RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021

BRETAGNE SUD !

OFFICE DE TOURISME BELLE-ÎLE-EN-MER

QUALITÉ TOURISME

Offices de Tourisme de France

2021
2 ÈME ANNÉE COVID

EDITO DU PRESIDENT PIERRE-PAUL AUBERTIN

Dans ce contexte encore singulier, pour l'Office de Tourisme de Belle-île-en-mer, 2021 marque notamment le début du chantier du nouveau site Internet pour un lancement accompli en janvier 2022.

Les actions 2021 de l'Office ont été nombreuses avec :

- le nouveau site web www.belle-ile.com
- le renouvellement du classement en Catégorie 1
- la Marque Qualité Tourisme et les enquêtes mystères
- la transformation du Magazine
- l'installation d'une communication par saison
- l'expérimentation des points accueil de Sauzon et Quiberon
- la réalisation d'une vidéo 100% insulaire avec Stéphane Mauger
- la réalisation d'une vidéo Automne-Hiver avec WorldElse
- les vidéos randonnées avec Evan de Bretagne
- de nombreux accueils de presse (Grands Reportages/Côté Ouest...)
- la participation victorieuse au GR® préféré des Français 2022
- La rédaction du cahier des charges et l'appel d'offre pour l'agencement du nouvel Office
- Les pack partenaires réduits de 50% en soutien aux acteurs insulaires

Certains de ces chantiers ont pu aboutir dès 2021 et d'autres verront leurs effets en 2022 et après. Malgré ce contexte particulier, toute l'équipe encadrée par Karine PIQUET a fait tout son possible pour avancer sur tous les "fronts" et être aux côtés des professionnels et nous la remercions.

Janvier 2021
Et cela continue, masque obligatoire, télétravail renforcé, couvre-feu à 20h,

Mars avril
Reconfinement et couvre-feu à 19h, télétravail
Chômage partiel

3 mai
Levée des mesures et déconfinement progressif
Plan de Transport Adapté de la Compagnie Océane

31 mai
Incitation à la vaccination pour tous les adultes

9 juin
Passe-sanitaire fait son apparition
Couvre-feu passe à 23h
Assouplissement du télétravail, réouverture des cafés et restaurants

Juillet
Réouverture des discothèques, passe sanitaire étendu dans les bars et restaurants.

Septembre
Arrivée du Variant DELTA et risque de 5ème vague est évoqué

Octobre
Lancement du Concours mon GR Préféré

Novembre
3ème dose de rappel vaccinal

Décembre
5ème vague - Retour des masques en centre ville

Sommaire

P - 3 PÔLE CONSEIL EN SÉJOUR
P - 7 PÔLE COMMUNICATION WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX
P - 10 FOCUS PRESSE ET GR® PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS
P - 15 PÔLE COMMERCIALISATION
P - 18 ENGAGEMENTS ENVERS LES PROFESSIONNELS
P - 20 CHIFFRES CLÉS
P - 21 MOYENS FINANCIERS
P - 22 PROJETS 2022
P - 23 GOUVERNANCE ET ÉQUIPE

LE PÔLE CONSEIL EN SÉJOURS

LA FACE VISIBLE DE L'ICEBERG"

La mission Accueil Information des visiteurs est déléguée à l'Office de Tourisme par la CCBI. C'est la partie émergente de la structure. Virginie, responsable du Pôle, est entourée de Florence, de Bathilde et de 1 à 2 saisonniers et stagiaires. Toute l'équipe assure les missions de conseiller en séjour, nous l'appelons le conseil "éclairé".

LES OBJECTIFS DU PÔLE

Écouter, informer, conseiller pour conquérir et fidéliser les visiteurs avant, pendant et après le séjour. Le but est de favoriser des retombées économiques essentielles pour l'île tout en visant un étalement plus harmonieux de la saison.

LES ENQUÊTES DE SATISFACTION

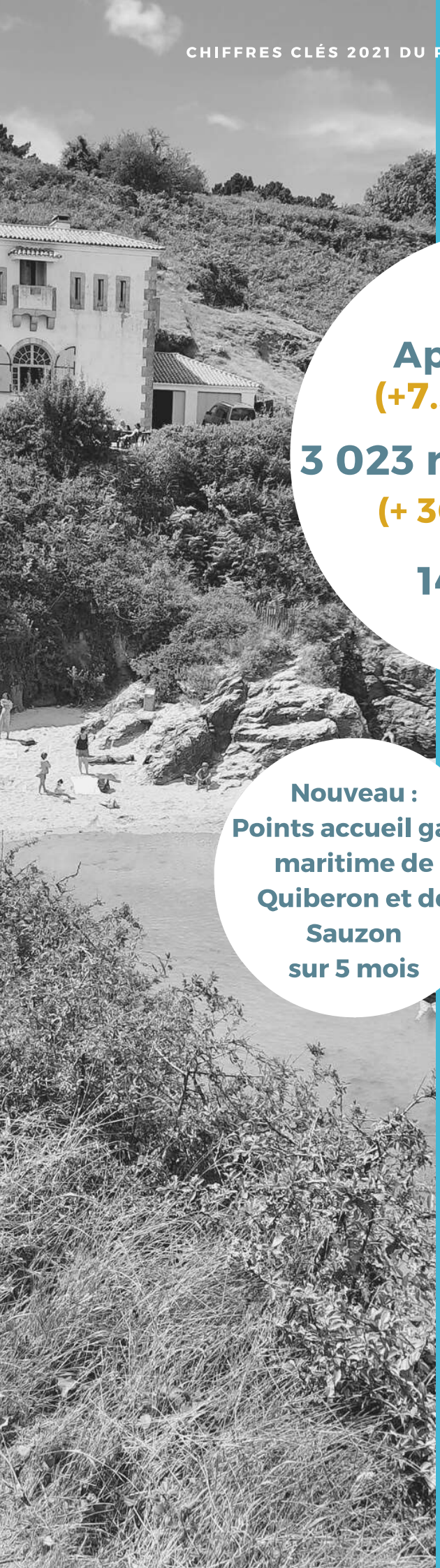
Des enquêtes sont réalisées pour mesurer la satisfaction et mettre en place des actions correctives dans la mesure du possible.

LE QUOTIDIEN DU PÔLE CONSEIL EN SÉJOUR EN 2021

Les appels téléphoniques sont en baisse pendant l'été 2021 (-14% vs 2020) mais en hausse globale sur toute l'année 2021 de 7.5%. L'envoi de mails est en explosion avec +36% vs 2020. La collecte d'informations est toujours un axe fort du pôle Conseil en séjour pour offrir des informations fiables aux visiteurs et habitants.
La connaissance de l'Offre est aussi un point important : toute l'équipe a visité de la Maison du Littoral - Espace Vagabondez dès son ouverture ainsi que la découverte de l'application Vagabondez.
Nous avons mis en place plusieurs vitrines thématiques avec la Marque Savoir-Faire des Iles du Ponant notamment. Ce pôle gère aussi la partie "Emportez Belle-île avec vous". Cette année, nous avons conçu un MUG Duralex (Fabriqué en Loir et Cher) et une bouteille isotherme pour limiter l'usage du plastique. Le suivi des avis sur TripAdvisor et Google My Business. L'OTBI a participé à la Bourse d'échange de l'ADT (Agence Départementale du Tourisme 56) en avril à Lorient.

ET AUSSI

Les points accueil expérimentaux en gare maritime de Quiberon et à Sauzon ont été ouverts avec la formation très complète sur 3 jours de 2 nouveaux collaborateurs saisonniers : de mi-mai à fin septembre avec un résultat mitigé du fait des travaux en gare maritime de Quiberon et du démarrage de l'activité de la Compagnie Iliens à Sauzon.



