

Rapport d'activités 2018



Office de tourisme Chalosse Tursan

Service Public Administratif

Une nouvelle organisation touristique



En application de la loi NOTRe, le 1^{er} avril 2017, l'Office de Tourisme Chalosse Tursan est né de la fusion des offices de tourisme de Geaune, Hagetmau et Saint-Sever.



Le siège social de ce nouvel office est situé Place du Tour du Sol à Saint-Sever.



Un bureau d'information touristique à Hagetmau, Place de la République



Un bureau d'information touristique à Geaune, Route de la Chalosse



Deux antennes saisonnières :
Centre Contemporain de la Céramique à Samadet
Cave des Vignerons du Tursan à Geaune.



Des accueils hors les murs en saison
(ex : camping des rives de l'adour à Saint-Sever)

L'année 2018 est donc le 1^{er} exercice intégral pour ce nouvel office de tourisme

Ce nouvel office communautaire a le statut de SPA (Service Public Administratif) et dépend donc de la communauté de communes Chalosse Tursan.

La gouvernance est assurée par un conseil d'exploitation composé d'élus et de socioprofessionnels représentant toutes les branches touristiques de notre territoire.

Les atouts de Chalosse Tursan

1 vignoble

Le Tursan

1 complexe La cité verte

Hagetmau, ville la plus sportive de France *

Des partenariats

Un travail en commun avec d'autres territoires

De prestigieux labels

Patrimoine UNESCO** et Monument Historique pour l'abbatiale de Saint-Sever

Nombreux hébergements

Près de 150 sur le nouveau territoire

2 voies jacquaires

Voie du Puy et Voie du Vezelay

2 musées

Musée des Jacobins à Saint-Sever
Musée de la faïencerie à Samadet

* communes de moins de 20 000 habitants, pour l'année 2012

** au titre des Chemins de Saint Jacques de Compostelle

Accueil et Information

Notre territoire d'Accueil

La vocation première d'un Office de Tourisme est l'accueil de ses visiteurs. C'est une mission « organique » qui relève du service public propre à tous les Offices de Tourisme en France.

Communes de la communauté de communes Chalosse Tursan disposant d'un point d'accueil :



Bureau d'information Touristique à l'année



Bureau d'information Touristique saisonnier



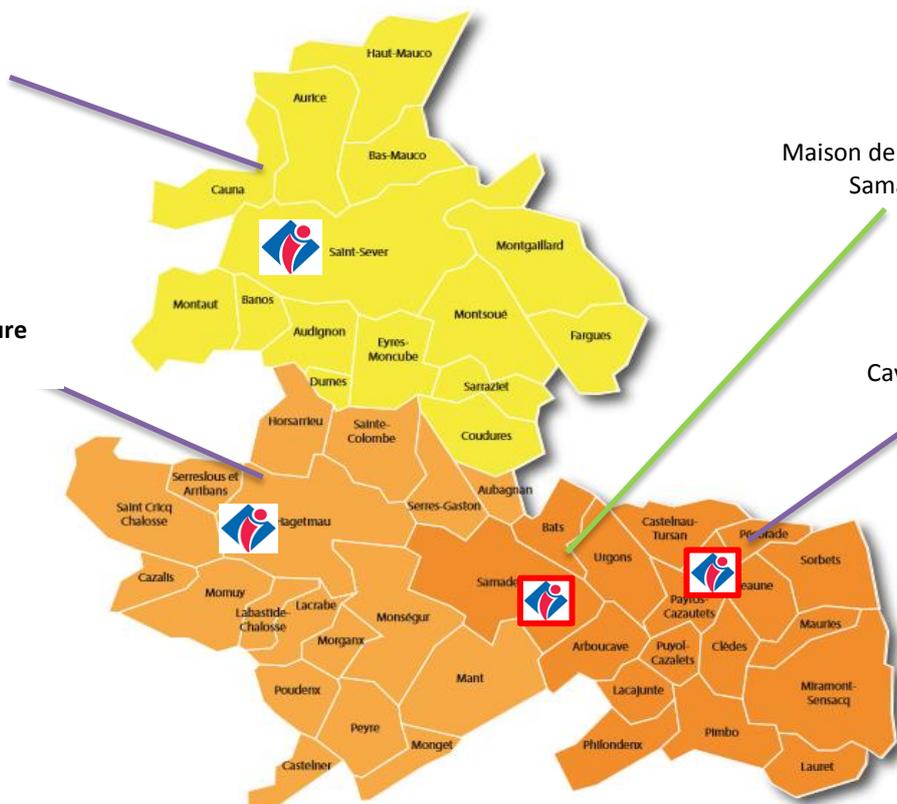
LANDES

304 jours
d'ouverture
Saint-Sever

268 jours d'ouverture
Hagetmau

Maison de la faïence de
Samadet**

100 jours d'accueil
touristique
Cave des vigneron landais (et
BIT Geaune 1^{er} semestre
2018)



Cumulés, c'est donc **672 jours d'ouverture** sur 3 lieux d'accueil en 2018 dont 3 jours fériés, et 24 dimanches
Les principales **langués étrangères** parlées dans les différents bureaux d'information sont **l'anglais, l'espagnol et l'allemand**.

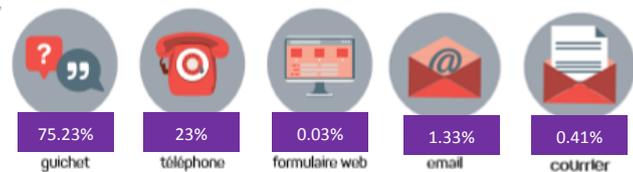


BON A SAVOIR : Un accueil « hors les murs » est également assuré durant 7 lundi matin en juillet et aout au Camping des Rives de l'Adour de Saint-Sever

** L'accueil de la Maison de la Faïence de Samadet est principalement assuré par un salarié de la communauté de communes, service Culture. Il est complété par un salarié de l'Office de Tourisme pour pallier à des difficultés de planning en été.

Les demandes d'information de nature touristique en 2018

Sur 100 « contacts » que nous recevons à l'Office de Tourisme, voici la répartition dans leur nature :



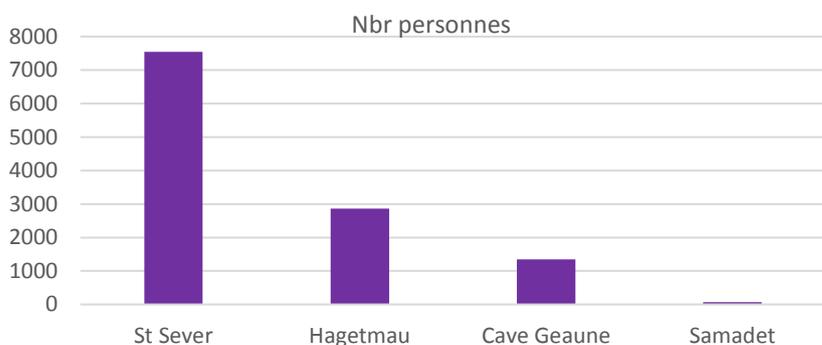
Hors recours à la navigation du site Internet de la destination, les clients et prospects utilisent principalement **la visite dans les locaux** devant l'appel téléphonique pour accéder à l'information. Les autres solutions sont marginales.

L'Office de Tourisme a répondu en 2018 :

- 115 demandes touristiques par mail
- à 100 envois de courriers touristiques
- à 1553 appels touristiques téléphoniques

