

Belle-île
en-mer

OFFICE DE
TOURISME

OFFICE DE
TOURISME DE
BELLE-ILE-EN-MER



OTBI

www.belle-ile.com

Stratégie de promotion & de communication



2025

SOMMAIRE

1. Vision et Positionnement p. 3

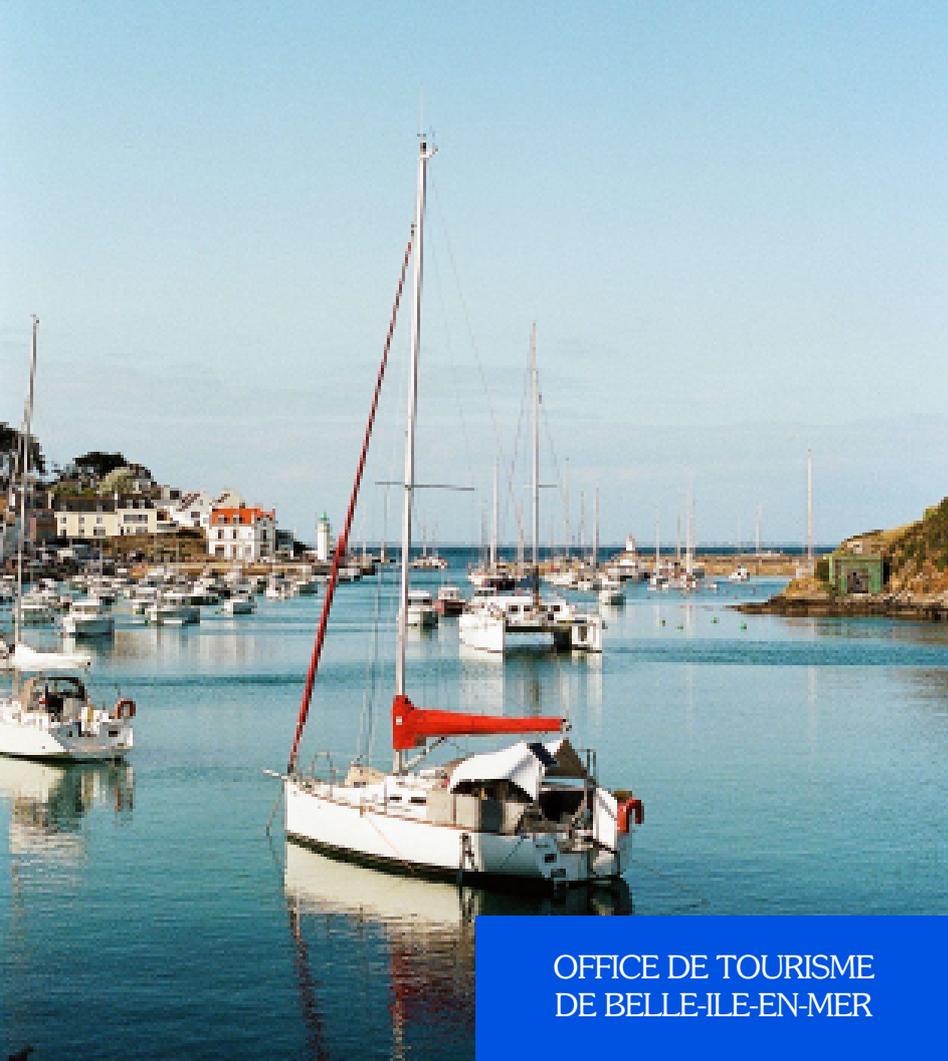
2. Objectifs de Communication et Promotion p. 4

-  Objectif 1 : Renforcer l'image de Belle-Île comme une destination authentique et préservée
-  Objectif 2 : Dynamiser l'attractivité de Belle-Île toute l'année
-  Objectif 3 : Encourager un tourisme responsable et durable
-  Objectif 4 : Fédérer les acteurs locaux autour de l'attractivité de Belle-Île

3. Actions de Communication p. 10

-  Stratégie Digitale
-  Stratégie de Contenus
-  Stratégie de Terrain

4. Évaluation et Mesure de l'Impact p. 11



OFFICE DE TOURISME
DE BELLE-ILE-EN-MER



BELLE-ÎLE EST BIEN PLUS QU'UNE DESTINATION TOURISTIQUE : C'EST UNE INVITATION AU VOYAGE, À LA LIBERTÉ ET À L'AUTHENTICITÉ.

