

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022

BRETAGNE

SUD!



OFFICE DE TOURISME
BELLE-ÎLE-EN-MER



Offices de
Tourisme
de France



Janvier

Lancement du nouveau site internet

Mars

Mise en ligne du film 100% insulaire

Salon Rendez-Vous en France

Août

Lancement des versions anglaise et allemande du site

Octobre à décembre

Eductours : L'équipe d'accueil visite ses partenaires



ÉDITO DU PRESIDENT PIERRE-PAUL AUBERTIN

Dans ce contexte encore singulier, pour l'Office de Tourisme de Belle-Île-en-mer, avec une vacance de direction dès le mois de septembre, 2022 marque notamment le lancement du nouveau site Internet.

Les actions 2022 de l'Office ont été nombreuses avec :

- Lancement, développement et enrichissement du **nouveau site web** www.belle-ile.com;
- l'amélioration continue de nos services en conformité avec la **Marque Qualité Tourisme**;
- la continuité d'une **communication par saison** pour dynamiser le hors saison et présenter une **île vivante toute l'année**;
- la participation au **Salon Rendez-vous en France** en mars 2022 a destination des Tours Opérateurs étrangers;
- Les **pack partenaires réduits de 50%** en soutien aux acteurs insulaires, pour les fidéliser et en conquérir de nouveaux;
- la mise en ligne d'un **calendrier de fréquentation** de la destination pour que nos visiteurs privilégient les périodes moins fréquentées;
- le développement de nos **outils de commercialisation** en ligne afin de proposer de nouveaux services à nos partenaires et accroître leur visibilité et nos ressources.

Certains de ces chantiers ont pu aboutir dès 2022 et d'autres verront leurs effets en 2023 et après. Toute l'équipe s'est mobilisée et a fait tout son possible pour avancer et être aux côtés des professionnels et nous la remercions.



Chez Farida ABRAHAM

Sommaire



- P - 3 PÔLE CONSEIL EN SÉJOUR
- P - 7 PÔLE COMMUNICATION WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX
- P - 13 LES ÉCOGESTES DE L'OFFICE DE TOURISME
- P - 14 UN OFFICE DE TOURISME ENGAGÉ POUR L'ÉCONOMIE DE SON TERRITOIRE
- P - 15 PÔLE COMMERCIALISATION
- P - 18 ENGAGEMENTS ENVERS LES PROFESSIONNELS
- P - 20 CHIFFRES CLÉS
- P - 21 MOYENS FINANCIERS
- P - 22 PROJETS 2023
- 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 2022

Les appels téléphoniques sont en hausse pendant l'été 2022 (+19% vs 2021) et en forte hausse globale sur toute l'année 2022 de 35%.

L'envoi de mails est en explosion avec +45% vs 2021. La collecte d'informations est toujours un axe fort du pôle Conseil en séjour pour offrir des informations fiables aux visiteurs et habitants.

Tout au long de l'année, l'équipe s'organise pour réaliser de nombreuses visites de partenaires et ainsi parfaire la qualification de l'offre touristique de notre territoire.

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 écusson thermo-collant (fabriqué dans le Gard, décliné en 2 coloris) et développé la vente de produits insulaires (savons, artisanat...).

L'accueil, c'est aussi une veille et une gestion 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 mars à Vannes.

ET AUSSI

La continuité du point accueil expérimental à Sauzon.

La mise en sommeil du point accueil en gare maritime de Quiberon en raison des travaux d'aménagement.



103 458
personnes accueillies
(+ 20% vs 2021)

dont 2 424 de nationalités
étrangères
(+105% vs 2021)

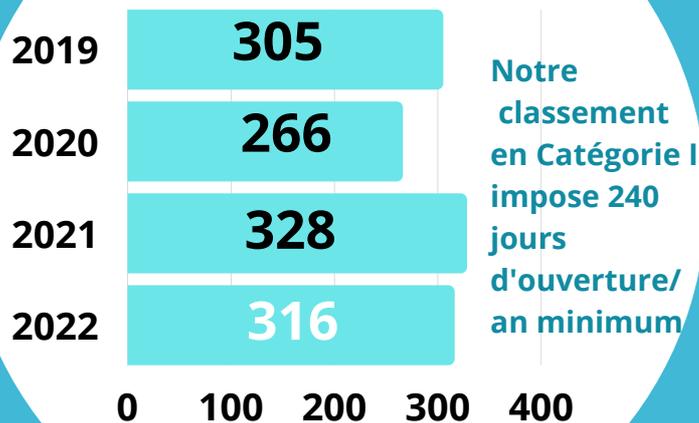
24 667
Appels reçus
(+35% vs 2021)

4 389 mails envoyés
(+ 45% vs 2021)



À noter : 8 353 Appels
reçus en juillet, août et
septembre soit près de
93 appels par jour en
moyenne

Jours d'ouverture





En 2022, pour vous accueillir, toute l'équipe est mobilisée :
Bathilde, Pierre, Florence, Tania, Geneviève et Virginie.
Absentes de la photo, nos saisonnières 2022
Julie, Maiwenn et Hortense et Karine la directrice



**Les enquêtes
"satisfaction"
internes 2022 :
avant et pendant le
séjour**

Avant le séjour :
95% de nos contacts
sont **satisfaits** de la
réponse apportée par
notre pôle accueil
(117 répondants)

À noter : Répartition des
demandes à distance
31% par mail
54% par téléphone
14% par notre site
et 1% par courrier