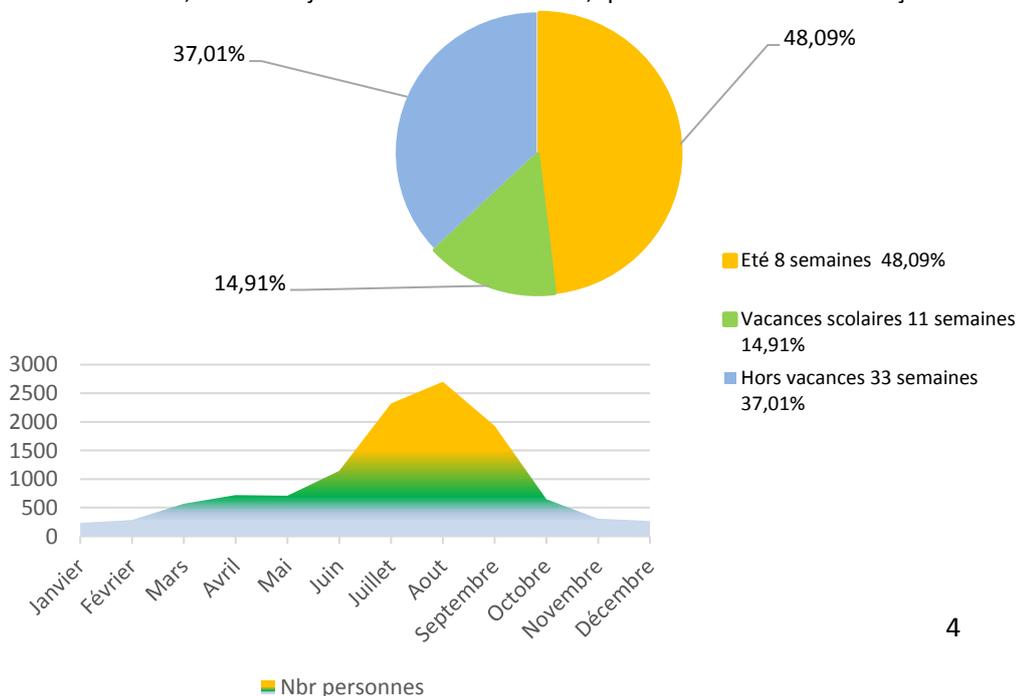
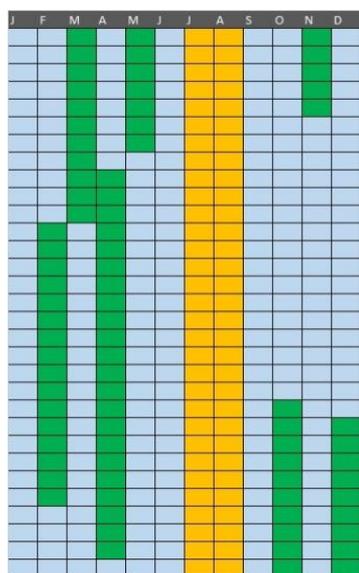
La fréquentation physique de l'OT et BIT en 2018

En 2018 c'est au total près de **12 000 personnes** accueillies à l'OT pour **6470 actes** de renseignements

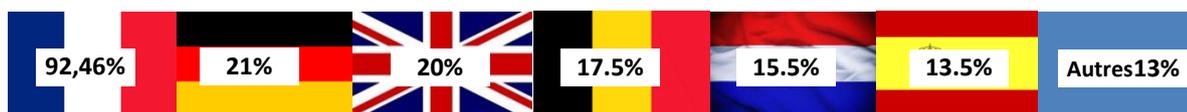


NB: l'ensemble des éléments chiffrés sont relevés à la main par les conseillers en séjour. En cas d'affluence ou de demandes multiples il est possible que des contacts ne soient pas relevés et passent entre les mailles du filet. Les chiffres donnés sont donc indéniablement à MINIMA.

C'est évidemment lors des périodes de vacances scolaires, et très majoritairement durant l'été, que l'Office de Tourisme reçoit le plus de visiteurs.



L'origine des clientèles

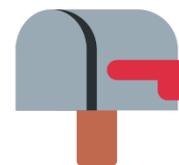


La clientèle française est largement majoritaire (92% des demandeurs d'informations).

Parmi les étrangers (8% de notre clientèle), les **Allemands** (20.83%) sont les plus nombreux, devant les Britanniques (19.59%), les belges (17.52%), les néerlandais (15.46%) et les espagnols (13.40%). Les autres pays représentent 13.20% de notre clientèle étrangère.

Les demandes de documentation

En 2018, a été traité par courrier 100 réponses à des demandes de documentation (données traitées avec Tourinsoft). La tendance est en très forte baisse car de plus en plus de prospects et de clients ont recours à la lecture et au téléchargement de documents via le site Internet de la destination.



La fréquentation du site internet de l'Office de Tourisme

Le site Internet www.landes-chalosse.com ouvert en avril 2017, est issu du partenariat avec les OT d'Amou et de Terres de Chalosse dans la cadre de l'association Landes Chalosse qui nous réunissait pour plusieurs actions communes. Suite à la défection en fin d'année 2018 de Terres de Chalosse (p33) au sein de cette association, ce site de destination à compter du 1er janvier 2019 ne fait plus la promotion que de Chalosse Tursan et d'Amou.

Le site de la destination est un site « généraliste » de présentation de la destination, dont les objectifs sont les suivants :

- informer les visiteurs potentiels des offres et atouts de la destination (ex : offres, événements et manifestations...)
- séduire les publics en montrant les principaux atouts de la destination (ex : images et vidéos des lieux, activités ...).



45 996 visiteurs

148 215 pages vues

Moyenne de connexion de 2,025 minutes



TOP 5 Rubriques

- 1 Se Divertir 28.49%
- 2 Déguster 18.03%
- 3 Séjourner 12.04%
- 4 Explorer 10.43%
- 5 S'Informer 5.38%

Comment les internautes accèdent à landes-chalosse.com :

- Via moteurs de recherche **60.81%**
- Via accès direct **23.53%**
- Via liens d'autres sites **6.88%**
- Via les réseaux sociaux **8.78%**

Le recours et la fréquentation des espaces Wifi de l'Office de Tourisme



L'Office de Tourisme Chalosse Tursan propose le **WIFI gratuit** à ses touristes dans ses locaux de Saint-Sever (solution Noodo) et d'Hagetmau (solution 2ISR).

En 2018, il a été enregistré **909** connexions, dont : 43.02% pendant les seuls mois de juillet et août, 31.30% en reconnexion automatique (le fait de personnes qui reviennent sur le site). Le Bureau de Hagetmau est le plus utilisé au sein de l'Office de tourisme (52.37%)

Globalement sur l'ensemble des sites de l'Office de tourisme, les étrangers représentent **6%** des utilisateurs du WiFi.

La gestion de l'information touristique

L'Office de Tourisme Chalosse Tursan fait partie du **réseau régional intitulé SIRTAQUI** qui permet de gérer, partager et exploiter les données saisies localement par les Offices de Tourisme. L'utilisation des données se fait en étroite coordination avec le Comité Départemental du Tourisme des Landes, et est adossée à la solution technique « Tourinsoft », propriété de la société Faire Savoir.

Dans le cadre de ce réseau, **1106 fiches** ont été saisies et gérées en 2018 par l'Office de Tourisme Chalosse Tursan.

 **63**
Hébergements

 **38**
Activités et Loisirs

 **788**
Fêtes et Manifestations

 **70**
Patrimoine

 **34**
Restaurations

 **29**
Dégustation/ producteurs

 **36**
Equipement de loisirs

 **48**
Organismes et Commerces

A ces fiches décrivant l'offre touristique, **124 fiches relatives à des prospects**, qui se sont adressés à l'OT pour obtenir des informations sur la destination, sont également gérées par l'Office de Tourisme au sein du réseau SIRTAQUI.



La base de données SIRTAQUI est un outil de partage. Elle fait l'objet d'exports qui permettent au CDT (et très rarement nous concernant au CRT Nouvelle Aquitaine) de produire des éditions relatives aux événements et animations de l'ensemble du territoire des Landes pour chaque période touristique et les temps particuliers (ex : Printemps des Landes, Tourisme Gourmand...).

L'Office de tourisme, acteur principal de la promotion du territoire

La promotion de la destination « Chalosse Tursan », répond à deux objectifs :

1. **Déployer l'identité et l'image du territoire, nouveau et regroupé sous le vocable de « Chalosse Tursan »**, dans tous leurs composants, globalement ou de manière ciblée, afin de séduire des clientèles adeptes et/ou potentielles.
2. **Consolider les partenariats extérieurs afin de faire connaître une destination plus forte et visible, celle de l'intérieur des Landes** et la rendre accessible au travers de la présentation des offres touristiques (hébergements, loisirs, événements ...) et des services liés

→ au sein de « **Landes Chalosse** » avec nos confrères des OT des Luys et de Terres de Chalosse, en vue d'une possible fusion

→ au sein de « **Landes Intérieures** » avec nos partenaires OT de Mont de Marsan et OT de Grenade dans le cadre de l'appel à projet commun sur lequel nous travaillons ensemble.

Cette organisation se veut et se doit d'être temporaire. Conscients depuis le début qu'une strate territoriale est de trop et que cela entraîne de la confusion tant dans l'esprit des touristes, des locaux, des prestataires que de nos partenaires institutionnels, l'année 2019 devra solutionner cette structuration et les élus opérer des choix stratégiques quant aux strates administratives qu'ils conservent.

