

Belle-île
en-mer

OFFICE DE
TOURISME

OFFICE DE
TOURISME DE
BELLE-ILE-EN-MER

BRETAGNE[®]

SUD!



Offices de
Tourisme
de France



QUALITÉ
TOURISME

OTBI

www.belle-ile.com

Rapport d'activités



2024



SOMMAIRE

- 01 L'Office de Tourisme - Actus & Chiffres p.3

- 02 Les missions et quelques chiffres clés p.7

- 03 Les engagements de l'Office p.14

- 04 Cap sur 2025 - Nos objectifs et nos projets p.15

1. L'OFFICE DE TOURISME

Actus & Chiffres

EMMÉNAGEMENT DANS NOS NOUVEAUX LOCAUX

Après les emballages, les allers-retours, les ouvertures de cartons ... ça y est, l'Office de Tourisme a emménagé au 1 bis Place de l'Hôtel de Ville le 03/07/2024.

UNE PLACE CENTRALE ADOPTÉE !

Le nouvel emplacement offre une ouverture directe sur la place, véritable introduction au voyage et à la rencontre visiteurs et insulaires. L'Office est une réelle vitrine vivante et animée de la vie insulaire.

Ce nouvel espace bien visible, éclairé, signalé et jalonné suscite l'envie d'entrer et de revenir. Il se positionne toute l'année au cœur des séjours des visiteurs, des rencontres avec les habitants, des animations et de la valorisation des acteurs économiques.



NOUVELLE ÉQUIPE

Nouveaux bureaux, nouvelle équipe... Animés par une passion commune pour notre île, nous avons à cœur de valoriser son patrimoine, d'accompagner les acteurs locaux et d'offrir aux visiteurs une expérience authentique. Avec une équipe dynamique et de nouvelles ambitions, nous sommes prêts à relever les défis à venir. Ensemble, continuons à faire rayonner Belle-Île !



Julien FROGER
Directeur



Geneviève PAILLET
Responsable Administrative et
partenariats - Référente Qualité



Camille BEVAND
Responsable accueil et
communication



Bathilde CHABOCHE
Community manager &
conseillère en séjour



Donan ABOU-CHIRON
Conseiller en séjour



Maïwenn LUCAS
Conseillère en séjour &
référente qualité accueil



Maud LEBLANC
Chargée de communication,
graphiste & conseillère en séjour

LA GOUVERNANCE

BUREAU | CODIR

Le **CO**mité de **DIR**ection pilote la vie de l'Office de Tourisme. Les membres du CODIR sont au nombre de 21, répartis dans 1 bureau et 3 collèges. Le bureau est composé de :



Tibault GROLLEMUND
Vice-président



Pierre-Paul AUBERTIN
Président



Noémie SOULIER
Vice-présidente

LE COLLÈGE DES ÉLUS

- Guillaume CHATELAIN, Conseiller communautaire de la CCBI, Conseiller municipal à Le Palais,
- **Tibault GROLLEMUND**, Vice-Président de la CCBI, Maire de Le Palais,
- Jean Luc GUENNEC, Conseiller membre du Bureau communautaire de la CCBI, Adjoint au maire de Le Palais,
- Hélène JUGEAU, Conseillère communautaire de la CCBI, Conseillère municipale à Bangor,
- Ronan JUHEL, Vice-Président de la CCBI, Maire de Sauzon,
- Valérie LE BIHAN, Conseillère communautaire de la CCBI, Conseillère municipale à Bangor,
- Katia LE PORT, Conseillère communautaire de la CCBI, Conseillère municipale à Bangor,
- Soizic LUCAS, Conseillère communautaire de la CCBI, Conseillère municipale à Sauzon,
- Dominique ROUSSELOT, Vice-Président de la CCBI, Maire de Locmaria,
- **Noémie SOULIER**, Elue déléguée au développement économique de la CCBI, Conseillère municipale à Le Palais,
- Marie THUILLIER, Conseillère communautaire de la CCBI, Adjointe au maire de Locmaria.