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

Pendant le séjour :
82% sont satisfaits de
l'accueil reçu à l'Office.
79% de nos visiteurs sont
satisfaits de l'accueil reçu à
Belle-Ile et des conditions
d'accès (en baisse/2021)
(53 répondants)

À noter :
98% de nos visiteurs sont satisfaits du délai de
réponse de notre service accueil

→ **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



Savoir faire des Iles du Ponant

Les vitrines 2022

Saint-Valentin,
Printemps solidaire,
Savoir-Faire des Iles du Ponant,
La Belle-Iloise,
Trophée SNBI la Bien-Nommée,
Trail de Belle-Ile
Ambiance automne ou encore
Noël



Saint Valentin



Printemps Solidaire



Halloween



La Belliloise

Chiffres d'affaires Boutique



La Boutique :
Chiffre d'affaires :
28 519 €
(+27% vs 2021)

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



2022 : UNE REFONTE DE SITE INTERNET AVEC DE NOUVELLES FONCTIONNALITÉS

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.

En janvier 2022, l'équipe a été fière de mettre en ligne un tout nouveau site internet. Des contenus toujours plus enrichis (textes et photos) pour améliorer notre référencement naturel, celui-ci a été décliné autour de 3 grandes rubriques :

- **Découvrir:** partie "séduction" avec présentation des grands sites incontournables et des 4 communes et leurs caractères respectifs avec pour cœur de message: *Bienvenue sur la plus grande des îles bretonnes.*
- **Organiser:** une rubrique "pratico-pratique" pour permettre aux visiteurs de préparer leur séjour avec des informations en temps réel sur les disponibilités des hébergements, les ouvertures de restaurants, les sites à visiter, les activités terrestres et nautiques et l'actualité événementielle de l'île, grâce à l'agenda.
- **Vivre ici:** sa vocation : être destinée aux insulaires et résidents secondaires. La météo, les horaires de marées, les commerces et services, numéros utiles et d'urgence...C'est également une porte d'entrée pour les *porteurs de projets* avec la sous-rubrique "S'installer à Belle-Ile".

Des outils ont été développés pour **améliorer la vente en ligne** de nos produits boutique (24 en ligne à ce jour). Un galop d'essai pour, à court terme, proposer des hébergements et des activités réservables en ligne.

La force du site : **entièrement administrable** sans aucun recours extérieur, nous permet une mise à jour immédiate au fil de l'actualité du territoire et des besoins de nos partenaires.



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

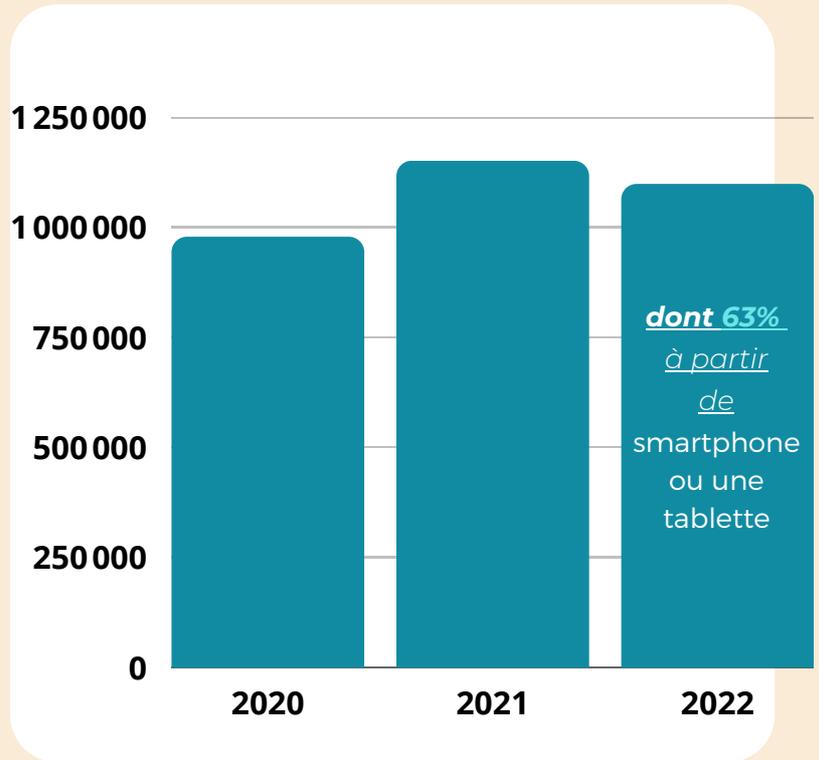
www.belle-ile.com

Le site référent du territoire
plus de 1 million de visiteurs :

1 097 621 visiteurs

• - 7% vs 2021 :

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...



Fréquentation de www.belle-ile.com version française 2022/2021



Avec 2,9 millions de pages vues, **c'est 7,8% de consultation en moins** malgré un site internet tout nouveau (*propulsé en janvier 2022*). Rien de grave : la mise en ligne implique un décrochage, notamment dans les 1ers mois, le temps que les moteurs de recherche répertorient les pages (environ 400 pages de nouveaux contenus) .

LE TOP 10 des pages les plus consultées : *Une île, plusieurs ports de départ - au départ de Quiberon, Webcam, Tour de l'île à pied, Belle-île sans ma voiture, Calendrier de fréquentation prévisionnelle, Locations de vacances, Marées, Belle Ile Bus, les hébergements, l'agenda.*

Nos éditions 2022

La carte
130 000 exemplaires
(trilingue) et son
présentoir



Guide Séjour
15 000 exemplaires
(trilingue)



Cartes postales et
communication résolument
axée sur les saisons



Guide Rando
5 000
exemplaires
En vente 5€



Le sticker du Partenaire



Horaires des marées

Téléchargeables ou commandables sur
www.belle-ile.com



Chiffres clés 2022 des 2 réseaux sociaux

6 publications par semaine
soit **312 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.