Les actions de Communication propres à l'OT Chalosse Tursan

Notre communication territoriale se porte sur 3 axes :

- la promotion par l'offre touristique de Chalosse Tursan
- la promotion par l'achat d'espaces publicitaires
- la promotion par la signalétique et l'information In Situ dans les rues

→ L'OFFRE TOURISTIQUE DE CHALOSSE TURSAN

Nouveautés 2018/ Guide Hébergements Chalosse Tursan / Guide Loisirs Chalosse Tursan / Guide restaurants Chalosse Tursan



En 2017, afin de **suivre la création de la nouvelle collectivité**, l'OT a conçu 3 guides mettant en avant l'offre de cette nouvelle entité :

- **Guide Hébergements Chalosse Tursan**
- **Guide Loisirs Chalosse Tursan**
- **Guide restaurants Chalosse Tursan**

Objectif : Asseoir notre OT Chalosse Tursan dès sa création et sans présager des nouvelles fusions à venir, développer notre propre collection de guides « Chalosse Tursan ».



Le stock restant étant suffisant en 2018, l'enveloppe « promotion » devant être mise au service d'autres actions en 2018, des « Flyers Nouveautés » par thématiques (Restaurants/ Hébergements / Loisirs) ont été conçus et ajoutés aux guides cités ci-dessus.

Date de sortie : 20 juin 2018

Durabilité : toute l'année 2018 et jusqu'aux éditions 2019

Public : notre clientèle en séjour, en présentant le spectre exhaustif ET qualitatif de nos prestataires / touristes potentiels qui nous en font la demande en avant séjour.

Tirage : 3000 Nouveautés Loisirs / 1900 Nouveautés Restaurants / 2900 Nouveautés Hébergements

Partenaires : sans

Diffusion : par voie postale / dans les BIT de l'OT et hors les murs / sur site @/ aux prestataires lors du lancement de saison / dans les commerces de Saint-Sever en été

Plan de la ville Recto Saint-Sever / verso Hagetmau

A été conçu également un double plan de ville, recto Saint-Sever, verso Hagetmau, entièrement financé par la régie publicitaire gérée par l'OT

Date de sortie : avril 2018

Durabilité : sans limite à compter de la parution

Public : notre clientèle en séjour / touristes potentiels qui nous en font la demande en avant séjour/ habitants / fournisseurs

Partenaires : régie publicitaire

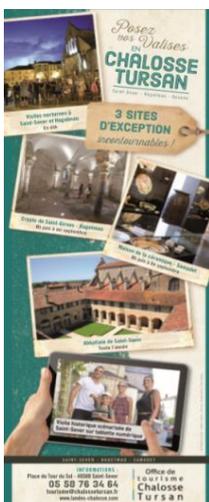
Diffusion : dans les BIT de l'OT

➔ LES ACHATS D'ENCARTS ET D'ESPACES PUBLICITAIRES

L'OT gère depuis la fusion plusieurs « mises en tourisme de sites patrimoniaux ». A donc été fait le choix en 2018 de mettre en lumière à la fois la patrimoine de Saint-Sever, la crypte d'Hagetmau et la Maison de la Céramique de Samadet à travers une publicité commune.

(A noter que l'achat d'espaces publicitaires pour la clientèle groupes est traitée à part et expliqué en p18)

Guide touristique « Petit Fûté » Aquitaine 2018



Magazine culturel « Le Festin » Révue d'art et du patrimoine de Nouvelle Aquitaine



Office de Tourisme De Dax Guide du séjour 2018



Objectif : Mise en avant de Chalosse Tursan par ses 3 sites touristiques

Objectif : Mise en avant de Chalosse Tursan par ses 3 sites touristiques

Objectif : Mise en avant de Chalosse Tursan par ses 3 sites touristiques

emblématiques

Date de sortie : 1er mars 2018

Public : touristes potentiels en Aquitaine

Durabilité : avril 2018 – avril 2019

Format : ½ page

Diffusion : Diffusion nationale

emblématiques

Date de sortie : 1^{er} juillet 2018

Public : amateurs et passionnés de culture, patrimoine, art en Aquitaine

Durabilité : été 2018

Format : ½ page

Diffusion : 600 points de vente en Nouvelle Aquitaine (librairies) et 2500 abonnés

emblématiques

Date de sortie : 1^{er} avril 2018

Public : curistes de Dax, touristes et locaux

Durabilité : à l'année

Format : ½ page

Diffusion : potentiellement aux 130 000 curistes qui passent chaque année à l'OT de Dax

Carte touristique Comité Départemental des Landes

Objectif : Mise en avant de Chalosse Tursan par ses 3 sites touristiques emblématiques

Date de sortie : 1er avril 2018

Durabilité : avril 2018 – avril 2019

Public : public potentiels dans le Landes si envoi en amont / public en séjour dans les Landes

Format : 92*192 cm

Diffusion : Diffusion départementale / envoi presse

➔ SIGNALÉTIQUE ET INFORMATION DANS LES RUES

Afin de positionner notre territoire comme destination touristique et pour donner de l'information « efficace » aux touristes comme aux locaux, nous avons opté pour une nouvelle action en 2018, celle de l'affichage « grande dimension » dans les rues (ou street marketing)

OFFICE DE TOURISME A SAINT-SEVER

3 grandes baches (4m*80cm) placées sur la façade de l'OT à Saint-Sever mettant en avant les visites guidées de Saint-Sever / le Terra Aventura de Miramont-Sensacq/ la Crypte d'Hagetmau. **JUILLET ET AOUT**



VILLE DE SAINT-SEVER

12 kakemonos (2m*80 cm) positionnés sur les reverbères de la ville de Saint-Sever, double face (2m*80 cm).

JUILLET AOUT SEPTEMBRE



* Quartier Péré : en arrivant de Mont de Marsan → kakemonos uniquement Saint-Sever : Musée / Visites Guidées saint-Sever / Le Voyage de Guilhem / OT Chalosse Tursan

* Route du Tursan : en quittant Saint-Sever direction le Tursan et Hagetmau → L'ensemble des kakemonos ci-dessus présentant l'offre de Chalosse Tursan

SUPPORTS MOBILES

3 roll-up (2m*80 cm) à positionner dans les OT où lors de tout déplacement, qui permet une communication mobile efficace



VILLE D'HAGETMAU

Affichage sur la façade de la Crypte (4m*1.5m)

Affichage sur la façade OT Saint-Sever (4m*1.5m)

6 chevalets sur ronds-points d'Hagetmau pendant 1 mois

Mobilier urbain Hagetmau

Réverbère à Saint-Sever (2m*0.80m)



La communication en partenariat avec d'autres OT dans la cadre de Landes Chalosse

Le dispositif de communication Landes Chalosse est composé de documents qui viennent compléter les documents propres à notre OT. A noter qu'ils ne **font jamais redondance avec les documents existants propres aux OT**.

Graphiquement, c'est la **même charte graphique** qui est utilisée pour Chalosse Tursan ou Landes Chalosse (et pareillement à Terres de Chalosse ou Amou). Ainsi, visuellement l'ensemble est cohérent, harmonieux et permet de créer un esprit de « collections ».

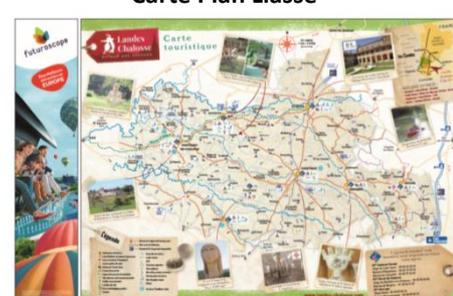
Guide Famille



Guide des animations 2018



Carte Plan Liasse



Objectif : répondre essentiellement à notre clientèle en avant séjour (qui nous aurait connue par le site @ commun par exemple) et essentiellement en séjour (et permettre à nos prestataires, commerçants, OT partenaires d'en faire de même) sur la période estivale.