LE COLLÈGE DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

- Dominique MICHAUD, Directeur des hôtels Le Castel Clara & Le Grand Large. Représentant hébergeurs-restaurateurs,
- **Pierre-Paul AUBERTIN**, Loueur en location meublée. Représentant Hébergeurs-restaurateurs,
- Laurent CLEMENT, Gérant de l'Hôtel du Phare. Représentant Hébergeurs-restaurateurs,
- Marianne LE POETVIN, Gérante des boutiques Les Niniches et le Quai des saveurs. Représentant Commerçants,
- François DESARD, Chef de l'entreprise Belle-Île Camper Vans. Représentant Commerçants,
- Claude LEBORGNE, Directeur de l'association Belle-Ile-en-Trail. Représentant Loisirs,
- Nicole LENOBLE, cheffe de l'entreprise L'Îlot carton. Représentante art et artisanat,
- Stéphane MAUGER, membre de l'association Les tempestaires. Représentant des associations.

LE COLLÈGE DES PERSONNALITÉS QUALIFIÉES

- BreizhGo Océane, Service public régional délégué « Breizh Océane » – Transport public mer.
- Pierrick PAINVIN, Directeur Les Cars Bleus, Service public intercommunal délégué « Belle Ile Bus » – Transport public terre.

BELLE-ILE

QUELQUES CHIFFRES

Taille de l'île 85 km²
20 x 9 km

Habitants à l'année 5 600

Espaces naturels protégés sur l'île 50 %

Terres agricoles sur l'île 37 %

Associations 140

Communes 4

Villages 120

Quelques chiffres clés du tourisme

374 169 DÉBARQUEMENTS ENTRE AVRIL ET OCTOBRE 2024

- 2,54 % par rapport à 2023. Cette baisse peut être due à la météo, à la conjoncture économique ou à une évolution des habitudes touristiques.

+ 2,42 % NUITÉES RÉSERVÉES PAR RAPPORT À 2023

Cette tendance positive peut s'expliquer par l'évolution des attentes des voyageurs, privilégiant des séjours nature et authentiques.

- 0,69 JOUR EN DURÉE DE SÉJOUR PAR RAPPORT À 2023

Cette baisse peut refléter une évolution des séjours, plus courts mais plus fréquents, influencés par des contraintes budgétaires ou une recherche de flexibilité.

+ 3,73 % RANDONNÉE PAR RAPPORT À 2023

Cela témoigne d'un engouement croissant pour le tourisme nature et actif, porté par une recherche d'authenticité et de déconnexion.

43 % DES ARRIVÉES EN JUILLET-AOÛT

... période de haute saison, tandis que 35 % arrivent sur la période avril-juin, reflétant une fréquentation déjà importante au printemps.

GROUPE DE TRAVAIL PROMOTION TOURISTIQUE

Le groupe de travail Promotion Touristique a permis de retravailler notre plan d'actions mais aussi de restaurer notre collaboration avec l'ADT et le CRT.



NOUVELLE CARTE TOURISTIQUE

Refonte totale par l'agence Coqueliko de la carte touristique de Belle-Ile-en-Mer, pour une intégration murale dans les nouveaux locaux. La livraison se fera en 2025.

À moyen terme, cette carte a pour objectif d'être retravaillée pour être déclinée sur nos différents supports de communication et dans différents formats.

LE RETOUR DES RÉUNIONS ANNUELLES

D'une saison à l'autre, faire le point et se retrouver est important. La réunion 2024 a pu faire le bilan de la saison touristique, constater du succès de notre nouvel espace, approfondir nos priorités 2025 : être au plus près de nos partenaires et actualiser la stratégie 2019-2024.



RENOUVELLEMENT QUALITÉ TOURISME

La démarche qualité a initié une réflexion pour une organisation optimale du travail. C'est un outil au service de l'ensemble du personnel pour une meilleure écoute des visiteurs et partenaires.



2. LES MISSIONS

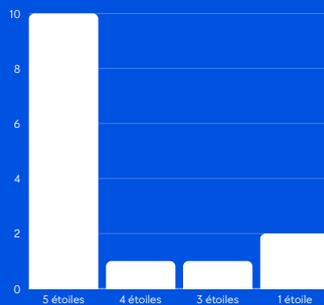
ACCUEIL

ACCUEIL CAFÉ
DE L'ASSOCIATION
DES ILES DU PONANT



AVIS GOOGLE

gentillesse **rando**
indispensable **professionnalisme**
nouveau **au top** **accueillant**
accompagnement **disponible**
agréable **serviable** **aimable**