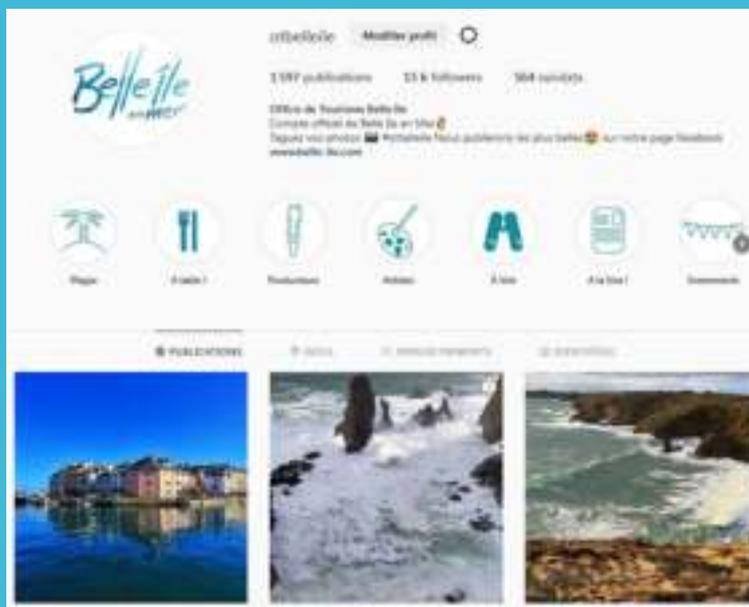
Facebook

Nombre de "fans"

2022 : **63 367** vs **60 050** en 2021

Audience* : **361 291 personnes/mois**

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



Instagram

Nombre d'abonnés 2022 : **14 994**

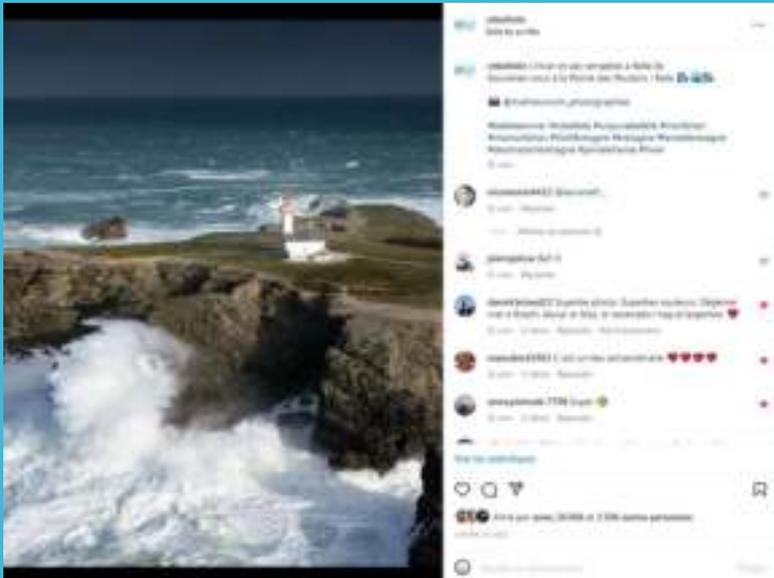
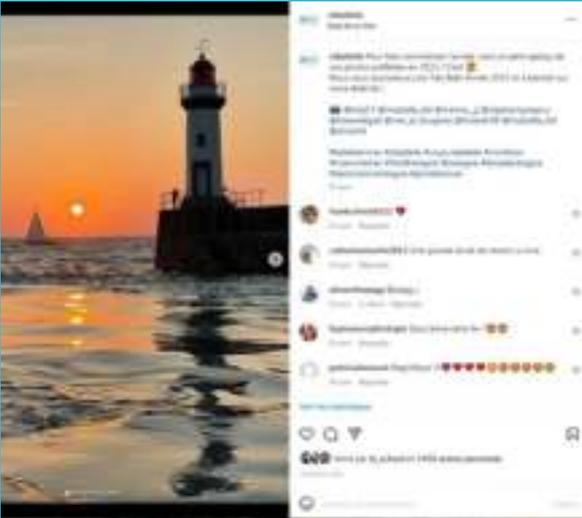
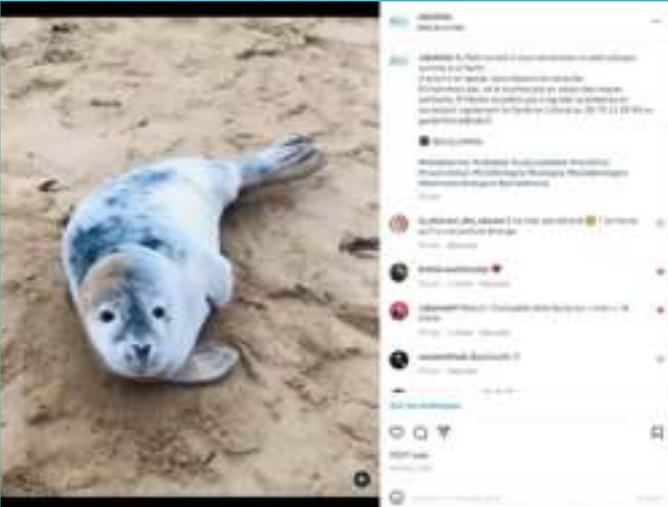
Impression* : **8034 personnes/mois**