Cible : Famille

Offres mises en avant spécialement

Objectif : recenser l'ensemble des activités et animations mois par mois de juillet à décembre, sur l'ensemble des 3 OT partenaires (Amou, Chalosse Tursan, Terres de Chalosse)

Cible : Famille en séjour / Habitants du territoire

Tirage : 3200 ex

Chef de projet : OT Terres de Chalosse

Objectif : offrir gratuitement à nos restaurateurs adhérents des sous-mains tout en mettant les atouts touristiques de notre territoire en valeur

Cible : la clientèle des restaurants

Chef de projet : MONA / OT des Luys

travaillée et adaptée à cette cible

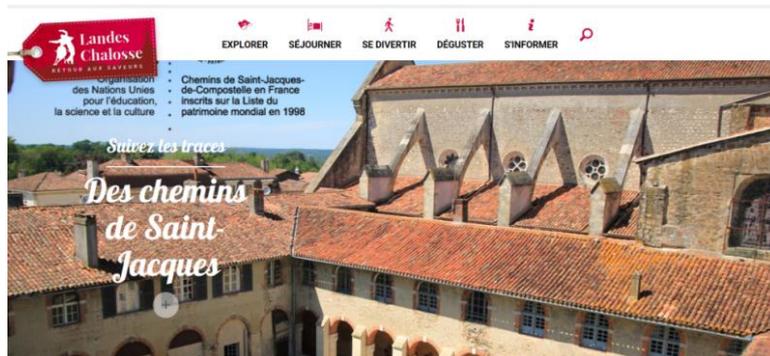
Tirage : 1750 ex (sur 5000 édités en tout)

Chef de projet : OT d'Amou

Carte touristique Landes Chalosse



Site internet Landes Chalosse



Objectif : Proposer une offre « Best Of » sur une carte

Fréquence : tous les 2 ans. N'a pas été refaite en 2018. Utilisée sur les stocks 2017

Chef de file : OT Chalosse Tursan

A été décidé il y a 2 ans de fermer les sites @ des 6 ex OT, (notre offre « morcelée » de la sorte sur nos sites @ respectifs étaient peu percutants, sauf Montfort qui a maintenu en parallèle son propre site @)

C'est un site @ présentant **l'ensemble de l'offre touristique du territoire**. Il fonctionne sur la base de la **syndication Tourinsoft**. Il se veut exhaustif dans l'offre, simple, esthétique et ergonomique. Il met en avant les valeurs de ce territoire réuni : les beaux paysages, l'art de vivre landais, la gastronomie chalossaise, le joli patrimoine, les animations riches et variées. Il est propriété de l'association Landes Chalosse et alimenté par les 3 OT, piloté techniquement par l'OT d'Amou et régi plusieurs fois par an par un comité éditorial réunissant les techniciennes des 3 OT. Il est adapté aux tablettes et smartphones.

Cf. les chiffres du site @, p5

Cf. la stratégie Landes Chalosse, p33

2018 est l'année de la traduction du site (hors fiches Tourinsoft) en anglais et espagnol effectuée par des traducteurs professionnels.

Chef de projet de ce travail commun : l'Office de Tourisme Chalosse Tursan

➔ www.landes-chalosse.com

Les outils de communication «web» déployés par l'Office de Tourisme

Notre stratégie Web, **en plus du @ Landes Chalosse (ci-dessus)**, est complétée par les outils suivants :



Facebook Chalosse Tursan Tourisme

C'est au travers du Facebook de la page de l'OT que l'entité « Chalosse Tursan » est présente sur le web. Née de la fusion des 3 ex pages des 3 Communautés de communes, **elle se veut hyper réactive** (réponse dans les heures qui suivent), fait la promotion de toutes nos actualités internes et externes (animations) au travers de posts ou d'invitations à des événements.

Elle met en avant nos prestataires par des publications qui leur sont dédiées, mais fait aussi la part belle aux lives, aux photos sur l'instant (ex : l'abbatiale sous la neige, une voiture de collection devant l'église...). Elle respecte **une charte éditoriale** travaillée en interne et

décuplée sur l'ensemble du travail des Landes Intérieures. Elle arrive à attirer autant de locaux fidèles, que de fans plus lointains (Paris, Bordeaux...) et connaît une belle interaction.

Le trésor public ayant accepté en 2017 de créer une régie d'avances, nous avons la possibilité depuis d'effectuer des campagnes payantes (pour faire la promotion de la page) ou de sponsoriser les posts que nous souhaitons (pour leur donner plus

L'Office de tourisme intercommunal fournit des informations utiles aux mises à jour de certains guides nationaux.

En 2018, ce travail a concerné :

- Le Guide du Routard « Aquitaine - 2019 »
- Le Petit Futé « Côte aquitaine Gironde Landes Pays Basque 2019 »
- Le Lonely Planet 2019

Les relations « presse »



La fourniture de contenus et les accueils « presse »

En 2018, l'Office de tourisme intercommunal a participé à la fourniture d'informations préalables et à quelques accueils de journalistes dans les cadres suivants :

| DATE | OBJET | MEDIA |
|----------------|--|--|
| JANVIER | | |
| | Jeu de Piste « Le Comte est bon » coup de cœur OT + agenda | Presse : InfoProx n°2 |
| | Le Mag – Découverte des Provinces de France / Achat d'espace | Fournir texte et visuel |
| FEVRIER | | |
| | Expo Samadet coup de cœur OT + agenda | Presse : InfoProx n°3 |
| MARS | | |
| | Miam-Miam Dodo Guide Pelerins de Saint-Jacques de Compostelle/ Mise à jour des infos | Mise à jour des infos |
| | Visite de l'asinerie Turs'âne –Castelnaud Chalosse coup de cœur OT | Presse : InfoProx n°4 |
| AVRIL | | |
| | Encart Chalosse Tursan : musée Samadet + crypte Hagetmau + abbatale Saint-Sever – carte CDT / Achat d'espace | Choix de l'encart et travail avec graphiste |
| | Jeu de piste « Le comte est bon » à Saint-Sever – coup de cœur OT | Presse : InfoProx n°5 |
| MAI | | |
| | Encart Chalosse Tursan : musée Samadet + crypte Hagetmau + abbatale Saint-Sever – Encart Dax / Achat d'espace | Choix de l'encart et travail avec graphiste |
| | Le Catalogue – Découverte des Provinces de France / Achat d'espaces | Fournir texte et visuel |
| | Nuit Européenne des musées à Samadet et Saint-Sever – coup de cœur OT | Presse : InfoProx n°6 |
| | 1 présentation de référencement Office de Tourisme Chalosse Tursan – Guide des Landes (web) / Achat d'espace | Texte et photos |
| JUIN | | |
| | Encart Chalosse Tursan : visites nocturnes + musée Samadet + crypte Hagetmau + abbatale Saint-Sever – Le Festin / Achat d'espace | Choix de l'encart et travail avec graphiste |
| | Fiches patrimoine autour de Saint-Sever | Mise à jour des Textes, site @ : Guides Tourisme de France |
| | Nocturne à la Crypte de St-Girons à Hagetmau – coup de cœur OT | Presse : InfoProx n°7 |
| | Géocaching à Miramont Sensacq – Terra Aventura | Presse : 8 juin Sud-Ouest |
| | Nocturne à la Crypte de St-Girons à Hagetmau | Radio : 11 juin France Bleu Gascogne |
| | Nocturne à la Crypte de St-Girons à Hagetmau | Presse : 15 juin Sud-Ouest |
| JUILLET | | |
| | Visites guidées en Chalosse Tursan | Presse : Info Prox Juillet et aout |
| | Lancement saison touristique OT- Crypte d'Hagetmau | Presse : 5 juillet Sud-Ouest |
| | Chronique blog Landes Intérieures « Géocaching Terra-Aventura » | Radio : 6 juillet France Bleu Gascogne |
| | Chronique blog Landes Intérieures « Visites guidées Insolites » | Radio : 13 juillet France Bleu Gascogne |
| | Nocturnes Crypte d'Hagetmau | Presse : 21 juillet Sud-Ouest |
| | Programme d'été – OT CT | Presse : 23 juillet Sud-Ouest |
| | Visite et Yoga aux Jacobins à Saint-Sever | Presse : 24 juillet Sud-Ouest |
| | Animations de la semaine | Radio : 24 juillet France Bleu Gascogne |
| | Voyage de Guilhem | Radio : 27 juillet France Bleu Gascogne |
| | Visite Nocturne Saint-Sever | Presse : 28 juillet Sud-Ouest |
| AOUT | | |
| | Visite guidée Geaune | Radio : 8 aout France Bleu Gascogne |
| | Culture à travers les âges dans les Landes | Presse : 8 aout Sud-Ouest |

| | |
|--|--------------------------------------|
| Chronique blog LI : « Le Voyage de Guilhem » | Radio : 10 aout France Bleu Gascogne |
| Chronique blog LI « Spots à Pique-Nique en Chalosse Tursan » | Radio : 25 aout France Bleu Gascogne |
| SEPTEMBRE | |
| Expo-vente Anagamours – Maison de la Céramique à Samadet | InfoProx |
| JEP Tursan et Hagetmau + Saint-Sever | 12 sept FBG |
| OCTOBRE | |
| Automne Gourmand | Presse : InfoProx |
| Maison Sentex | Presse : 20 oct Le mag Sud-Ouest |
| NOVEMBRE | |
| Maison Sentex | InfoProx |
| DECEMBRE | |
| Hailhe de Nadau – Saint-Sever | InfoProx |

Des outils pour nos socio-professionnels

Un « espace » dédié aux professionnels de la destination

Un site internet professionnel est dédié à nos prestataires depuis juin 2018 : <https://www.espacepro-tourismechalosssetursan.com/> pour y stocker et mettre des contenus à destination des acteurs socioprofessionnels locaux.

