

**EPIC « OFFICE DE TOURISME DE BELLE-ÎLE-EN-MER »**  
Procès-verbal de la séance du comité de direction  
du lundi 27 novembre 2023

L'an deux mille vingt-trois, le lundi 27 novembre 2023 à 14h00, les membres du Comité de Direction de l'Office de Tourisme de Belle-Île-en-Mer, légalement convoqués, se sont réunis à la Communauté de Communes, sous la présidence de Pierre-Paul AUBERTIN.

Nombre de conseillers : ➤ en exercice : 21 ➤ présents : 14 ➤ votants : 14	* <b>Membres présents :</b>	
	Collège des élus	Jean-Luc GUENNEC, Noémie SOULIER, Tibault GROLLEMUND, Ronan JUHEL, Dominique ROUSSELOT, Marie THUILLIER
	Collège des professionnels	Dominique MICHAUD, Pierre-Paul AUBERTIN, Laurent CLEMENT, François DESARD, Nicole LENOBLE, Stéphane MAUGER
	Collège des personnalités qualifiées	Dorothee GUEGAN, Pierrick PAINVIN
	* <b>Membres représentés :</b>	
	Collège des élus	
	Collège des professionnels	
	Collège des personnalités qualifiées	
Date de convocation : 21/11/2023	* <b>Membres absents :</b>	
	Collège des élus	Guillaume CHATELAIN, Valérie LE BIHAN, Katia LE PORT, Hélène JUGEAU, Soizic LUCAS,
	Collège des professionnels	Marianne LE POETVIN, Claude LEBORGNE ;
	Collège des personnalités qualifiées	
	* <b>Étaient également présents :</b>	Julien FROGER – Directeur de l'office de tourisme Camille BEVAND – Responsable de Développement Touristique de l'office de tourisme Geneviève PAILLET – Responsable Administrative et Commerciale de l'office de tourisme

### Ordre du jour

1. Validation du dernier compte rendu du CODIR du 25 septembre 2023
2. Présentation de Camille BEVAND, Responsable de Développement Touristique
3. Bilan de saison 2023 :
  - Restitution de l'observatoire 2023 et mise en avant des tendances/constats
  - Échanges sur les objectifs découlant de cet observatoire pour l'OTBI
  - Validation du projet de communiqué de presse commun CCBI/OTBI
4. Objectifs et axes de travail 2024 :
  - Présentation des objectifs et axes de travail par pôles : Accueil – Communication - commercialisation
  - Zoom sur le Plan de Commercialisation
  - Zoom sur les objectifs du Plan de Communication 2024
  - Validation du projet de communication à l'attention des partenaires
5. Divers concernant le fonctionnement de l'Office de Tourisme
  - Convention d'Assistance à Maitrise d'Ouvrage (Délibération)
  - Engagement pris supérieurs à 2 000,00€HT.
6. Questions diverses

*Belle-île, la Bien Nommée, l'île qui vous change durablement !*

OFFICE DE TOURISME, catégorie I – Quai Bonnelle – CS 61102 – 56360 LE PALAIS

SIRET 878 114 107 00013 – Atout France IM 056200003

☎ : 00 33 (0)2 97 31 81 93 – [info@belle-ile.com](mailto:info@belle-ile.com) - [www.belle-ile.com](http://www.belle-ile.com)

## 1. Validation du dernier compte-rendu de CODIR du 25 septembre 2023

Le compte rendu du CODIR du 25 septembre dernier était joint à l'invitation. Celui-ci ne soulevant ni question, ni observation, est approuvé à l'unanimité.

Votes : 20	Pour	14
	Contre	0
	Abstention	0

## 2. Présentation de Camille BEVAND, Responsable de Développement Touristique

Camille a pris son poste le 1<sup>er</sup> octobre dernier. Actuellement Camille travaille avec les pôles communication et accueil sur les différents objectifs 2024.

Auparavant Camille occupait un poste de chargée de mission tourisme en Auvergne.