QUELQUES CHIFFRES

117 425

personnes accueillies en 2024
+11% qu'en 2023

15 234

appels reçus en 2024
+7% qu'en 2023

4 030

mails envoyés en 2024
+7% qu'en 2023

273

jours d'ouverture

VITRINES ET
TEMPS FORTS



VISITES PARTENAIRES

Pour mieux connaître nos partenaires et leurs besoins, l'équipe de l'Office de Tourisme est allée à la rencontre en 2024 :

Camping de l'Océan Gîte M. Le Guellec
Bo Glass Gîte M. et Mme Joncquez
Belle-Ile Infuse Desk & Breakfast Au Fil de Papier
Le Guerch Appartements Mer & Fougères Kraft
Vival Seigneurie Fouquet Tirlibobois
Hôtel Le Corto Maltese Conserverie de Belle-Isle
Chambres d'hôtes L'Atelier du Sentier
La Maison des Poulains Camping Les Grands Sables
À l'ombre d'un Catalpa

POINT INFO DE SAUZON

Continuité du partenariat avec la mairie de Sauzon sur l'ouverture du Point Information au port de Sauzon, ouvert d'avril à septembre.
Près de 9 000 demandes.



COMMUNICATION

SITE INTERNET

Top 5 des pages les plus consultées :

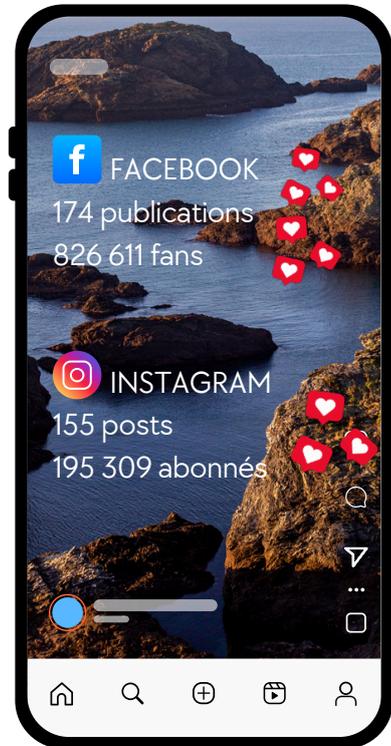
- 1 - Venir en bateau : plusieurs ports de départs
143 600 vues
- 2 - Webcam
107 612 vues
- 3 - Tour de Belle-Ile à pied
73 156 vues
- 4 - Départs et traversées pour Belle-Ile
55 648 vues
- 5 - Se déplacer sans sa voiture
53 154 vues



Fréquentation du site internet :

- 1 090 739** visiteurs sur le site
- 5,84 % par rapport à 2023
- 2 845 418** pages lues au total
- 5,64 % par rapport à 2023

RÉSEAUX SOCIAUX



GROUPE DE TRAVAIL PROMO AUTOMNALE



Mise en place d'une page dédiée sur le site internet avec une offre relayée par une vingtaine de partenaires.

LES ACCUEILS PRESSE



Accueil de presse allemande pour le journal Berliner Zeitung et le Cosmopolitan.

LES ÉDITIONS 2024

Pour informer nos visiteurs et valoriser les acteurs locaux du tourisme, nous vendons aussi certaines éditions en ligne : 340 commandes en 2024.



Guide de Voyage
14 000 exemplaires



Horaires des marées
5 000 exemplaires



La Carte
130 000 exemplaires



Plan Vélo
25 000 exemplaires



Guide du partenaire

Notre gros COUP DE COEUR : réalisation de la nouvelle carte touristique 2025 avec l'agence Coqueliko

WOW



PARTENAIRES

OBSERVATOIRE

PÉRIODIQUE DU TOURISME

pour une meilleure compréhension des tendances, des comportements et des performances et afin d'optimiser les stratégies.



BILLETTERIE DES

FESTIVALS INSULAIRES

36 210 € de total de ventes en 2024.
Soit -19% qu'en 2023.



PARTENARIAT

ÉTOILES DE FRANCE

28 locations meublées ont obtenu leur classement



RÉPUTATION NUMÉRIQUE

FAIRGUEST

205 avis clients traités et publiés grâce à l'outil FairGuest



NEWSLETTERS POUR LES PROS

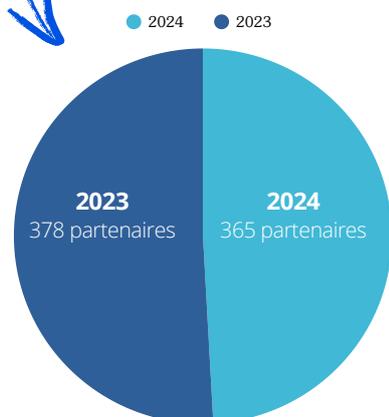
Afin de garder le lien avec nos partenaires, 12 newsletters ont été envoyées en 2024.