Les thèmes de cet « espace pro » sont les suivants : Accueil – Prestataires – Observatoire – Taxe de séjour – Nos éditions – Conseil d'Exploitation – Vos Rendez-vous - Contact



157 personnes ont consultés le site pro. Il gagne à être bien davantage connu et consulté.



News Letter estivales

14 News Letters hebdomadaires ont été envoyés entre juin et septembre 2018 à la fois à nos prestataires / aux OT landais / aux mairies de la collectivité Chalosse Tursan.

Objectif : leur faire connaître le Best Of de nos actus pour la quinzaine concernée : les plus belles manifestations, nos visites guidées, nos coups de cœur...

Campagne photos

2018 est la deuxième année où, dans le cadre de l'appel à projets régional, nous faisons appel à un photographe professionnel pour la réalisation d'une photothèque de qualité, multi sites et multithématiques. Ce travail est subventionné à 30 % par la région.

Ces photos ont vocation à nous servir quelques années pour l'ensemble de nos travaux (éditions, produits boutique, contenu réseaux sociaux...).

C'est Gilles HARROYO, photographe de la région de Bordeaux qui, entre juin et août a shooté les lieux suivants sur un total de **6 journées** : Hagetmau (arène, Cité verte, lacs d'Halco, autres restaurants, centre-ville, randonnées, paysages, Crypte) / Terra Aventura Miramont / Pimbo (chemin de St Jacques, Collégiale, Pimbo Gourmand) / Samadet (Musée départemental, Maison de la Céramique) / Village de Montaut et Incartades / Saint –Sever (arène, marché, paysages, restaurants, Vasconiales, visites guidées, voie verte, concert jacobins, Musée du Cap de Gascogne, fêtes de Saint-Sever) / OT (produits boutique, portraits Equipe).

Un opérateur de voyages et de séjour au service de la destination

En application du Code du tourisme, l'OT en SPA « Chalosse Tursan » peut produire, mettre en marché et commercialiser des séjours et des prestations de tourisme. Cette activité de nature « industrielle et commerciale » est soumise à des règles spécifiques ; elle se fait en lien avec le territoire de compétence de l'Office de tourisme, elle doit respecter des règles de libre concurrence et tenir compte de l'éventuelle existence d'opérateurs privés sur le territoire, elle doit respecter le droit des consommateurs, et enfin, elle doit être assurée sous le régime juridique défini par le Code du tourisme.

Aussi et afin d'assurer pleinement son activité de billetterie et commercialisation, l'Office de tourisme est titulaire, depuis le 6 juin 2017, d'une **immatriculation au registre des « opérateurs de voyages et de séjours », auprès d'Atout France**, sous le N° IM040170001.

Il convient chaque année de réactualiser le volume d'affaires effectué auprès de l'APS, organisme de cautionnement et auprès d'Atout France, ce qui a été fait en aout 2018 concernant l'activité 2017.

Le service Billetterie de l'Office de Tourisme

En 2018, l'Office de tourisme intercommunal a participé à la distribution des 12 offres, qui peuvent être regroupées en 2 familles

- les offres de loisirs touristiques que constituent les sites touristiques et musées partenaires de l'OT
- les concerts et spectacles qui se produisent sur le territoire, particulièrement en été



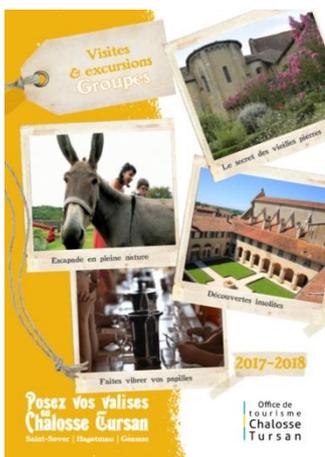
| SITES TOURISTIQUES ET MUSEES PARTENAIRES | CONCERTS ET SPECTACLES |
|--|--------------------------------|
| Musée de la Dame / Brassempouy | 3 Cafés gourmands / Momuy |
| Marquèze / Sabres | Repas 15 aout / Audignon |
| Nuits musicales Jacobins / Saint-Sever | Landes Emotion / Hagetmau |
| | Anne Etchegoyen / Saint- Sever |
| | Corrida fêtes / Saint-Sever |
| | Les Incartades / Montaut |
| | Nuit Celtiques / Saint-Sever |
| | Théâtre / Hagetmau |
| | Semaine Taurine / Saint-Sever |

Les Conseillers en séjours, présents dans les 2 principaux bureaux d'information touristique (Saint-Sever et Hagetmau), organisés et équipés pour assurer la distribution et la vente des offres qui relèvent de la billetterie, ont réalisé, en 2018, un volume d'affaires de **55511.60 € TTC**. Cette activité est en hausse de plus de 80 % par rapport à ce qui avait été réalisé en 2017, à périmètre égal.

Chiffres d'affaires



La commercialisation de produits packagés pour les groupes



2018 est l'année où le travail engagé en 2016-2017 commence à payer.

C'est près de 1563 personnes en groupe qui ont été reçues soit 50 groupes (et 5 groupes annulés) sur 75 contacts au total, (soit un taux de transformation de 66 %)

Les prises de contact se font par l'envoi de notre « **Guide Groupes** » auto produit par l'OT, aux autocaristes et associations de la région, aux clubs de 3ème âge principalement et aux écoles en local.

Ce document vise essentiellement à faire envie au travers de produits packagés « clés en main à la demi-journée et à la journée » et **permettre ainsi une 1ère prise de contact** (les ¾ des contrats signés pour les groupes étant au final du sur-mesure).

Ce document est édité en début d'année et est amélioré tout au long de 2018 en fonction des nouveaux accords commerciaux obtenus.

Nous avons également pris un **encart dans un magazine spécialisé « Découverte des Provinces de France »** mais il semblerait que celui-ci n'est généré peu ou pas de retour.

Nos produits packagés sont composés de **prestations fournies et effectuées par l'Office de Tourisme** (visite guidée de Saint-Sever, de la crypte d'Hagetmau, de la Maison Sentex...) et **de prestations effectuées par nos partenaires en l'occurrence :**

Pour les restaurants :

- 6 groupes au Touron/ Saint-Sever
- 3 groupes au Jambon / Hagetmau
- 1 groupe à L'Alios / Bas-Mauco
- 2 groupes à La Cité Verte / Hagetmau

Pour les sites touristiques et autres activités :

- 4 groupes au Musée Départemental de la Céramique / Samadet
- 6 groupes à la Ganaderia Maynus / Saint-Sever
- 1 groupe à la Cave du Tursan / Geaune
- 3 groupes au Musée de la Dame de Brassempouy / Brassempouy
- 1 groupe chez le brasseur Micromégas / Saint-Sever
- 1 groupe Musée des Jacobins / Saint-Sever
- 5 groupes Maison Sentex / Saint-Sever

Concernant les prestations assurées par l'OT : les visites effectuées par notre équipe ont été essentiellement (parce que c'est la demande des clients) sur la ville de Saint-Sever ; puis de manière plus éparse sur le village de Geaune ou la Crypte d'Hagetmau. Nous avons eu recours à 5 reprises à des **guides extérieurs** (absence de guides internes ou groupes trop imposants devant être scindés en 2 et demandant le recours à un guide extérieur). Ces guides ont été préalablement formés, guidés et accompagnés par nos services.

L'ensemble des chefs de groupes accueillis sont questionnés à l'issue de nos journées ou demi-journées de visites. **Les retours sont généralement très bons.** Les quelques remarques négatives sont les suivantes : film de Maynus trop vieux / cloître des jacobins fermés pour cause de manifestation locale / repas au touron trop copieux.

En 2018 a également été engagé un travail de **démarchage commun avec l'OT de Mont de Marsan dans le cadre de Landes Intérieures**, notamment au travers de l'échange de fichiers prospects et l'envoi de 4 newsletters ciblées communes.