## 3. Bilan de saison 2023

### ➤ Restitution de l'observatoire 2023 et mise en avant des tendances/constats

Voir présentation de l'observatoire en annexe

L'observatoire nécessite de monter en puissance, mais nous avons déjà une base. L'objectif étant que l'on puisse transmettre, à l'ensemble des partenaires de l'Office, périodiquement les données, afin d'objectiver les ressentis

Ce document est mis à disposition de l'ensemble des partenaires sur le site pro : <https://www.belle-ile.com/espace-pro/>

On peut qualifier l'année de stable : -2% vs 2022, et +2% vs 2019. On constate une légère augmentation sur avril et mai, une baisse de la fréquentation en juillet, août et septembre.

À noter une forte baisse de la fréquentation de randonneurs notamment en septembre On retrouve des données semblables à celles d'avant COVID et d'avant Mon GR préféré.

Les indicateurs ressources (volume d'eau potable produit et volume de verre récolté) vont être complétés.

La commission tourisme a validé un communiqué de presse « Bilan de saison » partagé CCBI/OTBI. Ce communiqué a été transmis en amont du CODIR. Il a été validé par le bureau de l'Office de Tourisme et par la présidente de la CCBI.

### ➤ Échanges sur les objectifs découlant de cet observatoire pour l'OTBI

Les débarquements sont indiqués hors insulaires.

Pierre-Paul AUBERTIN fait remarquer que l'observatoire ne comporte que des pourcentages. Il est compliqué d'exprimer ces données en valeur absolue, car ce qui nous importe c'est la fluctuation sur une même période.

Exemple : pour le transport public terrestre on comptabilise des voyages et non des personnes, car une même personne peut effectuer plusieurs voyages. Sur le sentier côtier les compteurs relèvent des flux de passages pas un nombre de personnes.

Pour les débarquements on pourrait donner une valeur absolue : de janvier à fin octobre Belle Ile a accueilli 409 911 visiteurs.

*Belle-île, la Bien Nommée, l'île qui vous change durablement !*

OFFICE DE TOURISME, catégorie I – Quai Bonnelle – CS 61102 – 56360 LE PALAIS

SIRET 878 114 107 00013 – Atout France IM 056200003

☎ : 00 33 (0)2 97 31 81 93 – [info@belle-ile.com](mailto:info@belle-ile.com) - [www.belle-ile.com](http://www.belle-ile.com)

Les données comme la durée de séjour et le taux de réservation sont manquantes.

François DESARD indique qu'il a eu beaucoup moins de demande. Sur le mois de septembre il enregistre une baisse de 35%.

Nicole LENOBLE enregistre également une chute de fréquentation tout comme les Gites de France et les artisans.

Le gîte de Lannivrec accuse une très légère baisse de fréquentation.

Pierrick PAINVIN a constaté une évolution de la clientèle des Belle Ile Bus : Cette année les bus ont transporté de nombreux petits groupes (8/10 personnes) hébergés en location de grande capacité et moins de famille ou de couples hébergés en chambres d'hôtes ou en petite location.

L'activité des Belle Ile Bus a quasiment doublé sur le printemps et sur septembre.

Dominique MICHAUD indique que les territoires travaillant avec la clientèle étrangère ont fait de bons chiffres ce qui n'est pas de ceux qui touchent essentiellement une clientèle française.

Voir le bilan de saison établi par le Comité Régional du Tourisme Bretagne : <https://www.calameo.com/tourisme-bretagne/read/0000013156c9c50638334>

L'inflation à une incidence forte sur la consommation, la météo n'est pas la seule responsable  
Il manque un indicateur économique à l'observatoire.

➤ Validation du projet de communiqué de presse commun CCBI/OTBI

Ce point ne donne pas lieu à délibération

Le communiqué de presse sera complété par une phrase mentionnant que la baisse du pouvoir d'achat est également une des causes de la baisse de fréquentation qui peut impacter certains secteurs touristiques.