*Impression sur Instagram : *nombre total de vues mensuelles sur les publications, les publicités ou la page.*



#otbelleile

Les top 2022





Les écogestes de l'Office de Tourisme

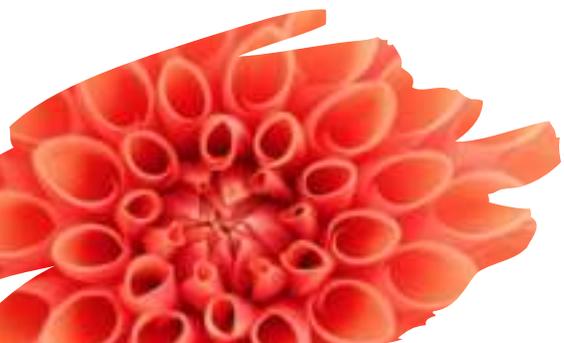
Toute l'équipe de l'Office de Tourisme est mobilisée pour réduire son impact environnemental

De nombreux écogestes sont mis en place :

- Pose de **mousseurs** sur nos robinets;
- **Tri** systématique de nos déchets;
- Adhésion à l'association **Collect'île** : 110 litres de déchets compostables collectés;
- Impression sur du **brouillon**, en noir et blanc, dès que possible;
- **Extinction** de tous les équipement électriques chaque soir;
- Impression de nos documents de promotion sur du **papier éco-labellisé**;
- Mise en place de "**vides-penderies**" interne.

Une communication renforcée à destination de nos visiteurs et de nos partenaires

- Le Guide "Séjours & Découvertes" consacre plusieurs pages aux **écogestes** que ce soit sur terre ou en mer ainsi qu'à la fragilité de notre environnement et aux mobilités douces;
- Le **guide du tri** est mis en avant dans nos publications et dans nos locaux;
- Les partenaires **éco-labellisés** sont mis en avant sur notre site et dans le guide;
- Nos newsletters ainsi que nos publications sur les réseaux sociaux relaient toutes les **campagnes de sensibilisation** auprès de nos partenaires et de nos visiteurs;
- Le site internet propose des pages dédiées à la **préservation de notre environnement**;
- Diffusion à l'accueil du dépliant "**Faisons le plein d'énergie sans vider celle de nos îles**" d'AIP;
- Distribution du Passeport des Îles qui informe sur les **ressources en eau et énergie** des îles;
- Distribution du document "**Plongez en aire marine protégée**";
- Diffusion de la **charte du bon randonneur** en ligne et par affichage dans l'accueil de l'OTBI ainsi que dans les séjours dédiés aux groupes de randonneurs.





Un Office de Tourisme engagé pour l'économie de son territoire

L'Office de Tourisme fait la promotion de ses acteurs économiques tout au long de l'année. Que ce soit dans les brochures éditées ou sur le site internet, nos visiteurs sont invités à **consommer local** et à découvrir tout nos **savoirs faire insulaires**.

Régulièrement, l'accueil met à disposition sa vitrine pour une mise en avant des **produits insulaires** (Belle-iloise, Savoir-faire des Iles du Ponant, trophée la Bien-Nommée et les artistes à Noël).

Notre espace "Emportez Belle-Ile avec vous" s'enrichit constamment de nouveaux produits insulaires. En 2022, nous avons ainsi proposé les productions (livres, savons, articles divers) d'une douzaine d'**acteurs locaux** que ce soit des producteurs, des artistes ou des associations. Nous avons également développé notre gamme de produits 100% français (pochettes, cartes postales 3D, bracelets, magnets, écussons...).

Le nouvel office offrira une visibilité accrue à nos acteurs avec un espace totalement dédié aux **savoirs faire locaux**.

Notre Père Noël fait ses emplettes chez nos commerçants locaux, ainsi cette année une dizaine de commerces ont reçu sa visite.

Billetteries pour des spectacles et activités :

- Festival Lyrique ;
- Plages Musicales de Bangor ;
- Artistes au Clair de Lune à Herlin ;
- Bal des Vauriens ;
- Accrobranche ;
- Sorties en mer.

D'octobre à avril : tenue quotidienne de la liste des restaurants ouverts, remise à nos visiteurs.



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-Ile à la carte" propose des **séjours tout compris** pour une clientèle individuelle, majoritairement des "primos-visiteurs". La complexité d'accès de la destination fait du service Belle-Ile à la Carte un **atout majeur** de l'Office de Tourisme. Si les ventes, ces dernières années, étaient axées sur des courts séjours (2/3 nuits), l'effet "GR" a permis d'augmenter, en 2022, aussi bien le nombre de nuitées que le nombre de personnes.

Grace à un discours orienté et "éclairé", en lien avec le calendrier de fréquentation, ces séjours se sont déroulés principalement, sur les mois de mars, avril, septembre, octobre et même novembre, soit essentiellement sur les **ails de saison**.

La refonte du site a été l'occasion de mettre en avant, dès la page d'accueil, les séjours individuels accentuant encore un peu plus la demande.



Le service commercial se décline aussi à destination des groupes et des séminaires en formule tout compris. En 2022, 8 groupes ont été accueillis, ce qui représente :

- 316 personnes
- 521 nuitées
- 74 193 € de retombées économiques

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 en combis VW

Nos chiffres étaient en baisse depuis 2019 (CA de 42 100€ en 2018) mais nous constatons une nette reprise de l'activité pour les ventes des box et cartes cadeaux en 2022



- **La billetterie des festivals : un service qui redémarre**

2022 nous a permis de renouer avec la billetterie des festivals insulaires, pour un total de 30 178€ de ventes, soit une hausse de 69% par rapport à 2021.