CA total groupes générés = 19300€
→ 5300€ de bénéfices pour l'OT
→ 14 000€ de chiffres d'affaires apportés à nos prestataires



**Restez chez vous,
ça vaut le détour !**



Chère Madame MASSON

Le sarravinois : vous avez la chance de vivre dans l'une des plus belles régions de France, les Landes !

C'est pour cela que dans les Landes Intérieures, trois Offices de Tourisme se sont joints en quatre pour vous proposer des visites et activités « coup de cœur ». Découvrez l'étonnante Abbaye de Saint-Sever, entrez dans les emblématiques Arènes du Plumaçon à Mont de Marsan ou laissez-vous surprendre lors d'une dégustation d'Armagnac, autant d'expériences à (re)vivre près de chez vous !

Office de Tourisme de Chalosse Cursan - Office de Tourisme de Hagetmau - Office de Tourisme de Geaune - Office de Tourisme de Brassempouy - Office de Tourisme de Samadet



La boutique de l'Office de Tourisme

L'OT Chalosse Tursan c'est désormais :

- 2 points de vente à l'année (Saint-Sever et Hagetmau)

- 1 point de vente saisonnier (la Maison de la céramique à Samadet).

- plus d'une **centaine de références** répertoriées en 3 familles de produits : produits locaux de nos prestataires / librairie mettant en valeur les atouts de notre territoire (principalement patrimoine) / goodies et objets souvenirs pour inscrire une image de marque et ancrer la destination (ex : porte-clefs, magnets, mugs...).

- un début de **gamme de produits spécialement créé pour l'OT** comme les boules de Noël mettant en avant le patrimoine de Saint-Sever.

2772 produits vendus
12 300€ CA généré
(NB : 10 790€ dans le CA de l'OT les recettes de décembre 2018 étant comptabilisées en 2019)



L'accueil de la halte jacquaire de Saint-Sever



Notre territoire a la chance d'être traversé par **2 voies jacquaires**, la voie du Vézelay qui passe par Saint-Sever et Hagetmau (2 haltes) et la voie du Puy qui passe par les haltes jacquaires de Pimbo et de Miramont Sensacq.

L'OT à Saint-Sever a la charge de l'accueil des pèlerins séjournant à Saint-Sever, du tamponnage de leur credential et de l'encaissement des nuitées (marge conservée par l'OT de 5% hors taxe de séjour, le reste étant conservé par la Mairie de Saint-Sever propriétaire des lieux).

➔ **C'est 481 pèlerins qui sont passés dans nos locaux à Saint-Sever en 2018 (en plus des contacts touristiques renseignés)**
➔ **5200€ de chiffre d'affaires / 241€ de marge pour l'OT**

Par ailleurs, c'est 1747 pèlerins passés par la halte jacquaire de Pimbo, 1726 par celle de Miramont-Sensacq, 403 par celle d'Hagetmau.

Collecte de la taxe de séjour

2018 est la 1ère année de mise en place de la taxe de séjour sur la collectivité de Chalosse Tursan. La taxe de séjour existe en France depuis 1910, elle est collectée sur 73% des communes françaises en 2018.



Il existe deux types de taxes : la taxe au forfait et la taxe au réel. C'est l'instauration de la **taxe au réel** qui a été choisie par la collectivité car elle permet, en plus d'être une manne financière supplémentaire (et nécessaire) pour les collectivités, d'être un outil d'observation particulièrement pointu pour les Offices de Tourisme

Nombre de lits touristiques : 1330

Nombre d'hébergements : 157 repérés

Nombre de nuitées déclarées : 45911

Nombre de nuitées payées : 41321

16 542€ collectés en 2018 correspondant aux 2 premiers quadrimestres 2018, le 3ème quadrimestre 2018 apparaîtra dans le CA 2019 (au total la TS 2018 avoisine les 25 000€).

Avant l'instauration de cette taxe, les hébergeurs de Chalosse Tursan ont été informés par le biais de **2 réunions publiques** fin 2017 ayant regroupés une soixantaine de personnes.

Une **trentaine d'hébergeurs** ont été **accompagnés individuellement par l'OT en 2018**, à leur demande, à la déclaration et au paiement de cette taxe de séjour.

Par ailleurs, du fait **de la réforme de la loi des finances 2019, 2 haltes jacquaires ont été accompagnées vers le classement** (Pimbo et Miramont). En attente, pour celle d'Hagetmau ainsi que pour 2 meublés de tourisme de la commune de Pécorade.

L'instauration de la taxe nous a également permis de rentrer en contact pour la 1ere fois avec beaucoup d'hébergeurs non adhérents à l'OT jusqu'alors, à qui nous avons pu expliquer notre rôle.

Le suivi de l'ensemble de ce travail est rendu possible techniquement par la **plateforme Nouveaux Territoires** avec lesquels nous travaillons. L'ensemble du suivi des données, les veilles juridiques concernant les nouveautés de la loi, le paiement par carte bleue, le flyer d'explication de la taxe... tout ceci passe par ce logiciel.

Dès juin 2018, nous avons préparé la **réforme de la taxe de séjour 2019** qui d'une part, **change structurellement le mode de calcul pour les hébergements non classés** et qui d'autre part, **rend obligatoire la collecte de la TS pour les opérateurs numériques**. L'entrée en vigueur de la loi au 1^{er} janvier 2019 oblige les collectivités à prendre les délibérations idoines avant le 1^{er} octobre 2018. Afin de passer le contrôle de légalité et de se laisser une marge de manœuvre pour le Conseil communautaire de septembre 2018 en cas de soucis, nous avons tout mis en œuvre pour adopter la délibération au conseil communautaire de juin 2018 ;

Rappel du mode de calcul jusque là:

Mode de calcul :
Nb de pers * Nb de nuitées * Montant de la TS de la catégorie de l'hébergement

 **A propos du barème légal des tarifs indexé pour 2019 (hors TA)**

| Catégories d'hébergements | Plancher | Centre | Plafond |
|---|----------|--------|---------|
| Palaces | 0,70 € | 2,35 € | 4,00 € |
| Hôtels de tourisme 5 étoiles, résidences de tourisme 5 étoiles, meublés de tourisme 5 étoiles | 0,70 € | 1,85 € | 3,00 € |
| Hôtels de tourisme 4 étoiles, résidences de tourisme 4 étoiles, meublés de tourisme 4 étoiles | 0,70 € | 1,50 € | 2,30 € |
| Hôtels de tourisme 3 étoiles, résidences de tourisme 3 étoiles, meublés de tourisme 3 étoiles | 0,50 € | 1,00 € | 1,50 € |
| Hôtels de tourisme 2 étoiles, résidences de tourisme 2 étoiles, meublés de tourisme 2 étoiles, villages de vacances 4 et 5 étoiles | 0,30 € | 0,60 € | 0,90 € |
| Hôtels de tourisme 1 étoile, résidences de tourisme 1 étoile, meublés de tourisme 1 étoile, villages de vacances 1,2 et 3 étoiles, chambres d'hôtes | 0,20 € | 0,50 € | 0,80 € |
| Terrains de camping et terrains de caravanage et tout autre terrain d'hébergement de plein air de caractéristiques équivalentes, emplacements dans des aires de camping-cars et des parcs de stationnement touristiques par tranche de 24 heures | 0,20 € | 0,40 € | 0,60 € |
| Terrains de camping et terrains de caravanage classés en 1 et 2 étoiles et tout autre terrain d'hébergement de plein air de caractéristiques équivalentes, ports de plaisance | | 0,20 € | |

La grande nouveauté (Texte L 2333-30 et L 2333-41) réside à l'introduction d'un pourcentage pour le mode de calcul des hébergements non classés (sauf camping), obligeant la CDC à définir un nouveau barème de tarifs dans lequel les hébergements non classés n'apparaissent plus (au profit d'un autre calcul, non pas par nuitée mais selon un pourcentage à définir également).

Après de multiples réunions, concertations auprès d'autres OT, veilles juridiques et simulations financières diverses, l'OT a préconisé au CE qui l'a validé:

→ **L'application du pourcentage de 5% pour les hébergements non classés**

→ **L'augmentation du tarif des palaces pour relever le plafonnement (maxi 2.30€ par nuitée, par personne)**

→ **L'instauration par l'OT d'un accompagnement spécifique auprès des hébergeurs non classés afin de les pousser au classement**

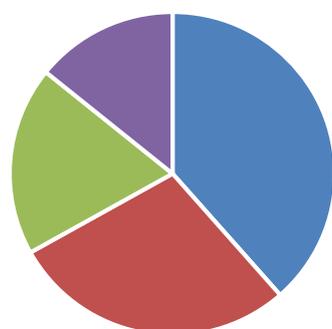
La délibération est allée en ce sens. A partir de septembre 2018, l'OT a mis en place une communication ciblée auprès de la trentaine d'hébergeurs impactés par la réforme.