85 881
personnes accueillies
(+ 51% vs 2020)

dont 1 184 de nationalités étrangères
(+92% vs 2019)

18 233
Appels reçus
(+7.5% vs 2020)

3 023 mails envoyés
(+ 36% vs 2020)

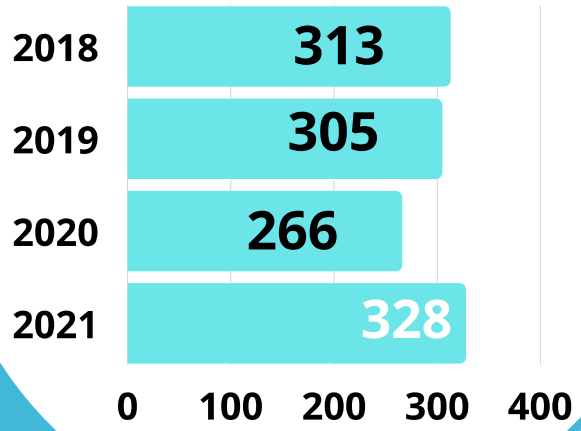
143 Tchats

À noter : 7574 Appels reçus en juin, juillet et août soit près de 85 appels par jour en moyenne

Nouveau : Points accueil gare maritime de Quiberon et de Sauzon sur 5 mois

2 collaborateurs saisonniers recrutés et formés

Jours d'ouverture



CHIFFRES CLÉS DU PÔLE CONSEIL EN SÉJOUR

En 2021, pour vous accueillir, toute l'équipe est mobilisée : Julie (saisonnière), Virginie, Geneviève, Bathilde, Clarisse (saisonnière), Tania, Pierre, Florence et Karine.
Egalement saisonniers 2021
Antoine à Sauzon et Thibault en gare maritime de Quiberon

QUALITÉ TOURISME

Les enquêtes satisfaction 2021 : avant et pendant le séjour

Avant le séjour :

91% de nos contacts sont satisfaits de la réponse apportée par notre pôle accueil (223 répondants)

À noter : Répartition des demandes à distance
38% par mail
39% par téléphone
15% par notre site
et 8% par courrier

Pendant le séjour :

90% sont satisfaits de l'accueil reçu à l'Office.
82% de nos visiteurs sont satisfaits de l'accueil reçu à Belle-Ile et des conditions d'accès (en baisse/2020)
(72 répondants)

À noter :
91% de nos visiteurs n'ont pas rencontré de difficultés pour organiser leur séjour

"Bon Point" pour
La Bien Nommée
avec la diffusion de cartes et guides de l'île dans ses colis

2 enquêtes pour mieux connaître nos visiteurs

- 53% des séjournants à Belle-île sont des primo-visiteurs
- La durée du séjour est d'une semaine pour 43%
- 92% des excursionnistes ont l'intention de revenir

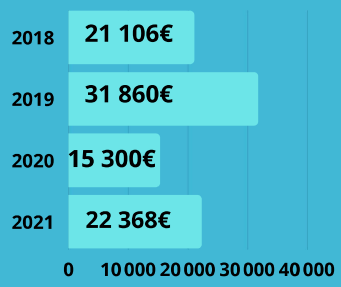
Extraits de l'étude menée par la CCBI avec le Comité Régional du Tourisme de Bretagne en 2019 et 2020. En consultation ici :
https://www.ccbi.fr/actualites/enquete-sur-la-frequentation-touristique-de-lile/

La vitrine de l'office est vivante : elle change au rythme des saisons pour valoriser des temps forts, et mettre en scène les talents locaux

Les vitrines 2021

Saint-Valentin,
Astronomie,
Savoir-Faire des Iles du Ponant,
La Belle-Iloise,
Trophée SNBI la Bien-Nommée,
Ambiance automne ou encore Noël

Chiffres d'affaires Boutique



La Boutique :
Chiffre d'affaires :
22 368 €
(+37% vs 2020)

Vers une boutique plus responsable et locale

Fin juin, inauguration de la Vitrine "Savoirs-Faire" des Iles du Ponant

LE PÔLE COMMUNICATION WEB & RÉSEAUX SOCIAUX

CHANTIER 2021 : LE NOUVEAU SITE INTERNET

La mission Communication & Promotion est déléguée à l'Office de Tourisme par la CCBI. La notoriété naturelle de l'île et sa puissance évocatrice sont au cœur de notre stratégie de communication. L'objectif est non seulement de conquérir et fidéliser nos visiteurs et aussi de mieux répartir la fréquentation. Notre nouveau site Internet devra permettre d'atteindre ces objectifs.

OBJECTIFS DU PÔLE WEB

2021 est donc consacré à la création de notre nouveau site www.belle-ile.com

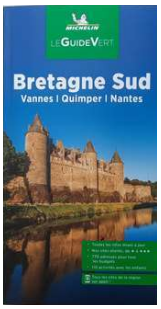
- élaboration de notre nouvelle arborescence
- définition de nos cibles et messages
- appropriation des nouveaux outils d'administration
- Constitution d'une nouvelle photothèque
- Intégration des contenus
- Nombreuses réunions avec les élus et les professionnels du Comité de Direction

C'est un chantier d'une année qui a largement occupé l'équipe de l'Office de Tourisme sans oublier le maintien permanent et quotidien dans la mise à jour du site en cours.

C'est donc avec un grand bonheur que nous avons mis en ligne le nouveau site : le 18 janvier 2022, avec un certain succès partagé.

ET AUSSI !

Michelin nous a proposé 3 belles opportunités de parution sur des encarts premium :

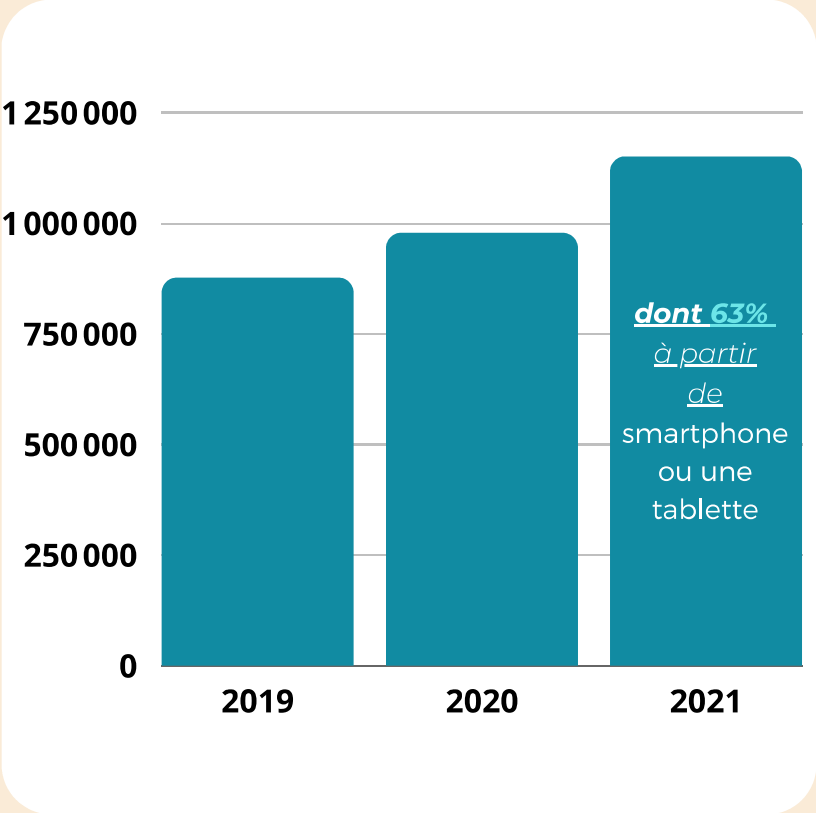


Dans le nouveau guide SLOW Tourisme, le Guide vert 2022-2023 (rabat de couverture) et dans la nouvelle carte routière Michelin

www.belle-ile.com
Le site référent du territoire
plus de 1 million de visiteurs :
1 150 283 visiteurs
+ 18% vs 2020 :

fruit d'un travail collectif
de référencement naturel :
rédaction de contenus, mots clés,
encodage de photos, actualisation
permanente et mise en lien avec nos
réseaux sociaux, liens de nos partenaires,
actualités nationales...