#### 4. Objectifs et axes de travail 2024 :

➤ Présentation des objectifs et axes de travail par pôles : Accueil – Communication - commercialisation

Présentation des objectifs et axes de travail pour l'année 2024

Les objectifs ont été traités par pôles :

Pôle Accueil

Pôle Communication

Pôle Commercialisation

Voir détail ci-dessous

*Belle-île, la Bien Nommée, l'île qui vous change durablement !*

OFFICE DE TOURISME, catégorie I – Quai Bonnelle – CS 61102 – 56360 LE PALAIS

SIRET 878 114 107 00013 – Atout France IM 056200003

☎ : 00 33 (0)2 97 31 81 93 – [info@belle-ile.com](mailto:info@belle-ile.com) - [www.belle-ile.com](http://www.belle-ile.com)





Axe de travail Accueil	Axe de travail Communication	Axe de travail Commercialisation
<b>MISE EN PLACE NOUVEL OFFICE</b> 1 Suivi agencement par 47 Nord P1 <i>Pilotage - M Rugolin (CCBI) - G. Paillet / C Bevand</i> 2 Organisation emménagement avec mobilier et matériel informatique bureau P1 <i>Pilotage - G. Paillet / C Bevand</i> 3 Prise en main nouvel espace P2 <i>Pilotage - C Bevand</i> 4 Meubles boutiques et savoir-faire P2 <i>Pilotage - C Bevand</i>	<b>DEFINITION PLAN ACTIONS COM 24</b> P1 <i>Pilotage - C Bevand</i> <b>MISE EN PLACE COM NOUVEL OFFICE</b> 1 Conception grande carte touristique P1 <i>Pilotage - C Bevand</i> 2 Conception 3-4 portraits P1 <i>Pilotage - C Bevand</i> <b>MISE EN PLACE COM. ACCUEILS DEPORTES</b> 1 Conception com. accueil gare maritime P2 <i>Pilotage - C Bevand</i> <b>PUBLICATION</b> 1 Mise à jour et publication Guide séjours P1 <i>Pilotage - C Bevand</i> 2 Étude d'opportunité Agenda papier P3 <i>Pilotage - C Bevand</i>	<b>REMOBILISATION-DIALOGUE PARTENAIRE</b> 1 Refonte et dif nouvelle plaquette part. P1 <i>Pilotage - G. Paillet / C Bevand</i> 2 Conception et suivi plan démarchage lié Nb. nov 23 > mars 24 - un contact avec tous les partenaires effectifs et potentiels (hors meublés) P1 <i>Pilotage - G. Paillet</i> 3 Établissement plan d'actions mobilisation-participation partenaires 2024-2025 P2 <i>Pilotage - G. Paillet / C Bevand</i> 4 Refonte tarifs partenaires 2025 P2 <i>Pilotage - G. Paillet / C Bevand</i> 5 Mise en place réunion fin de saison 2024 P2 <i>Pilotage - G. Paillet / C Bevand</i>
<b>REFONTE FONCTIONNEMENT ACCUEIL</b> 1 Définition modalités ouverture 2024 P1 <i>Pilotage - C Bevand</i> 2 'Saisonnalisation' temps de travail des agents d'accueil P1 <i>Pilotage - C. Bevand</i> 3 Établissement planning et définition besoin en renfort saisonnier P1 <i>Pilotage - C Bevand</i>		<b>DEVELOPPEMENT OFFRE ACTIVITE</b> 1 Actualisation convention commercial. et des taux de commissionnement P2 <i>Pilotage - G. Paillet</i> 2 Mise en place et suivi plan démarchage lié P1 <i>Pilotage - G. Paillet</i> 3 Mise en ligne et affichage dans nouvel Office P1 <i>Pilotage - G. Paillet / C Bevand</i>
<b>MISE EN PLACE ACCUEIL DEPORTES</b> 1 Mise en place accueil gare maritime avec AQTA/BQGS/CCBI P2 <i>Pilotage - J. Frajer - C. Bevand</i> 2 Établissement partenariat et fonctionnement accueil Saouzon avec CCBI/Maire P3 <i>Pilotage - J. Frajer - C. Bevand</i>		<b>VENTE SEJOURS ETE-INDIEN / TRAIL</b> 1 Envisagé l'établissement d'une offre commerciale, vendue ou non par OTBI P3 <i>Pilotage - G. Paillet</i>

La mise en place du nouvel Office de Tourisme va mobiliser fortement le pôle accueil. L'agenceur 47 Nord est actuellement en phase de production, pour une installation en février.