31/01	Lettre d'information aux Acteurs Locaux du Tourisme	69 %	24/06	Déménagement de l'OTBI	73 %
20/02	Embarquons ensemble pour la Transat Belle-Ile-en-Mer / Marie-Galante	71 %	26/07	Les Actus de l'OTBI	61 %
01/03	Les Actus de l'OTBI	71 %	22/08	Campagne "Belle-Ile en automne : l'éclat de l'authenticité !"	65 %
17/04	Accompagnement des structures de loisirs nautiques et de plein air dans leurs transitions	67 %	03/09	Lancement de la campagne et des offres automnales	58 %
24/05	Les Actus de l'OTBI	70 %	29/10	Save the date - Forum de l'emploi saisonnier 2025	56 %
10/06	Croisière en escale le 13/06/2024	70 %	20/12	Les dernières Actus de l'OTBI	65 %

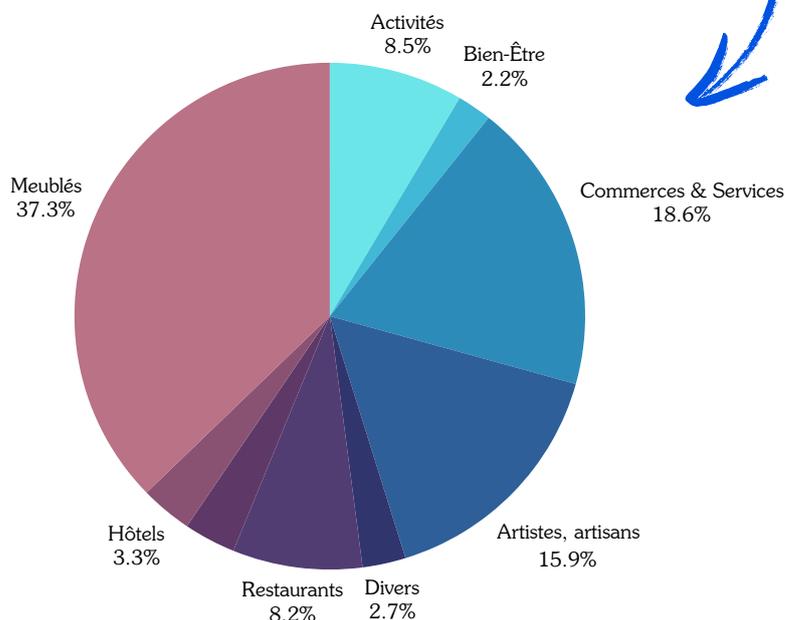
Taux global d'ouverture sur l'année : 66 %

NOS PARTENAIRES... QUELQUES CHIFFRES

COMPARATIF



RÉPARTITION DES PARTENAIRES



D'une saison touristique à l'autre

Réunion de bilan de saison 2024



Salle Sarah Bernhardt | Sauzon | le jeudi 07 novembre à 20h00

Nous vous attendons nombreux pour la réunion annuelle de bilan de la saison touristique 2024 !

Cette soirée nous permettra de mettre en perspective les enseignements de la saison 2024, pour envisager l'action à venir de notre, votre, Office de Tourisme.

Pierre-Paul Aubertin
Président du CODIR

Noémie Soulier
Vice-Présidente du CODIR
Élue déléguée à l'économie CCBI

Tibault Grollemund
Vice-Président du CODIR
Vice-Président CCBI

Anaïck Huchet
Présidente CCBI

- DU BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE 2024 ...
... aux défis de la promotion pour maintenir et renforcer notre attractivité
- DU SUCCÈS DU NOUVEL ESPACE D'ACCUEIL ...
... au besoin de renforcer notre visibilité numérique
- FORT DE NOS 366 PARTENAIRES ...
... Notre priorité 2025 : aller vers vous pour mieux vous connaître et vous accompagner
- L'ACTUALISATION DE LA STRATÉGIE 2019-2024
Collaborer avec Morbihan Tourisme pour, ensemble, se redonner le cap

RÉUNION ANNUELLE : BILAN DE SAISON

Vous étiez plus de 50 participants ! Merci !