- **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€) continue de progresser avec 410 commandes (+304%/ 2021). La gamme de produits en vente en ligne s'étoffe régulièrement.

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 2022, 73 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 2022 : 179 avis clients traités et publiés



Les séjours à la carte



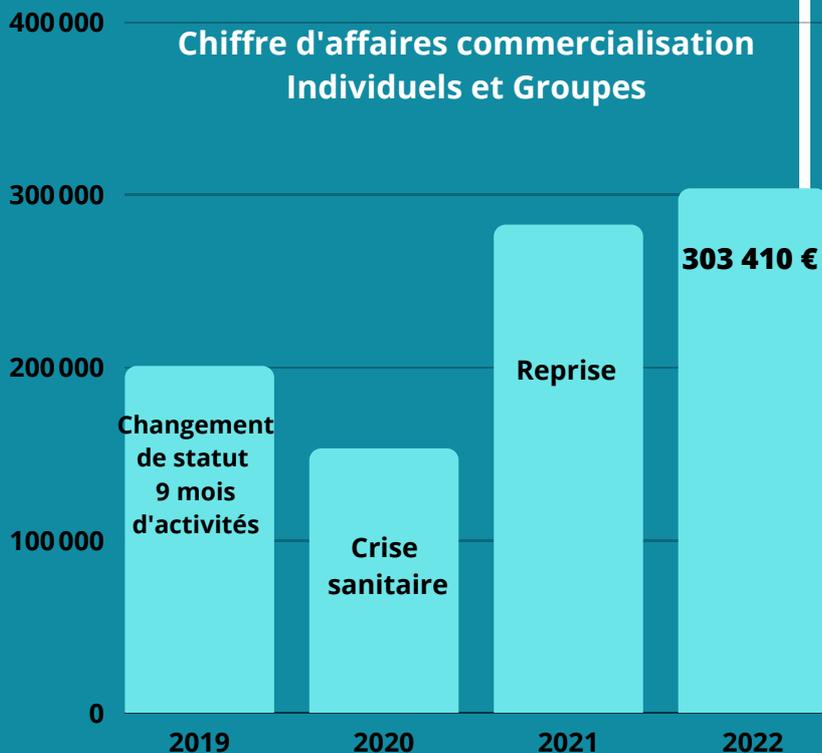
<https://www.belle-ile.com/decouvrir/belle-ile-a-ma-facon/>



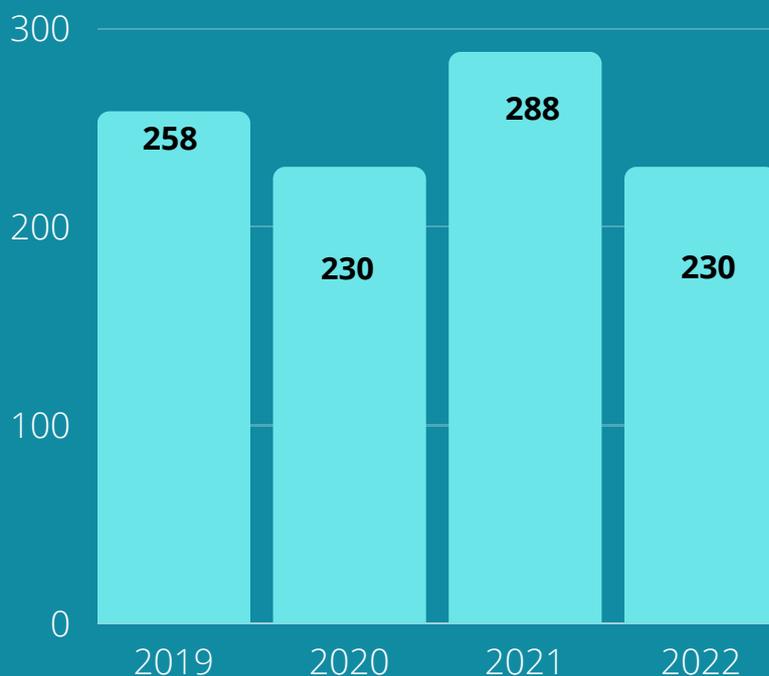
83% de nos clients nous ont connus via notre site internet

100% de nos clients en séjour individuel ont trouvé leur séjour réussi (35 répondants)

CHIFFRES CLÉS DU PÔLE COMMERCIALISATION



Nombre de Séjours vendus commercialisation Individuels et Groupes



Séjours Randonnée: séjours de 4 nuits ou plus

131 750 €
de retombées économiques directes
115 Séjours vendus
150 348 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 2022

- . **10 Newsletters** en 2022 (contre 15 en 2021);
- . **25 Eductours** chez nos partenaires artistes, producteurs, hébergeurs et commerçants;
- . **Diffusion de documentation dans les 4 communes** avant l'été et auprès des acteurs professionnels et aussi à la demande;
- . **Relais de la campagne Eau du Morbihan "Chaque goutte compte"** auprès de nos visiteurs et de nos partenaires;
- . **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** : 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;
- . **Finalisation du Guide du partenaire.**