Notre réseau de prestataires



Animer ce réseau de prestataires c'est accompagner à la demande ou sur des temps particuliers **148 prestataires pour un total de cotisation de 9200€.**

Répartition de nos adhérents



■ Hébergements ■ Gastronomie ■ Découverte ■ Savoir faire

Hébergements : 9 hôtels – 41 meublés/chambres d'hôtes – 2 campings – 5 hébergements pèlerins.

Gastronomie : 20 restaurants – 4 conserveurs – 15 fermes – 3 viticulteurs.

Découverte : 2 activités/loisirs – 3 fermes découverte – 15 sites/musée – 8 associations évènementielles

Savoir-faire : 6 artisans – 15 commerces de bouche

Guide du partenaire de l'OT

Notre OT, encore très nouvellement fusionné, doit être expliqué à nos prestataires. Pour ce faire, nous avons réalisé en interne le Guide du partenaire 2018, véritable tuto sur l'intégralité des services de l'OT pour les prestataires et notre valeur ajoutée. Il a été envoyé entre fin 2017 et début 2018 pour expliquer la fusion à nos prestataires et lancer notre campagne 2018 d'adhésion

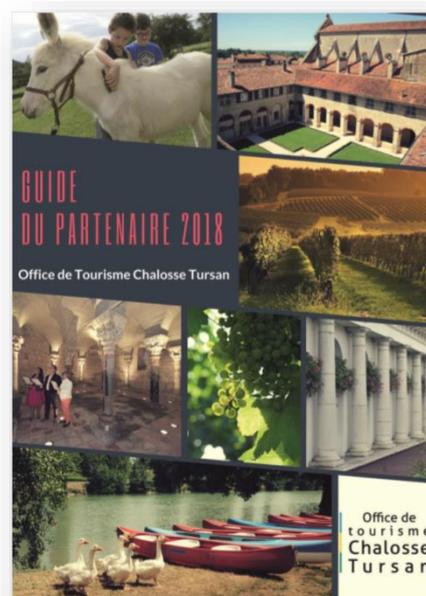
Tirage : 300 exemplaires

Document intégralement créé par l'OT

Date de sortie : décembre 2017

Durabilité : année 2018

Diffusion : à l'ensemble de nos partenaires potentiels par envoi postal



L'animation numérique du territoire

Sur le plan de l'animation numérique du territoire, l'OT agit en tant que relais local des acteurs organisant des sessions d'accompagnement spécifique.

En 2018 : 2 ateliers ont été organisés : « Pourquoi et comment être présent sur Facebook » et « Comment prendre de belles photos ». Ainsi 8 prestataires en tout ont été accueillis.

Les Eductours

Pour contribuer à une meilleure connaissance des offres touristiques, par l'équipe de l'OT, mais également pour rapprocher l'Office de tourisme des acteurs socioprofessionnels comme des élus ou encore tisser un lien fort entre professionnels, 4 Eductours (temps de rencontre, d'échange et de visites) ont été organisés. Ils ont regroupé 45 participants.

Eductour 1 Saint-Sever : Chambre d'hôtes la Roseraie St Sever/ Visite guidée de la ville

Eductour 2 Le Tursan : Musée faïence Samadet / Bastide de Geaune / Cave des Vignerons landais Geaune

Eductour 3 Hagetmau : Cité Verte Hagetmau / Crypte de St Girons Hagetmau / Hôtel restaurant les Lacs d'Halco

Eductour 4 Terra Aventura à Miramont Sensacq / Pimbo Gourmand

La qualification des offres de la destination

Sur le plan de la qualification des offres de la destination, l'OT agit en tant que relais territorial d'actions concernant le classement et la labellisation des hébergements, et en particulier pour les locations et chambres d'hôtes (classement officiel, labels Gîtes de France, CléVacances et Chambres d'hôtes référence). Par ailleurs, afin de faciliter la collecte de la taxe de séjour 2019 (cf p 19), nous encourageons de surcroit ce classement.

10 hébergeurs ont été accompagnés au classement par l'OT :

« La Tour de Malte » - M. Destenabes à Geaune

« Doat » - M. Tastet à Saint Cricq Chalosse

« Bidalon » - Lacave Laplagne à Hagetmau

Gîte pèlerin à Miramont Sensacq

Gîte pèlerin « Capucin » à Pimbo

Gîte pèlerin « Au Fin » à Pimbo

Gîte pèlerin « Ecole » à Pimbo

« Domaine de Vigne Vieille - Le Petit Balazin » - Mme Goy à Sarraziet

« Domaine de Vigne Vieille - Lou Pitchoun » - Mme Goy à Sarraziet

« Les Bastides Eugénie - Gîte Tursan Ambré » - Mme Datola à Geaune

3 autres ont été visités à leur demande pour la prédication de conseils

* La Maison de Demeter / Geaune / Mme Brossard / 27 fev / Visite de meublé

* Meublé de Tourisme de Mme Legrand / Pécorade / 27 fev / Visite de meublé

* Maison Dufrexe /Saint-Cricq Chalosse / Mr Daugé / 27 nov / Point Visibilité numérique

Des moments de convivialité privilégiés



L'Office de tourisme Chalosse Tursan déploie des actions visant à faciliter la connaissance et la communication avec les acteurs socioprofessionnels locaux.

- **Vœux de l'Office de Tourisme aux prestataires**

- **Lancement de saison à la crypte d'Hagetmau**

Pour la seconde année de Chalosse Tursan, le lancement eu lieu à Hagetmau tout début juillet.

Sur 200 invités (prestataires, élus et personnes ressources), 50 personnes étaient présentes (8 élus, 0 restaurants, 7 sites touristiques, 20 hébergements, 15 partenaires institutionnels)



- **Bilan de saison / Apéro Dating chez Micromégas à Saint-Sever**

Pour la 1ère fois, un bilan de saison « convivial » a été organisé. Il avait lieu à la brasserie Micromégas de Saint-Sever. En musique, autour d'un apéro, précédé de la visite du lieu, un petit cadeau à la main offert par la boutique de l'OT (carte postale, bouteille de Tursan, boule de Noel, chocolats d'Hagetmau). Un bilan 2018 a été effectué mais surtout un **temps d'échange privilégié pour les prestataires**. Elaboré comme un « speed-dating », les prestataires ont eu tout le loisir de se rencontrer en petits groupes, qui changeaient toutes les 15 minutes sous l'œil vigilant de l'équipe 😊

Sur 160 prestataires invités, 51 étaient présents et les retours furent très positifs (répartis en 3 élus, 4 restaurants, 22 sites tq, 16 hébergements, 6 partenaires institutionnels).



10 décembre 2018 - Micromégas St-Sever



Le Chéquier avantages



Dans le cadre du travail commun en Landes Chalosse, nous avons pour la seconde année, travaillé une action spécifique permettant de mettre en avant les offres de nos prestataires : Le Chéquier avantages.

De quoi s'agit-il ? Permettre à nos touristes d'avoir accès à des offres promotionnelles négociées en amont avec nos prestataires. C'est une mise en avant supplémentaire de nos prestataires de notre territoire

RETOURS POSITIFS DES PRESTATAIRES

* **Maison et ArchéoParc de la Dame** : 1 atelier enfant gratuit pour une entrée adulte achetée / 19 coupons remis par les visiteurs

* **Ferme Auberge le Vieux Chêne** : 1 apéritif offert pour 1 ADP achetée / 1

retour de coupon

* **Musée de la Chalosse** : 1 marque-page offert pour l'achat d'un ticket d'entrée / 36 coupons ramenés