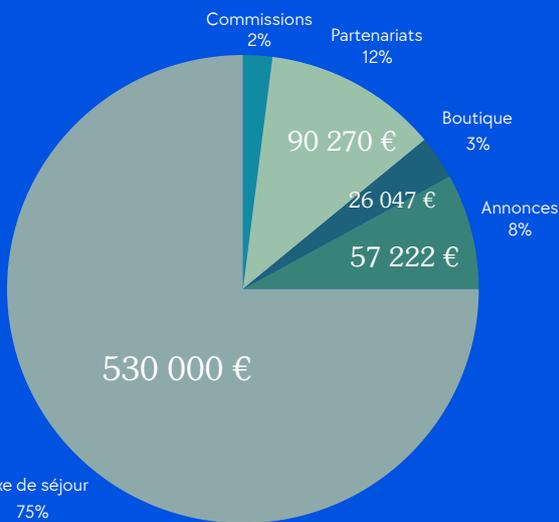
Rendez-vous en octobre 2025 !

COORDINATION

LES MOYENS FINANCIERS CHIFFRES CLÉS

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.

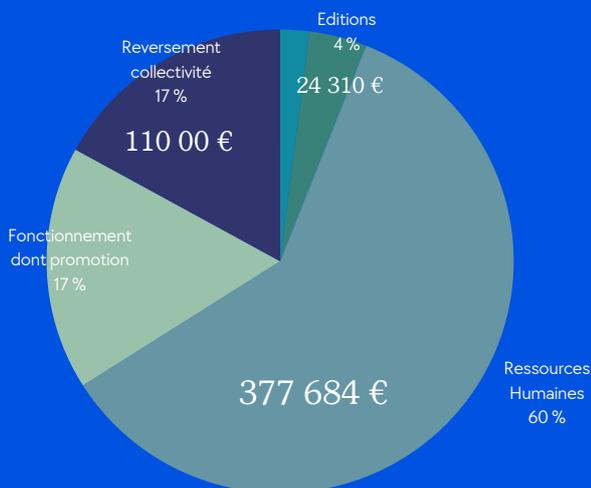
RECETTES 2024 DE L'OFFICE DE TOURISME



Taxe de séjour
75%

Le reversement intégral de la Taxe de séjour par la Communauté de Communes est notre principale ressource. Le reste du budget est produit par les différentes actions menées par l'équipe.

LES DÉPENSES 2024 DE L'OFFICE DE TOURISME



La masse salariale des 8 collaborateurs et 2 saisonniers sont les dépenses principales de l'OT. Parmi les dépenses principales, on retrouve également les actions de promotion et d'édition.

PARTICIPATION AUX RENCONTRES RÉGIONALES DU TOURISME



- S'engager pour les transitions
- Capitaliser sur nos singularités
- Bien vivre ensemble

BRETAGNE[®]



TRAVAIL SUR L'ACTUALISATION DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

en partenariat avec l'Agence Départementale du Tourisme, Morbihan Tourisme



MORBIHAN
TOURISME
L'esprit Sud de la Bretagne

LES MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME DE BELLE-ILE-EN-MER ET NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



Ce qui est visible

Accueillir, renseigner et informer.
Créer et diffuser de la documentation.
Donner de la visibilité à nos partenaires.

AGENDA

- Maintenir une collaboration avec nos partenaires.
- Aller chercher les bonnes informations auprès de tous les acteurs de l'île.
- Offrir une information précise, modérée et actualisée.

ANIMATION DES RÉSEAUX

- Être en veille permanente, suivre les acteurs de l'île et du tourisme.
- Assurer l'animation.
- Proposer un service d'information et de communication sur de nouvelles technologies.

COMMERCIALISATION

- Gestion de la boutique de l'Office (mise en avant, gestion des stocks, réassort, recherche de fournisseurs et de nouveaux produits, vente à l'Office et à distance).
- Billetterie : mise en place d'une billetterie sur le logiciel interne et/ou sur le logiciel de billetterie du partenaire.

DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

- Contribuer et participer aux échanges entre les acteurs locaux et extra locaux pour le développement du tourisme.
- Être une référence de données du tourisme et communiquer nos indicateurs relevés.
- Définir une stratégie de développement touristique et un plan d'actions en lien avec la stratégie de territoire.
- Organiser des réunions avec les différents groupes de travail.
- Gérer l'équipe et les plannings permettant une ouverture à minima de 305 jours/an.

ACCUEIL/INFORMATION/OBSERVATOIRE

- Être une référence en matière d'accueil : marque Qualité Tourisme. Offrir un accueil chaleureux, un conseil éclairé, une information précise, actualisée et adaptée.
- Sensibiliser à la préservation de l'île et ses ressources.
- Offrir un accueil permanent en deux langues étrangères au moins.
- Accueillir et répondre à distance (mail et téléphone) toute l'année.
- Collecter, vérifier, traduire et afficher les informations.
- Donner accès à la consultation des disponibilités d'hébergements.
- Vérifier et actualiser tous les affichages tous les jours.
- Recueillir les indicateurs du tourisme.
- Gérer les espaces d'accueil et les garantir facilement accessibles.
- Gérer les stocks.
- Gérer la relation clients : collecter les avis et suggestions, traiter les réclamations, mesurer la satisfaction et apporter les améliorations correctives.
- Former le personnel pour une meilleure connaissance du territoire.
- Participer à des Educateurs pour mieux connaître et parler de nos partenaires.
- Participer aux groupes de réflexion pour moderniser et adapter l'Office de Tourisme.
- Alimenter la base de données Hawaii.
- Suivre et mettre en place les nouveautés réglementaires.

PROMOTION/COMMUNICATION

- Elaborer une stratégie de communication.
- Concevoir et/ou participer à la création, actualiser chaque année et éditer nos différents supports : Guide de voyage, horaires de marées et cartes.
- Mise à jour et conception de nos affichages et supports internes.
- Enrichir la photothèque en interne et recrutement d'une photographe.
- Être en veille constante sur notre site internet afin d'y proposer une information précise et actualisée. Mise à jour du site internet et création de nouveaux contenus.
- Créer et envoyer des newsletters Grand Public et Professionnels.
- Participer au rayonnement médiatique du territoire.
- Fédérer les acteurs du tourisme et les impliquer dans la valorisation du territoire.
- Organiser les accueils presse.

ADMINISTRATIF, RH, COMPATIBILITÉ & PARTENARIATS

- Effectuer une veille juridique sur la législation en vigueur.
- Développer les recettes financières.
- Valider et commercialiser les partenariats.
- Validation, commande et comptabilité boutique.
- Ressources humaines en interne.
- Répondre aux normes du label Destination Excellence avec indicateurs de création de procédures : q, qualité de services, dispositions de management, accessibilité, sobriété énergétique et optimisation des consommations internes, politique environnementale, etc.
- Gérer la taxe de séjour (veille juridique, information aux hébergeurs, etc).

3. LES ENGAGEMENTS DE L'OTBI

Envers les visiteurs

L'Office de Tourisme de Belle-Île-en-Mer s'engage à offrir un accueil chaleureux, des informations précises et actualisées, ainsi qu'un accompagnement personnalisé pour faciliter le séjour de chaque visiteur. Il met à disposition des supports variés (brochures, site web, réseaux sociaux) et propose des conseils adaptés afin de faire découvrir la richesse du patrimoine naturel, culturel et gastronomique de l'île.

Soucieux de l'expérience des visiteurs, l'Office veille à recueillir et prendre en compte leurs retours pour améliorer en permanence la qualité des services proposés.

Renouvellement de la marque Qualité

Engagé dans une démarche d'excellence, l'Office de Tourisme de Belle-Île-en-Mer renouvelle sa marque Qualité Tourisme™, garantissant un service fiable et performant. Cette certification témoigne d'une volonté constante d'amélioration, notamment à travers la formation des équipes, l'optimisation de l'accueil et l'adaptation aux nouvelles attentes des visiteurs. Le respect des critères exigeants de ce label assure aux touristes et aux partenaires un gage de confiance et de professionnalisme, renforçant ainsi l'image de Belle-Île comme destination d'exception.

Envers les professionnels

L'Office de Tourisme travaille en étroite collaboration avec les acteurs locaux pour valoriser leur offre et renforcer l'attractivité de Belle-Île. Il accompagne les professionnels du tourisme dans leur développement en leur fournissant des outils de promotion, des rendez-vous annuels de bilan de saison et un soutien pour répondre aux attentes des visiteurs. Par ailleurs, il favorise le travail en réseau et encourage des initiatives respectueuses de l'environnement et du territoire, contribuant ainsi à un tourisme durable et responsable.