Nombre de connexions www.belle-ile.com (3 sites français, anglais, allemand)



Fréquentation de www.belle-ile.com
version française 2021/2020

Avec 3.3 millions de pages vues, c'est + 15% de consultation en plus malgré un site internet vieillissant (mis en ligne en 2014).

Cette progression s'explique par...

- Un grand besoin d'évasion des français sur des destinations proches;

- un travail quotidien sur les mises à jour, les mots clés, le codage des photos;

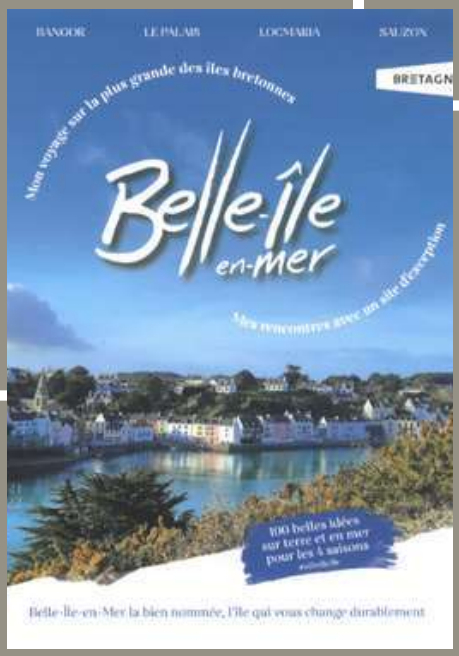
- le concours du GR préféré des Français, évènement qui a offert une visibilité au plan national, en automne.

Nos éditions 2021

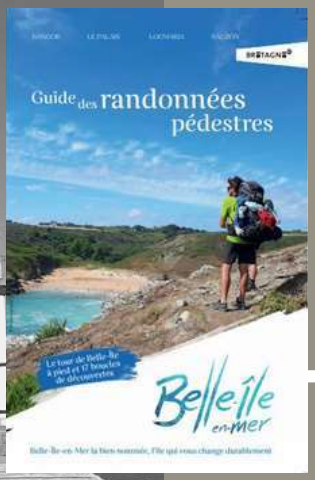
La carte
130 000 exemplaires (trilingue) et son présentoir

+

Guide Séjour
18 000 exemplaires (trilingue)

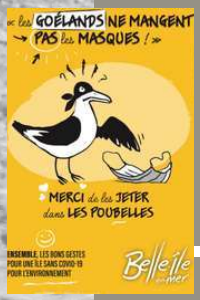


Cartes postales et communication résolument axée sur les saisons



Guide Rando
4 000 exemplaires
En vente 5€

Le sticker du Partenaire



Affichettes Gestes barrières

Horaires des marées

Téléchargeables ou commandables sur www.belle-ile.com

Chiffres clés 2021 des 2 réseaux sociaux

6 publications par semaine
soit **320 publications** par an

Objectifs de nos réseaux sociaux : Susciter la curiosité et l'émotion, capter de nouveaux visiteurs, fidéliser, informer.

Nos moyens : nos publications allient la beauté des paysages au fil des saisons, la mise en valeur des acteurs du territoire et suscitant l'émotion

Audience Facebook : **526 000 pers/par mois**

Audience sur Facebook : *nombre de personnes mensuelles uniques qui ont été touchées par les publications ou par la page.

Impression sur Instagram : *nombre total de vues mensuelles sur les publications, les publicités ou la page. Si une personne voit 5 fois la même publication, cela compte comme 5 impressions

Facebook

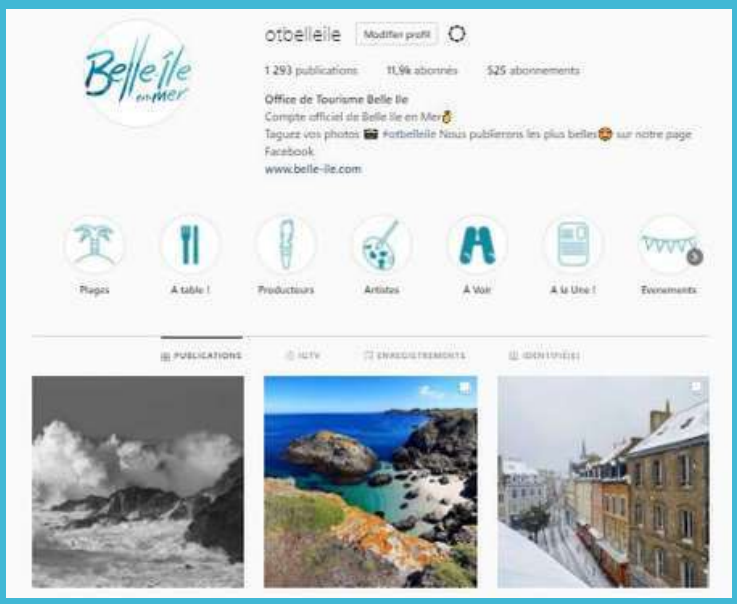
Nombre de "fans"

2021 : **60 050** vs **50 330 en 2020**

Nombre de fans gagnés sur 1 an : **+ 9 720**

Audience* : **526 000 personnes/mois**

+ 19 % de fans en 2021



Instagram

Nombre d'abonnés 2021 : 13 763

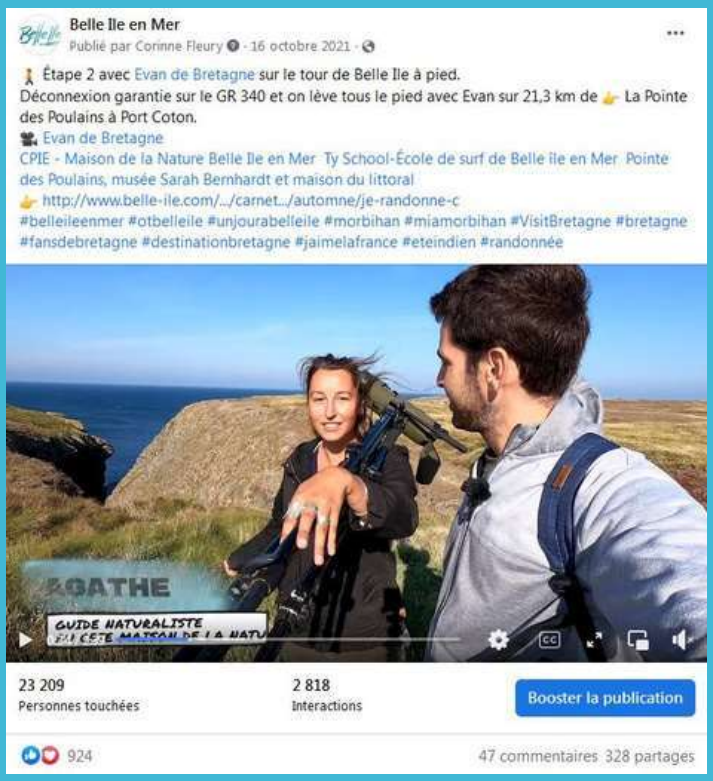
Nombre d'abonnés gagnés sur 1 an : **+ 2363**