Ce nouvel espace nous demande de repenser nos horaires d'ouverture au public et réintroduisant plus de saisonnalité. Nous ferons, au CODIR, une proposition d'horaires et de jours d'ouverture en Janvier.

Nous devons également repenser une nouvelle carte touristique pour habiller la partie vitrée à l'intérieur des nouveaux locaux.

Il y a également une partie « portraits » qui va demander de la créativité.

Le nouvel office devrait être opérationnel fin mars/début avril 2024.

La mise en place de 2 accueils déportés fait également partie de nos objectifs. Avec un accueil en Gare Maritime de Quiberon et un accueil sur le Port de Saouzon. Le point d'accueil à Quiberon est d'autant plus important que l'OTBI ne sera plus sur le quai d'arrivée à Belle-Ile.

Un travail sera fait sur les visuels et la communication.

*Belle-île, la Bien Nommée, l'île qui vous change durablement !*

OFFICE DE TOURISME, catégorie I – Quai Bonnelle – CS 61102 – 56360 LE PALAIS  
SIRET 878 114 107 00013 – Atout France IM 056200003

☎ : 00 33 (0)2 97 31 81 93 – [info@belle-ile.com](mailto:info@belle-ile.com) - [www.belle-ile.com](http://www.belle-ile.com)

## ➤ Zoom sur le Plan de Commercialisation

Suite au CODIR du 25 septembre dernier et au groupe de travail du 3 novembre, 3 axes prioritaires ont été identifiés :

- ✓ Les Partenaires
- ✓ Développer mes services aux partenaires
- ✓ Repenser la vente de séjours vis-à-vis de la stratégie de développement touristique

De ces 3 axes découlent des objectifs et des actions :

### Les Partenaires : Axes de Travail et Objectifs

Renouer le dialogue  
Fidéliser nos partenaires  
Connaitre leurs attentes  
Faire de l'Office une évidence  
Développer le réseau



### Les Partenaires : Actions et retro planning

Nouveau guide du partenaire: oct 23  
Contact systématique lors du renouvellement de partenariat: nov 23 à fév 24  
Visites de partenaires: nov 23 à fin 24  
Rencontre OTBI/Acteurs locaux dans chaque commune: nov à dec 23  
Enrichissement du site pro: dès août 23  
Plan de démarchage de futurs partenaires: nov 23 à fin 24  
Réunion de fin de saison: 2024

*Dalle...*

### Développer les services aux Partenaires : Axes de travail et objectifs

Accroître la visibilité de nos partenaires  
Accompagner nos partenaires dans leur action de promotion  
Refonte des tarifs et des publications



### Développer les services aux Partenaires : Actions et retro planning

Développement de l'outil de vente en ligne et au comptoir : Nov 23 à fin 2024  
Mise en place d'un écran dédié à la vente d'activités et autres : mars 24  
Mise en place d'ateliers : 2024  
Mise en place d'un plan de communication: 2024  
Proposer une gamme de tarifs et de publications adaptée aux services proposés et aux attentes des partenaires: mai à sept 24



### Repenser la vente de séjours vis à vis de la stratégie : Axes de travail et objectifs

Etablir une offre commerciale cohérente avec la stratégie et le plan de communication  
Développer la fréquentation hors saison en misant sur la clientèle étrangère et randonneurs



### Repenser la vente de séjours vis à vis de la stratégie : Actions et retro planning

Mise en place d'un planning d'action de promotion en lien avec le planning de communication : Début 2024  
Mise en place d'une "Box" packagée événement hors saison: automne 24  
Conservation de la visibilité vers nos clientèles étrangères et randonneurs en participant à des opérations de communication dédiées et/ou à des salons ciblés (salon Atout France dédié au TO Etrangers): 2025

*...*

*...*

Les rendez-vous en mairie sont destinés aux acteurs locaux du tourisme professionnels et non professionnels comme les loueurs en meublés. Ce sont des permanences permettant à tout un chacun de venir nous rencontrer pour échanger sur les services proposés par l'Office.