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

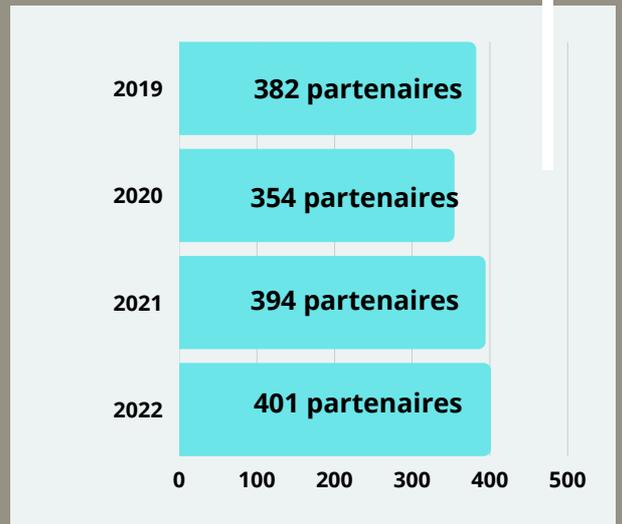
Participation de l'OTBI aux réflexions et travaux avec :

- L'Association Îles du Ponant;
- Les Offices de Tourisme de Bretagne;
- La Région Bretagne et la CCBI concernant la nouvelle gare Maritime;
- La Fédération ADN Tourisme.



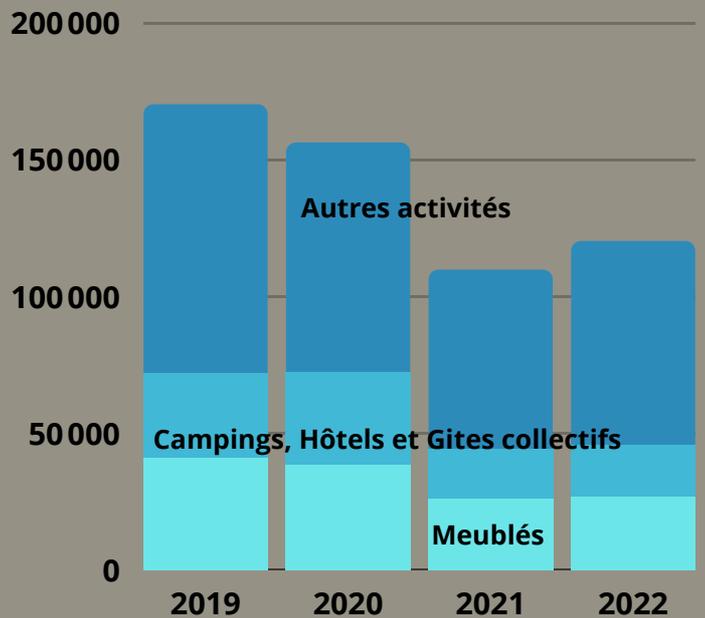


En 2022, le nombre de partenaires progresse avec **7 nouveaux**.

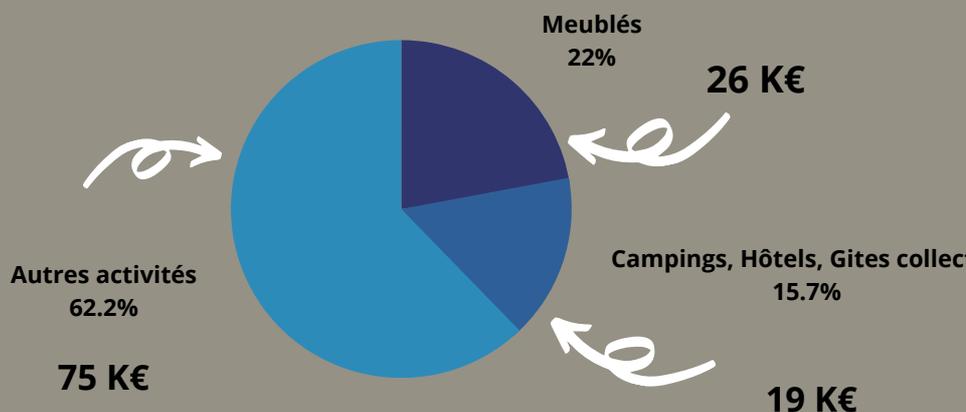


En 2022, le Comité de Direction a renouvelé la **remise de 50% sur le pack Partenaire**.

RÉPARTITION PARTENARIATS EN EUROS



Répartition recettes partenariat (dont annonces) 2022 soit 120 173€



La répartition des partenaires reste stable. A noter : **36 % 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 communes...
et 140 associations.