1. Vision et Positionnement

Notre positionnement repose sur quatre valeurs essentielles :

- ↳ **NATURE** : Un bout de campagne au milieu de l'océan.
- ↳ **TERRITOIRE** : La plus grande des îles bretonnes, riche d'un terroir et de savoir-faire authentiques.
- ↳ **VIVANTE & HUMAINE** : Une île vivante toute l'année, à dimension humaine.
- ↳ **RESPONSABLE** : Un engagement pour la préservation de notre environnement naturel.

"VOUS EMMENER SUR UNE TERRE EN MER"... cela traduit notre promesse : offrir une expérience unique d'évasion, de partage et de reconnexion avec soi-même et la nature.

2. Objectifs de Communication et de Promotion



OTBI

2025

→ Objectif 1 : Renforcer l'image de Belle-Île comme une destination authentique et préservée

-  Valoriser les paysages naturels exceptionnels à travers des contenus immersifs (vidéos, photos, témoignages).
-  Mettre en avant le caractère ressourçant et unique de l'île.
-  Développer des partenariats avec des influenceurs et médias spécialisés (nature, écotourisme, slow travel).



→ Objectif 2 : Dynamiser l'attractivité de Belle-Île toute l'année

 Communiquer sur les activités hors saison : randonnées, gastronomie locale, patrimoine culturel.



 Créer une campagne digitale "Les quatre saisons de Belle-Île" pour promouvoir la diversité des expériences.

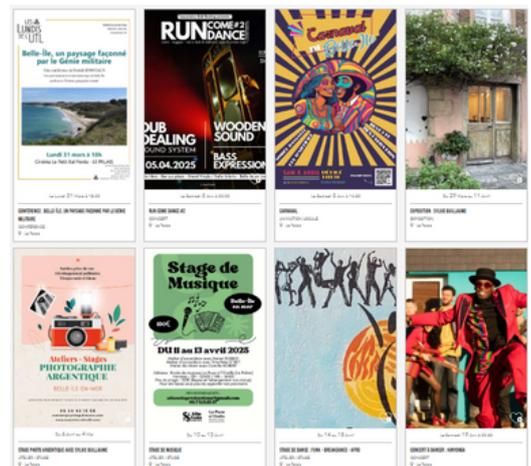


→ Belle-Île en hiver



→ Campagne : Belle-Île en automne

 Renforcer la communication des programmations d'événements culturels et sportifs pour animer l'île toute l'année.





Les Périodes et les Cibles

Avril	Mai	Juin	Juillet	Aout	Septembre	Octobre
Printemps à Belle-Ile	Les ponts de Mai	1 ^{er} jours d'été	Un été à Belle-Ile	Fin d'été	Eté indien	
Période à booster ++	Maintenir la notoriété	Période à booster	Maintenir la notoriété	Période à booster	Période à booster ++	
Les cibles						
<i>A entretenir</i>						
Randonneurs Résidents secondaires Familles	Randonneurs Résidents secondaires	Randonneurs Séniors Groupes d'amis jeunes	Randonneurs Familles Excursionnistes	Randonneurs Séniors (couples d'amis)		
<i>A développer</i>						
Séminaires d'entreprise	Groupe d'amis Couples ou solo sans enfants	Couples ou solo citadins sans enfants Séminaire d'entreprise			Couple ou solo sans enfants Séminaire d'entreprise Groupe d'amis	
Les zones géographiques						



Les axes de communication

Avril	Mai	Juin	Juillet	Aout	Septembre	Octobre
Printemps à Belle-Ile	Les ponts de Mai	1 ^{er} jours d'été	Un été à Belle-Ile	Fin d'été	Eté indien	
Le retour des beaux jours	Escapade aux beaux jours	Escapade conviviale	Un été à Belle-Ile	Lumières & couleurs changeantes	Rencontres insulaires	

→ Objectif 3 : Encourager un tourisme responsable et durable

 Sensibiliser les visiteurs à l'éco-responsabilité avec des guides et campagnes dédiées

www.belle-ile.com

Une page entièrement dédiée au tourisme éco-responsable et durable, avec une charte du voyageur, une charte du randonneur, des éco-conseils et un quiz carbone.



NOS ÉCO-CONSEILS

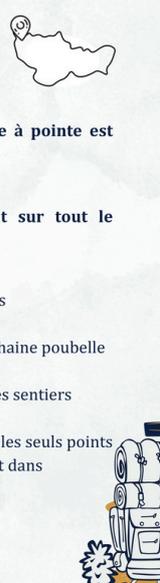
Pour que votre séjour à Belle-Île-en-Mer soit en harmonie avec nos engagements écologiques, nous vous encourageons à adopter quelques gestes simples mais efficaces ! Montrez l'exemple et faites des éco-gestes un véritable art de vivre, si comme ailleurs, ez retour chez vous. Puise Belle-Île nous changer durablement, nous en faisons le vœu et vous lançons le défi !