Les 378 partenaires de l'Office en 2023 se répartissent ainsi :

*Belle-île, la Bien Nommée, l'île qui vous change durablement !*

OFFICE DE TOURISME, catégorie I – Quai Bonnelle – CS 61102 – 56360 LE PALAIS

SIRET 878 114 107 00013 – Atout France IM 056200003

☎ : 00 33 (0)2 97 31 81 93 – [info@belle-ile.com](mailto:info@belle-ile.com) - [www.belle-ile.com](http://www.belle-ile.com)



Loueurs en meublés/ Chambres d'Hôtes	135
Activités de loisirs et Bien Être	45
Hébergements professionnels	24
Commerces / Services	82
Restaurants	33
Artistes / Artisans	59

Dominique Michaud insiste sur le fait qu'il faut diversifier notre clientèle et ne pas mettre tous nos œufs dans le même panier.

Le plan de communication n'est pas un plan de communication par partenaire mais un plan général où chacun peut mettre en place des actions de promotion en s'y greffant.

Les ateliers sont destinés à apporter une aide à nos partenaires comme par exemple sur l'utilisation des outils numériques.

### ➤ Zoom sur les objectifs du Plan de Communication 2024

Afin d'établir un plan de communication 2024, l'équipe est partie du constat suivant :

La base de notre métier consiste à « Accueillir, informer et accompagner » autant les visiteurs, que les acteurs locaux du tourisme et que les insulaires. **Ainsi, l'humain est au cœur de nos métiers.**

Le déménagement de l'Office de Tourisme, en cœur de ville est porteur d'un message. Cette nouvelle position géographique est **symbolique** : l'opportunité de **placer l'OT comme acteur incontournable de l'île.**

Le plan de communication 2024 a pour objectif de renouveler nos messages et d'harmoniser la communication externe et interne. Pour ce faire, 3 leviers de communications ont été identifiés :

- **L'humain et la nature :**
  - Mettre en avant **les acteurs locaux engagés dans une démarche écologique responsable** (label « Engagés par nature »),
  - **Encourager les mobilités douces** notamment avec le nouveau dispositif vélo mis en place et l'impression d'une carte vélo,
  - Continuer de mettre en avant le **patrimoine naturel d'exception de l'île**
  
- **L'histoire et la culture comme vecteurs d'attractivité :**
  - Mettre en avant **l'histoire de Belle-Ile** : patrimoine maritime et historique de l'île, tendances 2024 pour le ciné-tourisme (revenir sur des lieux emblématiques de tournage, de livres, séries et films)
  - Mettre en avant **la programmation culturelle et les différents évènements** tout au long de l'année
  - **Créer du réseau** au-delà de notre île (musées nationaux, phares de Bretagne etc.)
  
- **Une île vivante, dynamique à l'année :**
  - Mettre en avant le **tissu associatif local (+ de 200 associations sur l'île)**,
  - Mettre en avant **l'économie et les innovations locales**,
  - Mettre en avant notre **culture du « bien-vivre »**,
  - Mettre en avant les activités sportives : **Belle-Ile-Terre de sport** en parallèle avec les JO Paris 2024 d'autant plus qu'à Belle-Ile la saison 2024 s'ouvre avec le départ de la Trans'Atlantique Belle-Ile/Marie Galante (7 avril 2024) et se termine avec Belle Ile en Trail (3<sup>ème</sup> week-end de septembre).

*Belle-île, la Bien Nommée, l'île qui vous change durablement !*

OFFICE DE TOURISME, catégorie I – Quai Bonnelle – CS 61102 – 56360 LE PALAIS

SIRET 878 114 107 00013 – Atout France IM 056200003

☎ : 00 33 (0)2 97 31 81 93 – [info@belle-ile.com](mailto:info@belle-ile.com) - [www.belle-ile.com](http://www.belle-ile.com)



- Booster la fin de saison grâce à l'offre complète disponible

De ce constat, nous sommes arrivées à un message clé et fédérateur pour l'année 2024 : « **Embarquons ensemble** ».