Offre d'hébergements

12 Hôtels

5 Gites collectifs

9 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 2022

vs 2021

Juillet - 6,5%

Août stable

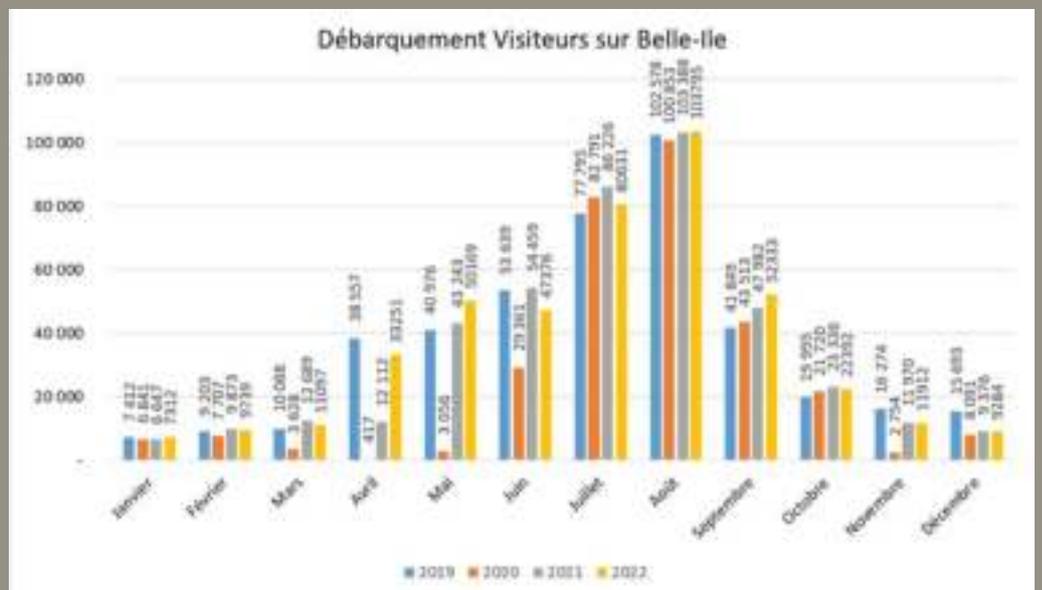
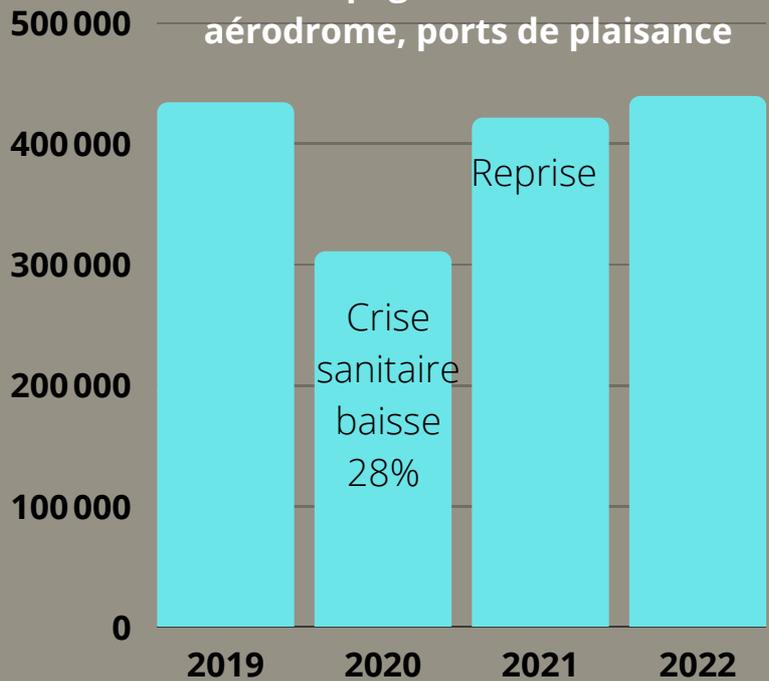
Septembre +9%

La durée des séjours
s'est allongée

Fréquentation de Belle-Ile

Compagnies maritimes

aérodrome, ports de plaisance





Nos moyens financiers Au service du territoire

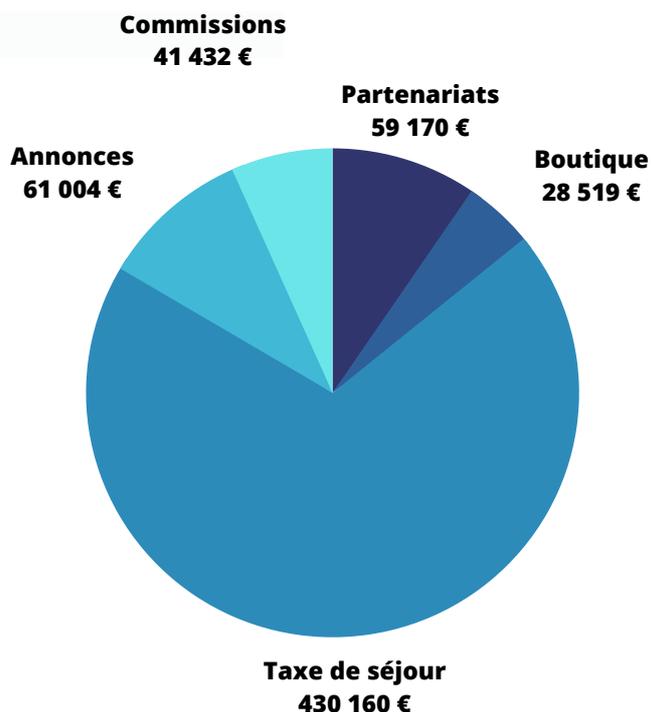
LES RECETTES 2022 DE L'OFFICE DE TOURISME

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.

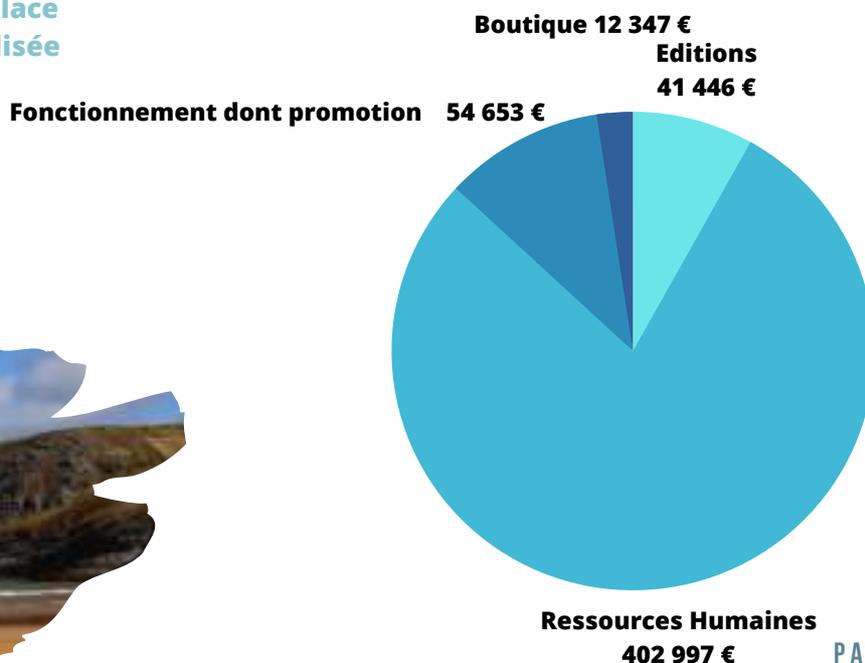
Nos dépenses principales La masse salariale des 7 collaborateurs et saisonniers et nos actions de promotion et d'éditions.