Impression* : **36 000 personnes/mois**

+ 20% d'abonnés en 2021

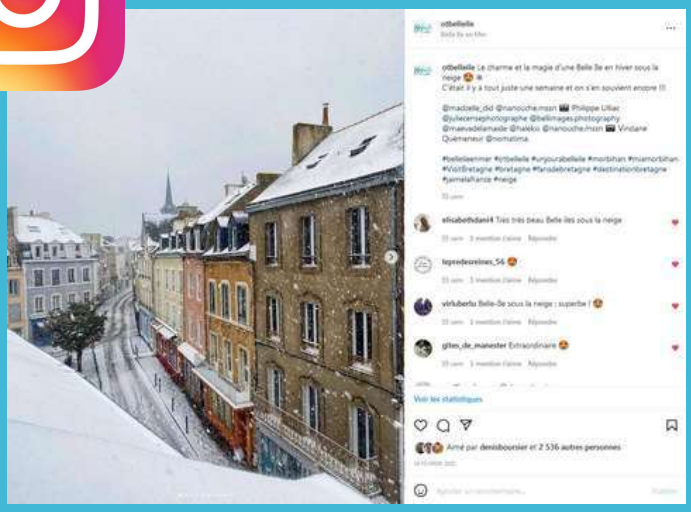
Les publications s'appuient sur les saisons...

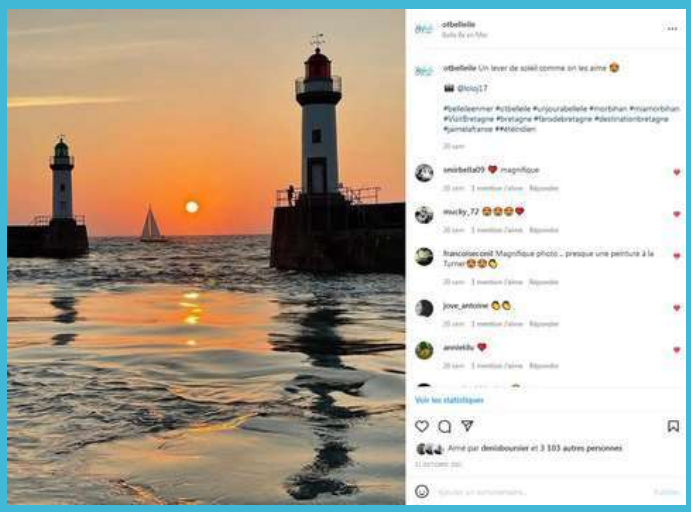
et relaient les atouts du territoire tout en suscitant de l'engagement.

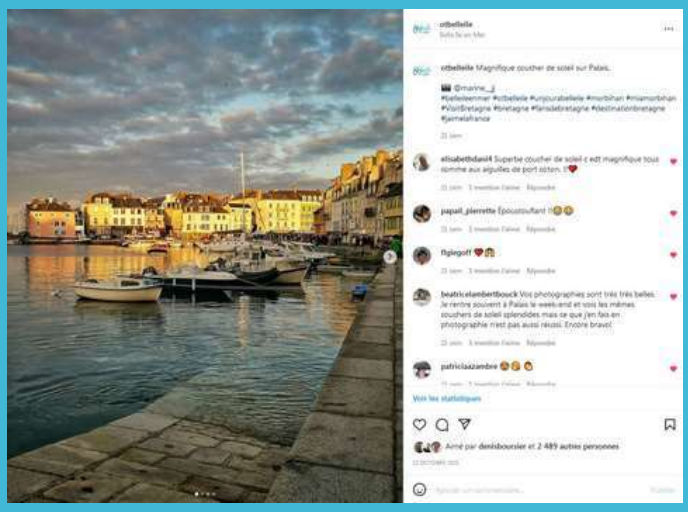


#otbelleile

Les tops 2021







FOCUS
MÉDIAS PRESSE

LES NOMBREUX ACCUEILS DE PRESSE 2021 EN DIRECT OU EN LIEN AVEC L'ADT 56 ET LE CRT BRETAGNE

- Des accueils presse avec de belles retombées :

- GRANDS REPORTAGES en mars - Belle-île est en couverture du Spécial Bretagne
- DÉTOURS EN FRANCE en Mai
- GUIDE DU ROUTARD mi-juin
- REPÉRAGE TOURNAGE COMMISSAIRE DUPIN
- FRANCE 3 BRETAGNE EN DUPLEX du 21 au 24 juin
- FIGARO MAGAZINE Fourniture de visuels en juin
- ÉQUIPE Fédération Français de Randonnée Pédestre Tournage pour mon GR Préféré
- LE TEMPS d'UN VOYAGE - Accueil journaliste août - Sujet agriculture et Tourisme
- CÔTÉ OUEST - Accueil Journaliste et photographe septembre - Reportage Gastro et Tourisme
- BLOGGEUSE ANNAÊLLE CHRÉTIEN - Septembre - Reportage life style
- Le FIGARO.FR sujet randonnée, fourniture de visuels

- Des Interviews à la Radio

- FRANCE BLEU NATIONAL "PLEIN LA VUE" le 28 juin - Sujet randonnée, en lien avec étape du Tour de France
- FRANCE BLEU BREIZH IZEL - le 21 juillet
- FRANCE BLEU ARMORIQUE - 27 août - sujet randonnée

Accueil de presse = programme personnalisé, organisation, logistique, budget ou co-financement, accompagnement et guidage
L'OTBI remercie les partenaires et la **Compagnie Océane et les Maisons de sites** pour les facilités accordées lors de ces accueils et interviews.

REPORTAGE EVAN DE BRETAGNE

LES VIDÉOS RANDO

5 vidéos ont été réalisées en septembre et valorisent les 5 étapes du Tour de Belle-île.
Ces vidéos ont appuyé notre communication dans le cadre du GR Préféré des Français.
Elles sont accessibles dans la rubrique Itinéraires et randonnées de notre site et sur notre chaîne You Tube.

FILM 100% INSULAIRE

AVEC DES ACTEURS BELLILOIS

Ce projet qui s'est échelonné sur les 4 saisons 2021 est né d'un besoin de renouveler les vidéos de l'Office de Tourisme et d'incarner la vie locale. Ainsi est née l'idée de réaliser un film avec des acteurs insulaires et une mise en valeur des 4 saisons et des 4 communes. Un projet au long cours qui visible à partir du printemps 2022.

REPORTAGE WORLDELSE

UN FILM ET UNE REPORTAGE PHOTO

WorldElse est une agence de communication et blog de voyage. Nous les avons invités à Belle-île en automne pour réaliser un film et un reportage photo. Son caractère intemporel nous offrira un usage à long terme de ces médias empreint de la magie de la hors-saison.

FOCUS

GR Préféré des Français

Le 18 novembre dernier, Le GR® 340 – Tour de Belle-Île-en-Mer (Morbihan) remporte la cinquième édition du concours national « Mon GR® préféré » après trois semaines de votes des internautes, devenant ainsi le « GR® préféré des Français 2022 ». Il succède au GR® de Pays Grand Pic Saint-Loup (Hérault), élu en 2021.

Toute l'équipe de l'Office de Tourisme s'est fortement mobilisée pour accompagner ce Concours. Création de visuels, campagne de communication sur nos médias, création de contenus, de vidéos avec Evan de Bretagne, positionnement sur le tour en 5 jours....une période haletante ! L'OTBI remercie les insulaires, L'association Belle-île Pousse-pieds, la FFRP et FDRP 56, l'ADT 56 ainsi que tous les amoureux de Belle-île qui se sont mobilisés pendant des mois pour que la plus grande des îles bretonnes l'emporte !

Retombées Presse du Gr Préféré des Français

Belle-île-en-mer est citée le 18 novembre dans le Journal Télévisé de TF1 de 13h à voir en Replay à la 24ème minute.