<p>#1 QUAND VENIR À BELLE-ÎLE ?</p> <p>Belle-Île est grande et ne s'improvise pas, choisissons nos dates de séjour avec soin pour vivre la vie insulaire en toute sérénité, un calendrier aide à visualiser les périodes calmes ou plus agréables !</p>	<p>#2 VOUS VENEZ À BELLE-ÎLE JUSTE POUR LA JOURNÉE ?</p> <p>Nous vous conseillons de prévoir un petit sac pour ramener vos déchets sur le continent. Réservez bien en avance vos prestations. Arrivez dès 9h pour profiter pleinement de votre journée car l'île est grande.</p>	<p>#3 SOUTENONS LA VIE INSULAIRE !</p> <p>Nos commerces et nos producteurs ont du talent. Ici comme ailleurs, offrons local, soutenons notre économie insulaire et le circuit court.</p>
<p>#4 OÙ STATIONNER À PALAIS ?</p> <p>À Palais, garons-nous sur les parkings gratuits à 5min à pied du centre pour se promener dans les ruelles et les belles boutiques.</p>	<p>#5 COMMENT ALLIER LOISIRS ET PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT ?</p> <p>Découvrez les bonnes pratiques respectueuses du monde vivant avec les prestataires de loisirs de pleine nature labellisés « Engagés par Nature ».</p>	<p>#6 PIQUE-NIQUE ZÉRO DÉCHET !</p> <p>Faites d'âit entre amis i mettons-nous aux pique-nique ZÉRO déchet ! Partis plus maison dans des contenants réutilisables, verres et couverts non jetables, bouteilles isothermes, serviettes en tissu... qui dit mieux ?</p>
<p>#7 ÉCONOMISONS L'EAU !</p> <p>Ce lieu magique nous rappelle à quel point l'eau est précieuse, particulièrement sur les Îles. Découvrons comment les marins s'approvisionnent et renouvelons leurs ressources en eau à l'Île-aux-Vaches. A l'Hotel prenez soin de l'eau, évitez les seaux.</p>	<p>#8 LE GRP 340 GRAND TOUR DE BELLE-ÎLE-EN-MER, ELU GRP PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS 2022</p> <p>Sur le sentier côtier, respectons la flore fragile, restons sur le chemin et ne laissons plus aucun papier disgracieux. Ramassons nos déchets, prévenons votre</p>	<p>#9 GLISSER AU FIL DE L'EAU.</p> <p>Embarquons pour une promenade hors du temps, au fil de l'eau en kayak ou paddle. Seul ou avec un guide expérimenté, découvrons des panoramas variés, sans bouleverser leur état naturel. C'est une bonne idée.</p>

Randonner à Belle-Île-en-mer



-  **L'utilisation de bâtons de marche à pointe est interdite**
Par arrêté municipal des 4 communes du 20 juin 2022
-  **Le camping sauvage est interdit sur tout le littoral de l'île**
Art R.111-33 du code de l'urbanisme, en sites classé et inscrit
-  Le sentier côtier est interdit aux vélos
-  Je garde mes déchets, jusqu'à la prochaine poubelle
-  Pour préserver la flore, je reste sur les sentiers
-  Je planifie mon itinéraire à l'avance : les seuls points d'eau et de ravitaillement se trouvent dans les quatre bourgs
-  Je suis prudent en bord de falaises.




QUIZ CARBONE

TESTEZ VOS CONNAISSANCES SUR L'IMPACT CARBONE DE NOS MODES DE VIE ET DÉCOUVREZ EN UN CLIN D'ŒIL LE POIDS CARBONE DE TOUT CE QUI NOUS ENTOURE.

Le savez-vous ? Boire 1 litre d'eau en bouteille a en moyenne 6 fois plus d'impact que boire 1 litre de H₂O ! C'est ce que nous apprenons le nouveau Quiz carbone d'Impact CO₂. Ce jeu interactif vous propose de tester vos connaissances sur l'impact carbone et de découvrir les bons gestes de grandeur en 10 questions. D'après vous, qu'est-ce qui a le moins d'impact sur le climat ?

QUESTION 1 / 10
D'après vous, qu'est-ce qui a le moins d'impact sur le climat ?