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 mise en place en 2022 suite à une étude réalisée en 2021.



LES DÉPENSES 2022



Projets 2023

Développement de projets structurants

Point Info sur le Port de Sauzon :

- Structurer l'offre d'accueil en partenariat avec la Mairie de Sauzon;
- Communiquer sur le renforcement des arrivées de bateaux à Sauzon auprès de nos visiteurs et de nos prestataires économiques.



Accueil en Gare Maritime de Quiberon :

- Développer l'accueil en amont des séjours en collaboration avec l'Office de Tourisme de Baie de Quiberon la Sublime, les îles de Houat et Hoëdic et les Belle-Ile Bus ;
- Inciter nos visiteurs à découvrir Quiberon et ses alentours à leur retour des îles.



Un nouvel Office de Tourisme central :

- au cœur des séjours des visiteurs et carrefour de rencontre avec les habitants ;
- au cœur de son rôle d'animation des acteurs économiques ;
- au cœur de son rôle de valorisation des ressources et produits locaux ;
- au cœur de la vie à l'année pour tous.



Nos actions se poursuivent:

- Maintenir la Marque Qualité Tourisme;
- Faire vivre notre nouveau site internet conformément à la stratégie;
- Poursuivre notre communication par saison pour mieux étaler la fréquentation ;
- Amplifier nos actions sur l'axe durable sur nos réseaux sociaux ;
- Développer les offres et services de la centrale de réservation ;
- Développement de l'espace "pro" sur www.belle-ile.com dédié à l'information de nos partenaires;
- Mise en place, en collaboration avec la CCBI, d'un observatoire touristique performant et communiquer les résultats.



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

Valérie LEBIHAN, **Mairie de Bangor**

Hélène JUGEAU, **Mairie de Bangor**

Jean-Luc GUENNEC, **Mairie de Palais (remplace Monique PAUL)**

Thibault GROLLEMUND, **Maire de Palais**

Noémie SOULIER*, **Mairie de Palais**

Guillaume CHATELAIN, **Mairie de Palais**

Dominique ROUSSELOT, **Maire de Locmaria**

Marie THUILLIER, **Mairie de Locmaria**

Ronan JUHEL, **Maire de Sauzon**

Soizic LUCAS, **Mairie de Sauzon**

Katia LE PORT, **Mairie de Sauzon (remplace Annaïck HUCHET)**

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**

Stéphane MAUGER, **Collège Association (remplace Michel SAUVAGE)**

Nicole LENOBLE, **Collège Art et artisanat**

Dorothee GUEGAN, **Transport maritime**

Pierrick PAINVIN, **Transport terrestre**

*vice-présidente

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

3 saisonniers en 2022 : Julie CHEVALLIER,

Maiwenn LUCAS, Hortense TEXEREAU

3 stagiaires en 2022 : Chloé Passat, Maiwenn

LUCAS et Romy



Virginie



Tania



Florence



Pierre



Bathilde



Geneviève



Karine

Belle-île en-mer

Office de Tourisme de Belle-île-en-Mer, Février 2023 | Crédits photos : OTB, P. LECHAUDÉJ, G. Le BOULCAULT, E. BERTHIER, F. GIORDANO, PH. JULLIAC, L. SAMZUN, PH. DANNIC, Visual Drone, K. PIQUET, WORLDSE, DR. E. BANET.

OFFICE DE TOURISME BELLE-ÎLE-EN-MER www.belle-ile.com



**Guide du partenaire
2023**

"Voyageons ensemble"

Belle-île-en-mer
OFFICE DE TOURISME

**#10 bonnes raisons
de devenir partenaire
de votre Office de Tourisme**

- 1 Diffuser votre documentation dans les présentoirs de l'espace d'accueil (100 000 visiteurs)
- 2 Être visible sur www.belle-ile.com : 1 fiche avec texte, 10 photos et Vidéo, formulaire de contact
- 3 Bénéficier de fans web : site web et lien vers réseaux sociaux pour les Hôtels et Campings
- 4 Bénéficier du planning de disponibilité pour les locations et chambres d'hôtes
- 5 Bénéficier de la rubrique « Bons plans » pour valider vos offres de dernière minute
- 6 Figurer sur les supports papier selon la date d'inscription
- 7 Intégrer nos offres gagnées avec le service Belle-île à la Carte
- 8 Diffuser vos événements sur le site Internet (1,2 million de visiteurs en 2021)
- 9 Recevoir vos actualités professionnelles

#10 Nouveau : pour vos activités et événements, profiter de notre outil de billetterie/réervation en ligne

OFFICES de Tourisme de France