Géo
Wider Trail Outdoor
Outside
TREK
France bleue
France Info
France 3
ROUTARD.COM
Alouette FM
Le Figaro Voyage
Le Télégramme
Ouest France
La Gazette

et un reportage de TF1 est prévu à moyen terme.
Concrètement, cette couverture presse se traduit directement par une hausse de la fréquentation web, une hausse des demandes de séjours de 5 jours pour 2022, une forte demande de séjours cadeaux de Noël.
Bref, une opération mobilisante mais qui porte ses fruits dès 2022.

LE PÔLE COMMERCIALISATION

UNE AGENCE DE VOYAGES DÉDIÉE AU TERRITOIRE

La mission Commercialisation est déléguée à l'Office de Tourisme par la CCBI. Depuis 2009, l'OT est immatriculé auprès d'Atout France au registre des opérateurs de voyage et de séjours. Une agence réceptive pour un bénéfice triple :

- faciliter le séjour des "primos-visiteurs" avec des packages tout compris
- se positionner comme apporteurs d'affaires pour les partenaires et ce, toute l'année
- participer au financement et aux actions de l'OT par le commissionnement

UN SERVICE POUR LES INDIVIDUELS ET LES GROUPES

Le service commercial, "Belle-île à la carte" propose des séjours tout compris pour une clientèle individuelle, majoritairement des couples avec une durée moyenne de séjour de 2 nuits sur place. Les ventes, entièrement gérées par Pierre, sont effectuées :

- par téléphone
- par mail
- en ligne avec *les Offres Belle-ile Box (Marque déposée)*

En 2021, l'Office de Tourisme a vendu un total de 11 séjours à destination de la clientèle Groupes & Séminaires, un chiffre stable par rapport à 2020.

Les offres individuels et groupes sont mises en valeur sur le site, dans des pages dédiées, répertoriées par thématiques : séjour randonnées, séjours thalasso, séjour golf...

SERVICE ESSENTIEL EN TEMPS DE CRISE

Les deux ans de crise sanitaire que nous avons connus ont conforté le besoin de réassurance des voyageurs dans les "Agences de voyage" et l'accès à des conditions de réservation et d'annulation ou de report claires.

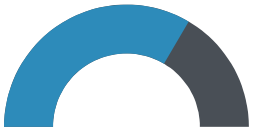
LE PÔLE COMMERCIALISATION

VENTE EN LIGNE

Grâce à l'outil INGÉNIE, le pôle commercial gère également la vente en ligne. Sont concernés :

- Les Belle Ile Box ® : sont les séjours à offrir, valables 1 an à compter de la date d'achat. Nous proposons 3 formules : L'Escale (185€), L'Échappée (240€) et L'Escapade (430€) sur tous types d'hébergements (*hôtels, chambres d'hôtes, campings etc..*)
- Les cartes Cadeaux Belle Ile Camper Vans : là aussi, ce sont des séjours à offrir, valables 1 an à compter de la date d'achat essentiellement sur en combis VW

Nos chiffres étaient en baisse depuis 2019 (CA de 42 100€ en 2018) mais la crise sanitaire a été profitable pour les ventes des box et cartes cadeaux en 2021



2020

60 ventes

16 264€

2021

144 ventes

38 826 €

- La billetterie des festivals : un service à renforcer

Le festival Lyrique-en-Mer s'étant doté d'un nouvel outil de vente en ligne, l'année 2021 a été marquée par une légère baisse de CA de la billetterie, pour un total de 17 891€

- Guide des randonnées pédestres et magazine"Séjour & Découverte" :

Inaugurée en 2020, la vente en ligne du guide pédestre (5€+frais d'envoi) et du guide Séjour & Découverte (5€) progresse avec 135 commandes (+69%/ 2020)

CLASSEMENT DES MEUBLÉS : UN RÔLE PIVOT

Grâce à notre partenariat avec Étoiles de France, nous offrons des tarifs préférentiels pour le classement des meublés, essentiel au développement touristique ! En 2021, 41 locations meublées ont obtenu leur classement.

SUIVI DE LA RÉPUTATION NUMÉRIQUE DE L'ÎLE

Dernier axe du pôle commercial : assurer le suivi de la e-reputation de Belle-île et de son offre touristique, grâce à l'outil FairGuest.

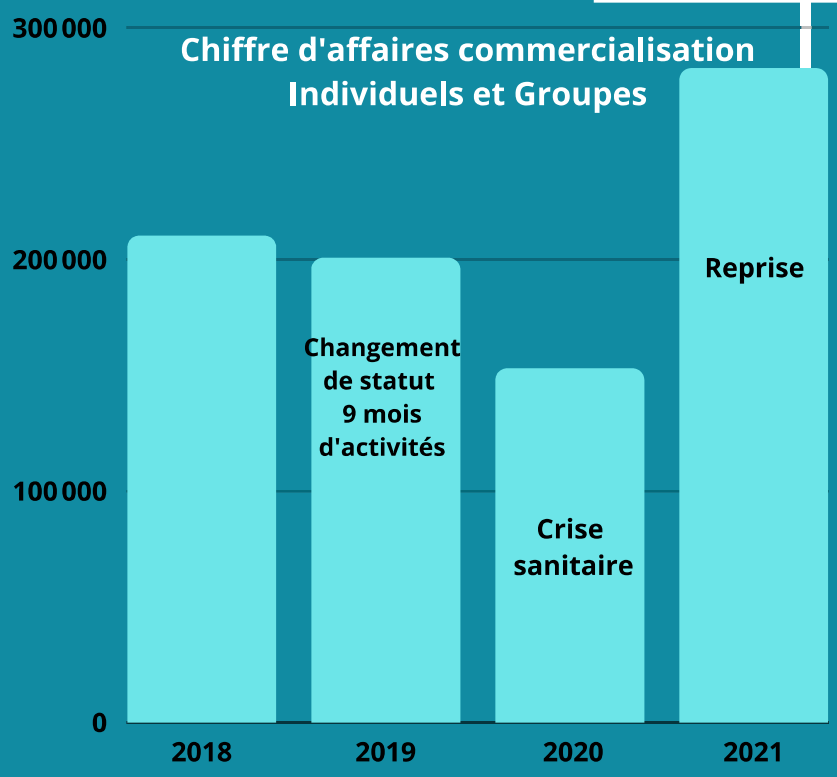
En 2021 : 189 avis clients traités et publiés

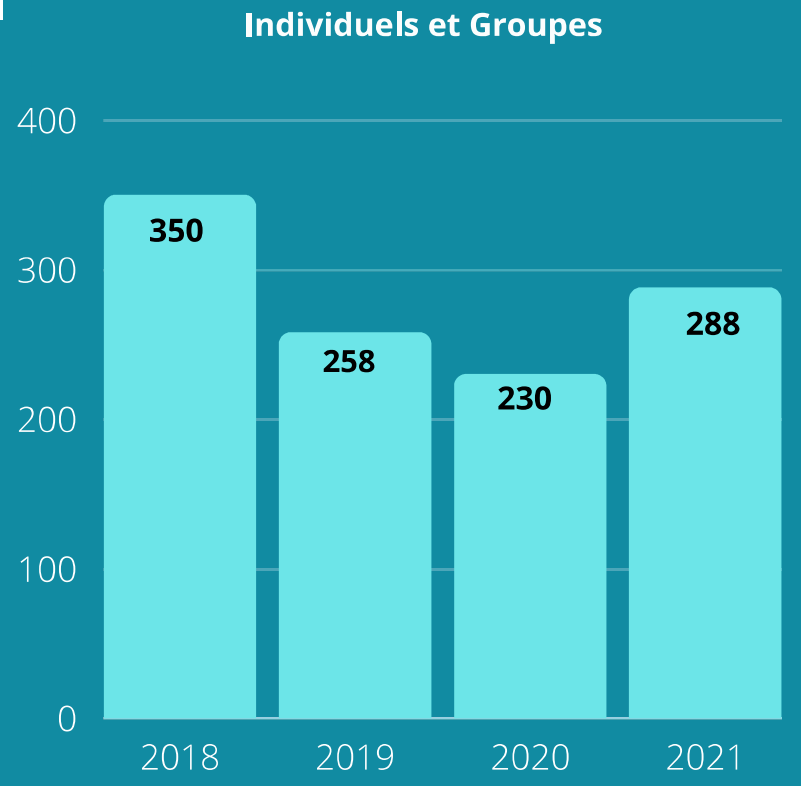
Les séjours à la carte

https://www.belle-ile.com/decouvrir/belle-ile-a-ma-facon/

84% de nos clients nous ont connus via notre site internet

100% de nos clients en séjour individuel ont trouvé leur séjour réussi (46 répondants)