Choisissez votre réponse ci-dessous :

 1 Repas avec du bœuf	ou	 1 AIR Paris - Marseille en TGV
---	----	---

FR

Partager | Imprimer | Télécharger

Voyageons ensemble

Charte du voyageur



En Bretagne, sur ce territoire marin, urbain, paysan, on murmure que...

- Les voyageurs ne comptent pas pour du beurre. La côte se montre plus sauvage que les habitants.
- On reçoit des vagues d'émotions, même en pleine tempête.
- On grave chaque instant dans sa mémoire, pas sur les pierres.
- On ramasse ses déchets parce que c'est pas la mer à boire.
- On retourne la terre des champs, pas le sable fin de l'estran.
- On consomme local aussi naturellement que l'on savoure une crêpe.
- On pose volontiers la boîte pour danser du 1st mai.
- On contemple les ballets d'aigrettes sur la pointe des pieds.
- On retrouve sa liberté sans s'échapper des sentiers de randonnée.
- Les guides enchantent les visiteurs et ce n'est pas une légende.
- La rencontre avec la Bretagne se partage avec fierté.

Les Offices de Tourisme de Bretagne vous souhaitent la bienvenue.
Degemer mat !

Partagez et signez la charte du voyageur : www.charte-du-voyageur.bzh

Projet soutenu par :



 Promouvoir des modes de transport doux sur l'île (vélo, marche, etc).



AVANT OU PENDANT VOTRE SÉJOUR
UTILISEZ NOTRE OUTIL
POUR TROUVER VOTRE MOYEN DE TRANSPORT

Distance	Itinéraire
Départ	Arrivée
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Aller / retour	
Découvrez la quantité de CO ₂ e que vous émettez pour ce trajet	
<input type="button" value="Comprendre les données"/>	<input type="button" value="Aller plus loin"/>
FR	
	
<input type="button" value="Partager"/> <input type="button" value="Intégrer"/> <input type="button" value="Télécharger"/>	

 Mettre en avant les initiatives locales respectueuses de l'Environnement.

01



02



→ Objectif 4 : Fédérer les acteurs locaux autour de l'attractivité de Belle-Île

 Créer un réseau d'ambassadeurs locaux pour partager l'histoire et les traditions de l'île.



 Organiser des ateliers collaboratifs entre professionnels du tourisme, habitants et associations.

RÉUNION ANNUELLE



LES ATELIERS DU TOURISME



 Développer une charte "Belle-Île Responsable" pour impliquer les acteurs locaux dans une démarche durable.

3. Actions de Communication

→ Stratégie digitale

-  **Mise à jour permanente et ajout de contenus du site web** avec une navigation immersive et intuitive.
-  **Campagne sur les réseaux sociaux** (Instagram & Facebook) avec des formats courts et engageants.
-  **Newsletter** valorisant les événements, les offres et les portraits d'habitants.

→ Stratégie de Contenus

-  **Série documentaire courte** sur la vie insulaire et les savoir-faire locaux (à mettre en place sur Instagram et le site internet rubrique VIVRE ICI).
-  **Photographies** pour nourrir la communication visuelle.
-  **Création d'un blog** avec des récits d'expériences et des conseils de voyage

→ Stratégie terrain

-  **Collaboration** avec les hôtels, campings et locations de vacances mais aussi avec BreizhGo Océane pour proposer des offres exclusives.
-  **Mise en place d'expériences immersives** sur l'île (rencontres avec les artistes et artisans, description de séjours thématiques).
-  **Événements promotionnels** (avec Morbihan et Bretagne).

4. Évaluation et Mesure de l'Impact

→ Indicateurs Clés de Performance

-  Augmentation du trafic web et des interactions sur les réseaux sociaux.
-  Nombre de visiteurs hors saison.
-  Satisfaction des visiteurs (enquêtes, avis en ligne).
-  Engagement des acteurs locaux (adhésion à la charte responsable).

→ Outils de suivi

-  Google Analytics, rapports sociaux, enquêtes terrain.
-  Baromètre de perception de la destination.
-  Suivi de la notoriété et des retombées presse.

Conclusion

Avec cette stratégie, Belle-Île affirme son identité et son engagement à offrir une expérience unique, libre et authentique. En mobilisant l'ensemble des acteurs locaux et en promouvant un tourisme durable, l'Office de Tourisme renforce l'attractivité de l'île et son rayonnement auprès d'un public en quête de sens et d'évasion.



Belle-île
en-MER

OFFICE DE
TOURISME