Pour décliner ces trois leviers de communication, nous avons identifié **3 cibles principales** :

- **Les insulaires & résidents secondaires** : cible négligée dans nos différentes communications. Objectif principal : les transformer en ambassadeurs, relais de l'OT et de ses actions. – **Embarquons ensemble dans une vie locale dynamique !**
- **Les visiteurs français et étrangers** :
  - **Les randonneurs** : Grosse demande de la part de cette clientèle, notamment sur les ailes de saison – Objectif principal : valorisé autrement la randonnée avec mise en valeur des villages de l'île et du patrimoine bâti. – **Embarquons ensemble pour découvrir les espaces préservés de Belle-Ile !**
  - **Les familles** : Nombreuse en période estivale – Objectif principal : les inciter à découvrir l'île toute l'année en valorisant les visites de sites, les ateliers créatifs, le tissu associatif. – **Embarquons ensemble aux couleurs printanières et/ou automnales !**
  - **Les excursionnistes** : Chronophages mais impondérables. Objectif principal : leur donner envie de revenir sur un plus long séjour. – **Embarquons ensemble pour une journée et surtout pour mieux revenir !**
  - **Les jeunes actifs/couples** : clientèle attirée par des voyages expérientiels et authentiques, non soumises aux périodes scolaires. – Avec l'objectif de se greffer à une campagne mise en place par la région avec une offre sur les transports (*Breizhflix – ticket unique permettant aux bretons de -26 ans de circuler en illimité sur les réseaux trains, bus et bateaux tout en profitant de nouveaux tarifs avantageux*). Objectif principal : dynamiser le hors saison. – **Embarquons ensemble pour vivre des expériences inoubliables à Belle-Ile !**
- **Les acteurs locaux du Tourisme** : enjeu de ré-investir nos relations avec les professionnels en complément du plan d'actions commercial et dans le but de se greffer aux différentes campagnes et actions de promotion (ADT/RDT) – **Embarquons ensemble pour une offre complète et un réseau actif !**

Afin de mettre en œuvre ce plan d'actions, de nombreux outils vont être mis en place. Vous trouverez ci-dessous une liste exhaustive :

- Mise à jour du site internet et création de nouvelles pages selon les cibles
- Création d'une identité visuelle afin d'harmoniser nos supports de communication internes et externes
- Création d'un blog en parallèle du site internet pour la création de contenus expérientiels
- Création d'un compte TikTok et de contenus
- Création d'un compte Pinterest et de contenus
- Mise à jour et développement du site professionnel de l'Office de Tourisme
- Création de contenus sur les réseaux sociaux afin de toucher les différentes cibles
- Création de portraits pour le nouvel OT
- Communication sur les offres proposées par le service commercial pour dynamiser la fin de saison (été indien par exemple)
- Création d'un calendrier avec les grands événements de 2024 – vu d'ensemble sur l'année
- Communication à développer sur les marchés étrangers (*à voir sous quelle forme en parallèle avec le service commercial*)

*Belle-île, la Bien Nommée, l'île qui vous change durablement !*

OFFICE DE TOURISME, catégorie I – Quai Bonnelle – CS 61102 – 56360 LE PALAIS

SIRET 878 114 107 00013 – Atout France IM 056200003

☎ : 00 33 (0)2 97 31 81 93 – [info@belle-ile.com](mailto:info@belle-ile.com) – [www.belle-ile.com](http://www.belle-ile.com)



Dominique MICHAUD demande à ce qu'un document reprenant le plan d'actions, les grands temps forts et les grandes actions soit remis aux partenaires afin qu'ils puissent se greffer à nos actions de communication.

Pierrick PAINVIN complète en disant qu'il est important de cibler les jeunes couples et les excursionnistes qui sont des clientèles que nous sommes en train de perdre et qui ne sont pas négligeables.

Tibault GROLLEMUND propose qu'un « tableau » soit mis devant le nouvel Office pour communiquer sur la question du « Quoi faire aujourd'hui » - Relayant les activités/événements/animations du jour à destination des visiteurs et des insulaires.