Opération "Goûtez l'été Indien à Belle-île" en Octobre et novembre 2021

29 552 €
de retombées économiques directes
58 Séjours vendus
148 nuitées

NOS ENGAGEMENTS ENVERS LES PROFESSIONNELS

L'Office de Tourisme de Belle-île-en-mer est au service de son territoire et des acteurs économiques. Par convention avec la CCBI il a pour mission d'animer le réseau de partenaires touristiques. Connaître les acteurs pour savoir parler d'eux et les fidéliser.

ACTIONS 2021

. Rencontre annuelle et présentation des activités et projets le 10/12/2019 salle Arletty

. 15 Newsletters en 2021 (contre 33 en 2020)

. 1 Eductour à la Maison du Littoral

. Les ateliers numériques : momentanément suspendus en 2021

. Diffusion de documentation dans les 4 communes avant l'été et auprès des acteurs professionnels et aussi à la demande. Création du support à cartes réutilisable.

. Relais de la campagne CPIE "Le compostage dans les établissements touristiques"

. Collecte des informations auprès des acteurs économiques pour une diffusion grand public actualisée et qualifiée par saison

. Structuration de l'outil de disponibilités en ligne dès juillet 2020 : pour mieux répondre aux demandes de dernière minute et faciliter les séjours sur l'île

. Encouragement au classement "Meublé de Tourisme" avec 12345 Étoiles de France et négociation tarifaire

. Élaboration Phase 1 du nouveau Guide du partenaire (à suivre en 2022)

De nombreux rendez-vous personnalisés :

- Visites sur sites, porteurs de projets, conseils tarifaires, classement, label
- Conseil en communication et photographie

PARTICIPATIONS AUX INSTANCES LOCALES ET RÉGIONALES

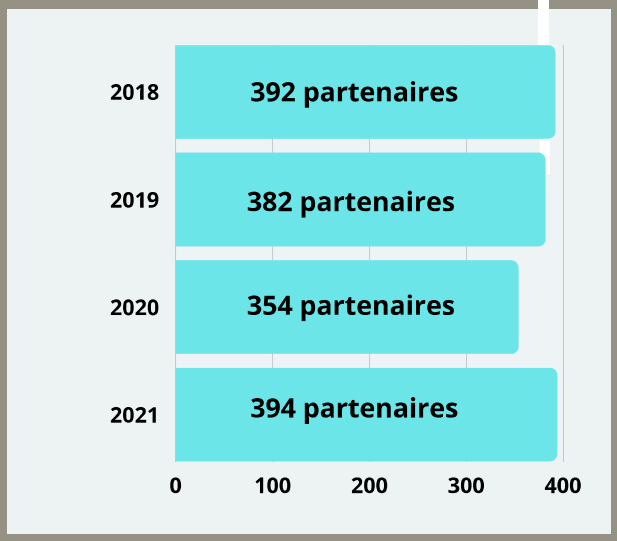
Participation de l'OTBI aux réflexions et travaux avec :

l'Association Îles du Ponant lors du séminaire Hyper fréquentation des îles à Groix,

Les Offices de Tourisme de Bretagne sur la Charte du Voyageur,

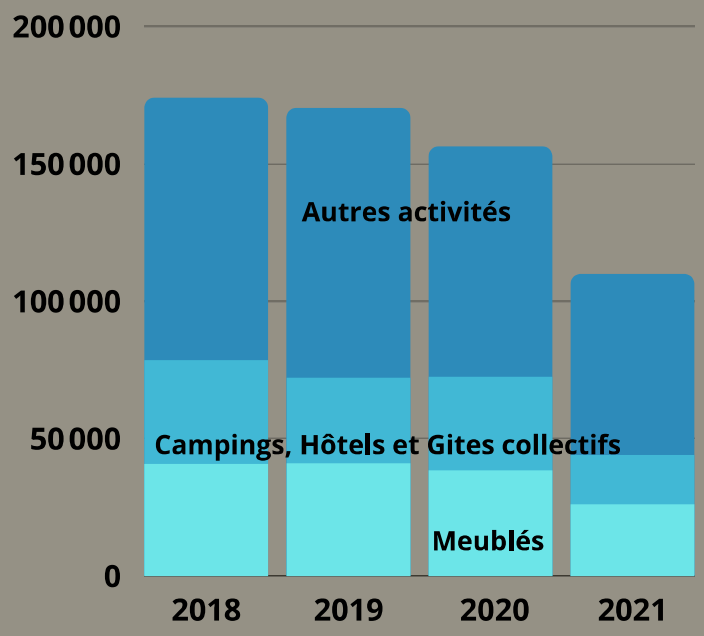
La Région Bretagne et la CCBI concernant la nouvelle gare Maritime

La Fédération ADN Tourisme lors du Congrés du Tourisme à Agen en septembre.



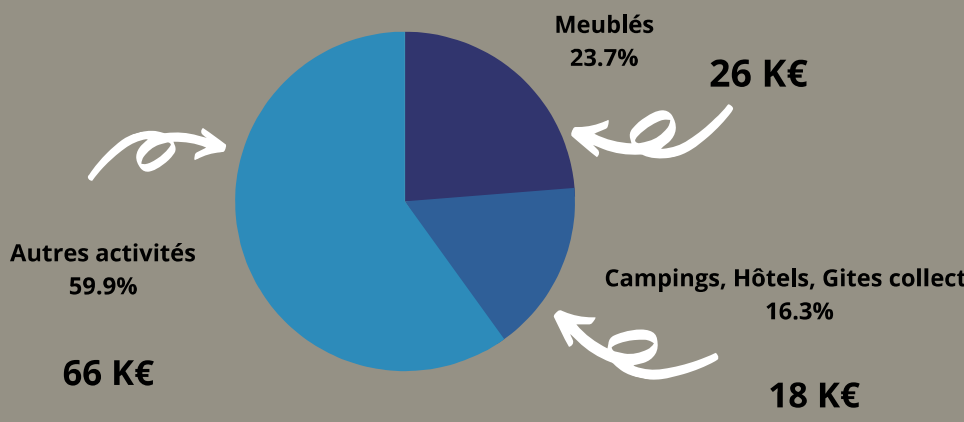
En 2021, le nombre de partenaires est en nette reprise avec 40 nouveaux.

RÉPARTITION PARTENARIATS EN EUROS



En 2021, le Comité de Direction a renouvelé la remise de 50% sur le pack Partenaire ce qui explique la baisse des ressources 2021.

