rance maritime).

Dinard Côte d'Émeraude Tourisme et Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel mutualisent leurs moyens pour participer pour la première fois au salon **IMM Paris** (International Media Marketplace) le 13 mars, afin de rencontrer des journalistes de médias d'envergure nationale.

Sur le plan digital, 4 newsletters grand public sont au programme (reprenant les thématiques des 4 dossiers de presse), envoyées à une base de plus de 62 000 contacts. Des campagnes sponsorisées seront menées sur les réseaux sociaux (Instagram et Facebook), en plus des posts et stories publiés tout au long de l'année. Ces campagnes utilisent le « marketing automation » permettant de cibler des profils types de prospects (en fonction des aires géographiques, genres, tranches d'âges et centres d'intérêts).

Marchés étrangers

En complément des éditions majoritairement traduites en langues étrangères, diverses actions seront menées cette année sur les marchés européens de proximité.

Trois salons sont programmés en février et mars, dont deux adressés à une cible B2B.

Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel sera présent au salon **IMM London** aux côtés de Tourisme Bretagne, avec au programme deux jours de rencontres avec des journalistes du Royaume-Uni et de l'Irlande.

DESTINATION SAINT-MALO BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL

Contact – Lisa FONLUPT
presse@saint-malo-tourisme.com
07 64 54 53 03



**SAINT-MALO
BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL**

Communiqué de Presse
25 janvier 2024

Le salon « **Rendez-Vous en France** », organisé par Atout France, sera l'occasion en mars pour les membres du réseau Terres Émeraude de démarcher des tours opérateurs français et internationaux, avec pour objectif de les faire venir tout au long de l'année sur le territoire et sur de plus longs séjours. La dernière participation sera au **Salon des Vacances à Bruxelles**, salon grand public, le plus grand salon dédié au tourisme en Belgique. Une action qui porte ses fruits d'année en année. Preuve en est le positionnement des touristes Belges au 2ème rang de la fréquentation étrangère de la destination en 2023.

Une action en deux temps va être menée sur le **marché néerlandais**, en partenariat avec Tourisme Bretagne, le magazine de voyage Colombus Travel et le tour opérateur Better Place afin de développer cette clientèle, attirée par le patrimoine naturel, les grands espaces, la pratique d'activités de pleine nature et nautiques douces. Les visiteurs néerlandais arrivent en 6^{ème} position de la fréquentation étrangère de notre destination (3^{ème} en Bretagne). Ainsi, un journaliste sera accueilli en mai sur le territoire, avant la sortie au début de l'automne d'un guide de voyage de 6 pages et la tenue d'un webinaire co-animé par le journaliste et Better Places sur la Bretagne.

Au printemps, le **marché allemand** sera ciblé, avec la venue d'un influenceur qui découvrira la région comme une destination d'aventure, tournée vers la nature et l'itinérance. Cet accueil sera relayé sur les réseaux sociaux de l'influenceur, de Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel et de Tourisme Bretagne ainsi que sur le site tourismebretagne.com. Les voyageurs allemands représentent la 1^{ère} clientèle européenne accueillie sur le territoire en 2023.

À la même période, une action croisée sur le **marché espagnol** va se tenir, en collaboration avec Tourisme Bretagne et les supports vélo du groupe Sport Life Ibérica (plus d'un million de visiteurs sur les sites web des 3 supports, en plus des 72 700 tirages print) et le tour opérateur Rutas Pangea. D'un accueil presse dédié à l'itinérance vélo sur le territoire découlera un reportage de 4 pages (diffusé en version print et web), un mailing et des posts sur les réseaux sociaux. Ce marché (3^{ème} rang de la fréquentation étrangère) perçoit la Bretagne comme une destination patrimoine, mais ne mesure pas le potentiel nature. Ainsi cette action sera dédiée à faire émerger notre territoire sur ce sujet.

Palais du Grand Large

Centre de congrès depuis 1984, transformé au fil des années avec un important programme de rénovation en 2019, Le Palais du Grand Large est le vaisseau amiral de la Destination Saint-Malo Baie du Mont Saint Michel en matière de tourisme d'affaires. Il est devenu un acteur économique essentiel pour le territoire, grâce aux retombées économiques qu'il génère, accueillant en moyenne une centaine d'événements par an.

Parmi les grandes manifestations de l'année 2024 peuvent être citées :

- Des événements professionnels :

DESTINATION SAINT-MALO BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL

Contact – Lisa FONLUPT
presse@saint-malo-tourisme.com

07 64 54 53 03



**SAINT-MALO
BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL**

Communiqué de Presse
25 janvier 2024

- Congrès du SNCEEL (Organisation professionnelle de chefs d'établissement d'enseignement libre) se déroule en ce moment même (700 participants sur 2 jours)
- 5^e édition du Forum Economique Breton (plus de 600 participants attendus en septembre)
- Des congrès scientifiques et médicaux d'envergure nationale et internationale tels que :
 - MH 2024, congrès mondial sur l'hydrogène (400 participants – 5 jours)
 - Le Congrès Hypnose et douleurs (1000 participants – 3 jours)

Mais aussi, des spectacles grand public : des ballets mais aussi des festivals tels que Quai des Bulles, Classique au Large, Etonnants Voyageurs ... Ces manifestations contribuent au rayonnement culturel de la ville.

DESTINATION SAINT-MALO BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL

Contact – Lisa FONLUPT
presse@saint-malo-tourisme.com

07 64 54 53 03