### ➤ Validation du projet de communication à l'attention des partenaires

Le projet de communication aux partenaires a été transmis en amont du CODIR.

Cette communication sera transmise par courrier aux partenaires.

Pour la mise en page, nous allons nous faire aider par un graphiste.

Dominique MICHAUD soulève la question du plan de communication du CRT Bretagne :

Le message 2024 est : « Partez touriste, revenez Breton »

Il est important de s'approprier ce plan de communication et d'y prendre ce qui peut nous servir.

Nous sommes en train de renouer les liens avec l'ADT Morbihan et le CRT Bretagne.

## 5. Divers concernant le fonctionnement de l'Office de Tourisme

### ➤ Convention d'Assistance à Maitrise d'Ouvrage (Délibération)

La CCBI a proposé la mise à disposition d'un architecte pour accompagner le suivi de la prestation de 47 Nord, agenceur du nouvel office, sachant que l'office n'a ni les ressources humaines ni les compétences en interne.

Cette convention avait déjà été soumise au CODIR pour validation, mais la délibération n'a pas été faite.

La contribution de l'architecte de la CCBI est estimée à 3 800,00€, pour l'ensemble de la mission, qui sera porté sur le budget 2024.

<b>Votes : 14</b>	Pour	14
	Contre	0
	Abstention	0

Il est demandé au CODIR d'autoriser le directeur à signer la convention d'assistance à maîtrise d'ouvrage entre la CCBI et l'OTBI.

### ➤ Engagement pris supérieurs à 2 000,00€HT.

Comme précisé dans la délégation de signature du directeur de l'Office, nous présentons l'ensemble des dépenses engagées dont le montant est supérieur à 2 000,00€ HT.

*Belle-île, la Bien Nommée, l'île qui vous change durablement !*

OFFICE DE TOURISME, catégorie I – Quai Bonnelle – CS 61102 – 56360 LE PALAIS

SIRET 878 114 107 00013 – Atout France IM 056200003

☎ : 00 33 (0)2 97 31 81 93 – [info@belle-ile.com](mailto:info@belle-ile.com) – [www.belle-ile.com](http://www.belle-ile.com)





Engagements pris entre le 12/07/23 et le 27/11/2023 supérieurs à 2 000,00€ HT				
Chapitre	Compte	Fournisseur	Intitulé	Montant HT proratisé
11	6161	SARL CAPEA - MMA	Assurances RC Pro et Mandataires sociaux	2 849,00
21	2181	47 NORD	Phase 2 Direction Artistique	6 384,00
21	2181	47 NORD	Phase 3 Production 50%	22 800,00

Engagements pris sur 2024 entre le 12/07/23 et le 27/11/2023 supérieurs à 2 000,00€ HT				
Chapitre	Compte	Fournisseur	Intitulé	Montant HT proratisé
11	6135	ORANGE	Loyer standard Nouvel Office	3 610,00
11	6135	ORANGE	VPN Nouvel Office	2 810,00
11	6235	ORANGE	VPN Site actuel	1 950,00
11	6228	PIERRE MOUTY	Graphisme Guide 2024	6 190,00
65	651	BERGER LEVRAULT	Droit Utilisation logiciel	2 112,00
21	2181	47 NORD	Avenant au marché	1 710,00

## 6. Questions diverses

Pierre-Paul AUBERTIN demande ou en est la perception de la taxe de séjour  
À fin octobre en 2022, la perception était de 384 000€, contre 371 000€ en 2023.

L'ordre du jour étant épuisé, la séance est levée à 15h45.

*Belle-île, la Bien Nommée, l'île qui vous change durablement !*

OFFICE DE TOURISME, catégorie I – Quai Bonnelle – CS 61102 – 56360 LE PALAIS

SIRET 878 114 107 00013 – Atout France IM 056200003

☎ : 00 33 (0)2 97 31 81 93 – [info@belle-ile.com](mailto:info@belle-ile.com) - [www.belle-ile.com](http://www.belle-ile.com)