Répartition recettes partenariat (dont annonces) 2021
soit 109 690€



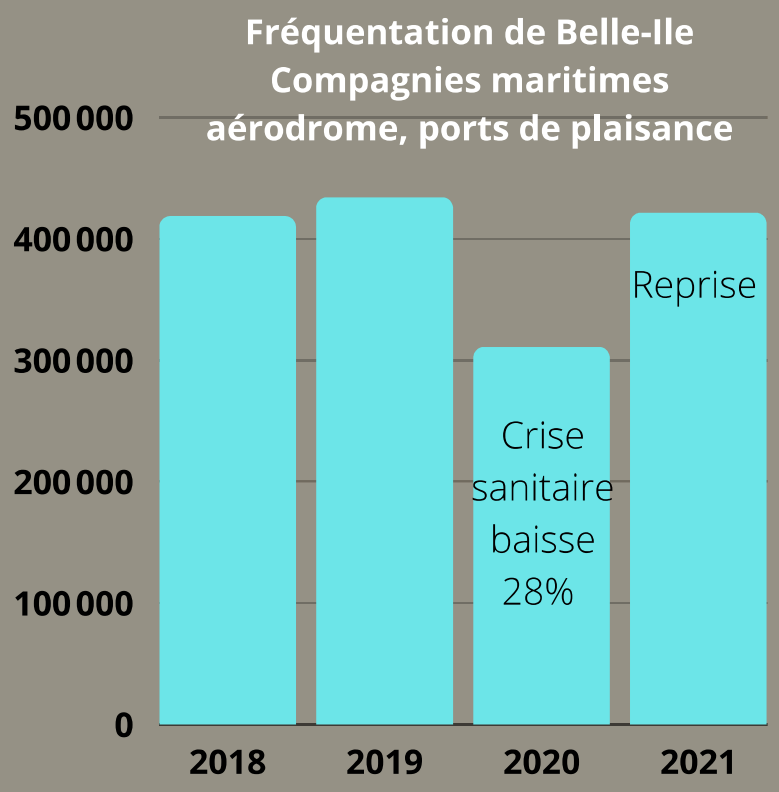
La répartition des partenaires reste stable.
A noter : 24% de nos partenaires sont loueurs en meublés.

CHIFFRES CLÉS DU TERRITOIRE

Superficie : 85.6 Km²
20 Km long x 9 Km large.
Altitude moyenne : 40 m
Point culminant à 71 m.
Distance du continent :
Le Palais/Quiberon :
15 Km (8 miles).

Population : 5 563 insulaires,
5 100 résidents secondaires
120 villages, 4 communes,
1 communauté de commune...
et 140 associations.

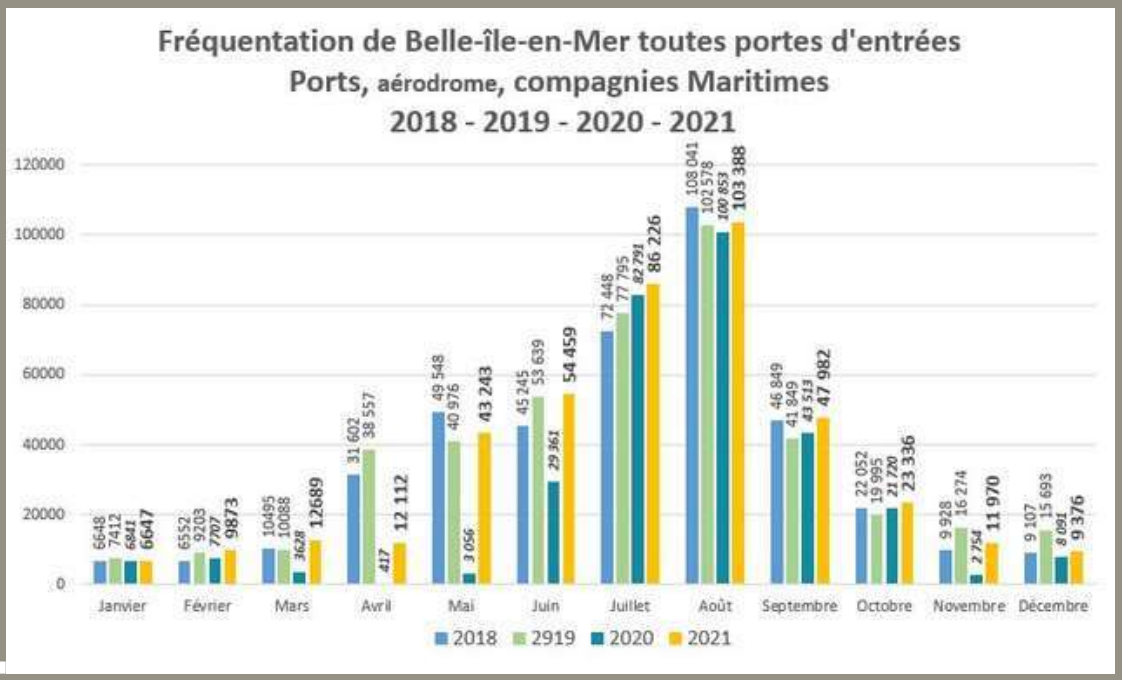
Offre d'hébergements
13 Hôtels
5 Gites collectifs
10 Campings
1 village vacances
500 (env) locations meublées
40taine de chambre d'hôtes
28 474 lits touristiques
(33% lits marchands soit 10 400 lits)



Sites naturels :
350 hectares détenus par le Conservatoire du Littoral ;

350 hectares par le Conseil Général du Morbihan ;

17 312 hectares de sites Natura 2000
(dont 24% à terre)



Fréquentation 2021
Juillet + 4%
Août +2%
Septembre +10%
La durée des séjours s'est allongée

NOS MOYENS FINANCIERS

AU SERVICE DU TERRITOIRE

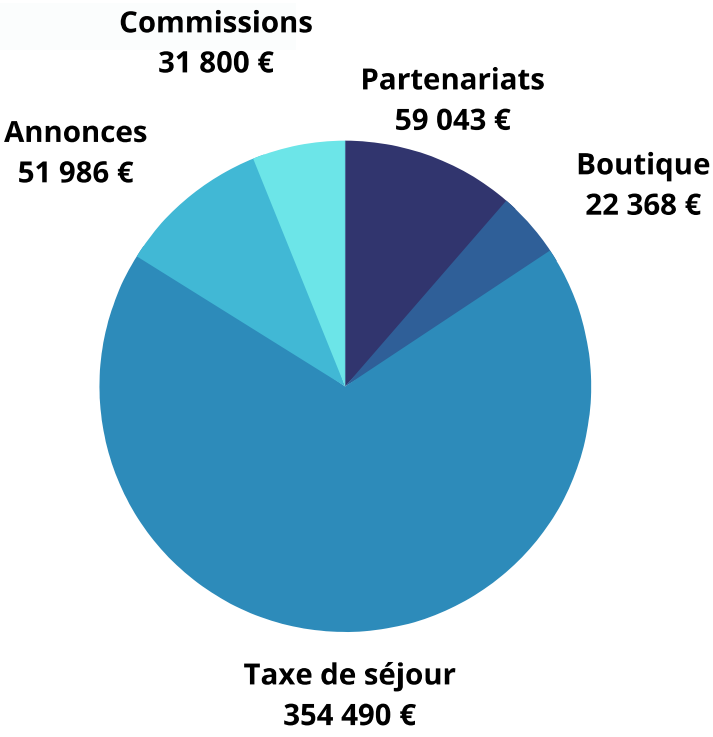
LES RECETTES 2021 DE L'OFFICE DE TOURISME

Nos ressources principales sont constituées par le reversement intégral de la Taxe de séjour par la Communauté de Communes et le produit des actions propres menées par l'équipe.