4. CAP SUR 2025

Nos objectifs et nos projets

UNE AMÉLIORATION CONSTANTE DE L'ACCUEIL DES VISITEURS

Un espace d'accueil, place de l'Hôtel de Ville, attractif et vivant.

- Mise en place et animation quotidienne de l'écran Agenda.
- Ajustement des mobiliers présentoirs pour améliorer la visibilité des communications partenaires.
- Création de portraits insulaires mettant en valeur toutes les facettes de la destination pour que l'espace portrait reste facteur d'attractivité.
- Alimentation en objets et en créations permettant de faire vivre le mur des « Savoirs faire insulaires ».
- Elargissement des horaires d'ouverture en été et optimisation sur le reste de l'année.

Renforcer et dynamiser la collaboration avec l'Office de Tourisme « Baie de Quiberon Le Grand Souffle » & l'Office de Tourisme de Carnarc

- Organisation d'une rencontre annuelle des salariées de 2 offices de tourisme.
- Renforcement des collaborations pour améliorer la cohérence de nos discours et de nos accueils.

Donner des clés de préparation de séjour et de compréhension de nos fragilités dans la Gare Maritime de Quiberon.

- Création et mise en place, à l'entrée, de 3 totems d'information touristique : Belle-Ile, Houat & Hoëdic.
- Mise en place de communications engageantes simples sur les fragilités insulaires disposées stratégiquement dans la gare maritime.
- Participation active aux groupes de travail régional, pour penser les déploiements des communications tout à long de la chaîne de transport vers & depuis les îles (du parking à Quiberon au débarquement sur les îles, et inversement).



UNE NOUVELLE DYNAMIQUE « COMMUNICATION - PROMOTION » POUR MAINTENIR NOTRE NOTORIÉTÉ

Garantir le renouvellement de nos visuels pour rester au goût du jour, voire le devancer.

- Mise en place d'une photothèque professionnelle, incluant des images récentes porteuses de nos valeurs.



- Création des 4 films courts propice à la mise en valeur de Belle Ile sur les réseaux.
- Création de la nouvelle carte touristique papier pour diffusion 2026.
- Mise en place du groupe de travail « refonte des éditions » pour offrir demain de nouvelles documentations en phase avec les attentes visiteurs.

Booster notre visibilité numérique



Dynamisation des réseaux sociaux par plus de publications spontanées.



Mise à jour permanente et réactive du site www.belle-ile.com



Création de contenus pour maintenir l'attractivité du site www.belle-ile.com

Faire vivre nos collaborations porteuses d'actions promotionnelles

- Renforcement de notre accompagnement des journalistes, des influenceurs, ...
- Maintien de l'animation du groupe de travail « promotion » pour rester réactif et créatif
- Cultiver notre collaboration avec le Comité Régional du Tourisme et Morbihan Tourisme pour orienter les bonnes actions presse et relayer nos valeurs à toutes les échelles.

UN OFFICE EN PHASE AVEC LES ACTEURS ET LES ENTREPRISES DU TOURISME

Aller vers les acteurs et entreprises du tourisme pour mieux connaître les attentes et y répondre

- Mobilisation de l'équipe sur une augmentation des rencontres-visites partenaires.
- Valorisation et développement de l' « Espace Pro » en ligne.



Faire le lien entre tous les acteurs du tourisme, public et privé

- Accompagnement de la communauté de communes et de l'Agence Départementale du Tourisme dans l'actualisation de la stratégie touristique, en assurant la présence des acteurs et entreprises.
- Maintien de l'observatoire mensuel du tourisme et de sa large diffusion.
- Pérennisation de la réunion annuelle du tourisme, espace d'échanges entre acteurs du tourisme et élus.
- Migration de notre base de données vers l'outil régional pour fluidifier notre communication.



VERS LA LABELISATION

« DESTINATION D'EXCELLENCE », REMPLAÇANT LA MARQUE QUALITE TOURISME, DÈS 2025



- +33 (0)2 97 31 81 93
- www.belle-ile.com
- info@belle-ile.com
- 1 bis Place de l'Hôtel de Ville CS 61102
56360 Le Palais