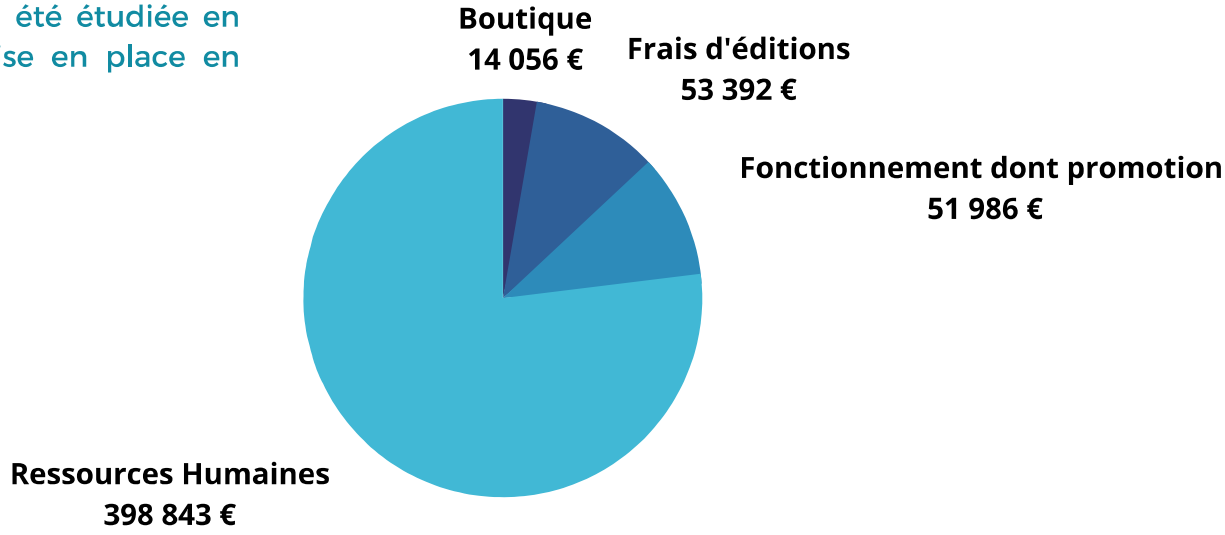
Nos dépenses principales
La masse salariale des 7 collaborateurs et saisonniers et nos actions de promotion et d'éditions.

Conformément aux articles L133-1 et L133-4 et R133-1 du Code du Tourisme en statut d'E.P.I.C.
les comptes de l'Office de Tourisme relèvent de la Comptabilité Publique M4.

La mise en place des secteurs distincts de TVA a été étudiée en 2021 pour une mise en place en 2022.



LES DÉPENSES 2021



PROJETS 2022

METTRE EN COHÉRENCE NOS ACTIONS AVEC LES AXES DE LA STRATÉGIE

RÉINVESTIR L'IDENTITÉ BELLE ILE LA BIEN NOMMÉE

OFFRIR DES ALTERNATIVES AUX VISITEURS POUR UNE MOBILITÉ SANS VOITURE

MISER SUR LA NATURE ET L'ITINÉRANCE

OFFRIR DES EXPÉRIENCES AUTHENTIQUES ET CRÉATIVES TOUTE L'ANNÉE

ÉVALUER LA POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

ACTIONS 2022 : AU SERVICE DU TERRITOIRE POUR UN TOURISME DURABLE

LA QUALITÉ AVANT PENDANT ET APRÈS LE SÉJOUR

Maintenir la Marque Qualité Tourisme et le Classement en Catégorie 1

Continuer à conquérir, enchanter, fidéliser les visiteurs en étalant la fréquentation

Participer à l'Enquête reflet de la Région Bretagne

Formaliser notre Schéma d'accueil et de diffusion touristique, dans et hors les murs

LA PROMOTION COMMUNICATION WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX : AXE TOURISME DURABLE

Faire vivre notre nouveau site Internet conformément à la stratégie

Mettre en place la version Anglais et Allemande

Poursuivre notre communication par saison pour mieux étaler la fréquentation

Amplifier nos actions sur l'axe durable sur nos réseaux sociaux

Animer notre fichier clients prospects et résidents secondaires chaque saison

PÔLE COMMERCIALISATION : VERS LA CENTRALE DE RÉSERVATION

Se former et se structurerpour la mise en place de la centrale de réservation

Poursuivre et renforcer nos actions sur les BOX et séjours à la carte

Renforcer le rôle de l'Office en tant qu'agence réceptive

ANIMATION ET VALORISATION DES PARTENAIRES

Poursuivre nos actions de formation & d'information auprès des partenaires et des habitants sur les axes de la stratégie (Classement, écomobilité, itinérance, sans voiture, mieux vivre le tourisme...).

Doter les partenaires d'outils favorisant leur commercialisation avec la CENTRALE

Repenser les tarifs partenaires 2023

ÉVALUER LA POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Compléter les outils de mesure existants et communiquer les résultats

Poursuivre le travail sur l'agencement du nouvel Office de Tourisme avec l'agenceur choisi

LA GOUVERNANCE

Une convention d'Objectifs et de moyens lie l'Office de Tourisme à la CCBI et fixe les objectifs stratégiques attendus.

LE COMITÉ DE DIRECTION

11 ÉLUS

Annaïck HUCHET, Maire de Bangor et Présidente de la CCBI
Valérie LEBIHAN, Mairie de Bangor
Hélène JUGEAU, Mairie de Bangor
Thibault GROLLEMUND, Maire de Palais
Noémie SOULIER*, Mairie de Palais
Guillaume CHATELAIN, Mairie de Palais
Monique PAUL, Mairie de Palais
Dominique ROUSSELOT, Maire de Locmaria
Marie THUILLIER, Mairie de Locmaria
Ronan JUHEL, Maire de Sauzon
Soizic LUCAS, Mairie de Sauzon

10 PROFESIONNELS

Pierre Paul AUBERTIN, Président
Dominique MICHAUD, Collège Hébergeurs
Laurent CLÉMENT, Collège Restauration
Marianne LE POETVIN, Collège Commerçants
François DESARD, Collège Commerçants
Claude LEBORGNE*, Collège Loisirs
Michel SAUVAGE, Collège Association
Nicole LENOBLE, Collège Art et artisanat
Dorothée GUEGAN, Transport maritime
Pierrick PAINVIN, Transport terrestre

*sont vice-présidents

Le Comité de Direction est élu pour la durée du mandat communautaire, soit 6 ans.
Il se réunit au minimum 6 fois par an.

L'ÉQUIPE TECHNIQUE A VOTRE SERVICE

Pôle Conseil en séjour
Virginie ROUS
Florence TAILLARD
Bathilde CHABOCHE
Pôle Communication
Tania GUERAÏNI
Bathilde CHABOCHE
Pôle Commercialisation
Pierre BRIOLET
Tania GUERAÏNI
Pôle comptabilité et Direction / Coordination
Geneviève PAILLET
Karine PIQUET

4 saisonniers en 2021 : Julie CHEVALLIER, Clarisse JONNEAU, Antoine CORPEL et Thibault LAVALLART

Virginie

Tania

Florence

Pierre

Bathilde

Geneviève

Karine

Office de Tourisme de Belle-île-en-Mer, Avril 2022 | *Crédits photos : OTBI, G. Le BOULICAULT, E. BERTHIER, F. GIORDANO, PH. ULLIAC, L. SAMZUN, PH. DANNIC, Visual Drone, K. PIQUET, WORLDELSE, DR.*

Belle-île en-mer

Reprenant les symboliques de Belle-île, Brice Rohan a créé pour nous ce Mandala.

Dans le cadre du film 100% Insulaire, ce dessin a été réalisé à Donnant sur un diamètre de 30 mètres...Forte aventure humaine à découvrir dans le film.

OFFICE DE TOURISME BELLE-ÎLE-EN-MER

www.belle-ile.com

OFFICE DE TOURISME CLASSÉ

CLASSEMENT VALABLE 5 ANS
MINISTÈRE CHARGÉ DU TOURISME