- * **Thermes de Préchacq-les-bains** : 3 soins a tarif préférentiel de 39€ au lieu de 65€ / 9 coupons ramenés
- * **Moulin de Poyaller** : Ad : 6 € au lieu de 7€, Ados : 4€ au lieu de 5€, Enf : 2,50€ au lieu de 3€/ 67 coupons ramenés / entre 250 et 300 personnes impactées
- * **Pharmacie Baert** : Produits « Gamarde » 2 produits achetés = le 3ème offert / 8 coupons ramenés
- * **Aux Tauzins** : 1 apéritif offert pour 1 ADP achetée / 8 coupons ramenés
- * **La Main à la Patte** : Visite gratuite des animaux de la ferme pendant 30 min et cadeau surprise pour les enfants pour une balade d'1h en attelage effectuée / 1 coupon ramené
- * **Ferme Découverte Parlaridou** : 1 entrée gratuite pour 1 entrée adulte achetée / 2 coupons ramenés
- * **Coopérative Foie Gras de Chalosse** : 10% de remise dès 50€ d'achat / 9 coupons ramenés
- * **Cave des Vignerons de Tursan à Geaune** : 10% de réduction à partir de 50€ d'achat en boutique / 9 retours de coupons / 25 personnes impactées / 950€ CA généré
- * **Cave des Vignerons de Tursan à Mugron** : 10% de réduction à partir de 50€ d'achat en boutique/ 30 retours de coupons / entre 2000 et 3000€ de CA généré
- * **Turs'Ane** : 1 savon de 100g au choix offert / 11 coupons ramenés/ 30 personnes impactées / 250€ CA généré
- * **Voyage de Guilhem** : Location tablette numérique 3€ au lieu de 5€ / 3 retours de coupons / 11 personnes impactées
- * **Boutique Office de Tourisme Saint Sever** : 10% de remise dès 50€ d'achat / 50€ de CA généré
- * **Crypte de Saint Girons** : 1 entrée offerte par famille / 75 personnes impactées / 165€ de CA généré
- * **Maison de la Céramique** : 1 catalogue de l'expo 2018 offert (valeur 4€) / 2 coupons ramenés
- * **Abbaye de Maylis** : 10% de remise dès 50€ d'achat dans la boutique / 2 coupons ramenés
- * **Restaurant Les Lacs d'Halco** : 1 apéritif offert pour 1 ADP achetée/ 4 coupons ramenés / 8 personnes impactées / 296€ CA généré
- * **Au Trot'Mant** : Pour 1 famille inscrite sur 1 balade d'1h30, 1 enfant offert / 1 coupon ramené / 5 personnes impactées / 50€ CA généré
- * **Centre aquatique de la Cité Verte à Hagetmau** : 1 entrée enfant gratuite pour une entrée adulte achetée / 9 coupons ramenés / 20 personnes impactées

RETOURS NEGATIFS DES PRESTATAIRES : AUCUN COUPON RAMENE

- * **Arènes de Pomarez** : 1 entrée offerte pour 3 entrées achetées
- * **Au Feu de Bois** : 1 apéritif offert pour 1 ADP achetée
- * **Canoë Kayak** : 10 % de réduction pour l'achat de 4 billets adultes
- * **Office de Tourisme des Luys** : 10% de remise dès 50€ d'achat
- * **Ferme Moulié** : 10% de remise dès 50€ d'achat
- * **Api'Sens** : 10% sur toute la boutique
- * **Rouge Garance** : 1 entrée gratuite pour la visite de la charpente (valeur 3€) pour 25€ d'achat
- * **Le Touron** : 1 apéritif offert pour 1 ADP achetée
- * **Musée de la Faïence et des arts de la table** : 1 entrée gratuite pour une entrée payante (gratuit -18 ans)
- * **Ferme Gardelly** : 10% de remise dès 50€ d'achat
- * **Piscine intercommunale d'Amou** : 1 entrée enfant gratuite pour une entrée adulte achetée

PAS DE RETOURS DE PRESTATAIRE

- * **Piscine de Geaune** : 1 entrée enfant gratuite pour une entrée adulte achetée
- * **Les P'tits bateaux** : 10% de réduction à partir de 4 billets adultes achetés
- * **Ganaderia de Maynus** : 10% de réduction à partir de 4 billets achetés
- * **Maison Dufrexe** : 10% de remise dès 50€ d'achat
- * **Maison de la Vannerie** : Entrée gratuite pour les enfants de moins de 18 ans
- * **Casa Nature** : 1 savon de 100g offert, valeur 2,50€ (pour un minimum de 5€ d'achat)
- * **Terres d'Adour** 10 % de remise dès 50€ d'achat
- * **Restaurant Darracq Le Commerce** : 1 apéritif offert pour 1 ADP achetée
- * **Château de Gaujacq** : 1 entrée gratuite pour 1 enfant entre 12 et 18 ans par famille (gratuit pour les - de 12 ans)
- * **Ferme Découverte Ducazaux** : 1 entrée enfant gratuite pour une entrée adulte achetée
- * **La Déesse des Gourmet** : 1 apéritif offert pour 1 ADP achetée
- * **Base de Loisirs La Saucille** : 1 entrée adulte offerte
- * **Micromégas** : 10% de remise pour 50€ d'achat dans la boutique
- * **Piscine municipale de Montfort en Chalosse** : 1 entrée enfant gratuite pour 1 entrée adulte achetée
- * **Ferme Auberge Marquine** : 1 apéritif offert pour 1 ADP achetée
- * **Maison et ArchéoParc de la Dame** : 1 atelier enfant gratuit pour une entrée adulte achetée

Qualification de l'Office de Tourisme



Le classement de l'Office de Tourisme

Le classement des Offices de Tourisme garantit une cohérence et une homogénéité dans les services que les Offices de Tourisme offrent aux visiteurs des différentes destinations de vacances en France.

Mis en place par le ministère en charge du tourisme français, **ce classement est composé de 3 catégories** : de la catégorie I (la plus élevée) à la catégorie III. Les différents critères du classement permettent de garantir une même base de services répondant aux principaux besoins des visiteurs.

La différence entre les 3 niveaux de catégories tient à la fourniture de services supplémentaires, aux actions développées, à leurs rayons d'action et aux moyens dont l'Office de Tourisme dispose afin de toujours mieux vous accueillir, conseiller et satisfaire les clientèles touristiques.

Voici ci-dessous les principaux engagements des Offices de Tourisme en fonction de leur catégorie :

- Mettre à disposition un espace d'accueil et un espace d'information facilement accessibles.
- Mettre à disposition un conseiller en séjour et diffuser des informations de qualité.
- Faciliter les démarches des touristes.
- Informer gratuitement sur l'offre touristique locale.
- Etre engagé dans une démarche qualité interne
- Traiter les réclamations et mesurer la satisfaction des touristes

Nous avons candidaté pour la catégorie qui nous semblait la plus pertinente, et la plus en adéquation avec notre mode de fonctionnement, soit **la Catégorie II que nous avons obtenu le 11 janvier 2018 pour une durée de 5 ans.**

L'immatriculation de commercialisation

Développer le service commercialisation afin d'obtenir des ressources propres, était le souhait de l'Office de Tourisme Chalosse Tursan. Pour cela nous étions dans l'obligation d'avoir un certificat d'immatriculation au registre des opérateurs de voyages et de séjours. Nous **l'avons obtenu le 6 juin 2017 et sommes immatriculé sous le n° IM040170001.**

Dès que nous avons été en possession de ce document, nous avons commencé notre prospection et créer des produits pour des groupes.

L'obtention du label Qualité Tourisme



Afin de toujours mieux recevoir les touristes et d'améliorer la qualité des prestations touristiques en France, l'Etat a créé la marque Qualité Tourisme™. Cette marque sélectionne et fédère sous un même symbole les démarches qualité engagées, en vue d'améliorer continuellement notre activité et la satisfaction de nos clientèles touristiques. Qualité Tourisme™ représente pour nous un signe de reconnaissance national qui valorise notre accueil et nos prestations de qualité, et qui permet aux touristes de choisir en toute confiance notre établissement.

Avant la fusion au 1^{er} avril 2017 des Offices de Tourisme de Geaune – Hagetmau et Saint Sever et la création de l'Office de Tourisme Chalosse Tursan, celui d'Hagetmau était détenteur de cette marque et celui de Saint Sever engagé dans la démarche. Lors de cette fusion, la marque qualité obtenue par Hagetmau a été étendue au nouvel office, mais nous avons jusqu'au 30 juin 2018 pour la renouveler, sinon nous la perdions, ce que nous ne souhaitons pas.

Répondre à 100% des 137 critères obligatoires et à 80% des 36 critères facultatifs, être audité par un organisme externe durant 2 jours (18 et 19 juin 2018), furent le défi que nous avons relevé avec brio, puisque **l'Office de Tourisme Chalosse Tursan est Marqué Qualité Tourisme depuis juin 2018 pour une durée de 5 ans.**



L'observatoire

Quantifier, qualifier, réajuster, améliorer est le travail que nous effectuons au quotidien. Pour assurer ces tâches, il faut recentrer toutes les informations en notre possession et les analyser. C'est le travail de l'Observatoire.

Des bilans mensuels sont établis qui permettent de générer notre rapport d'activité annuel, véritable « bible » pour une vision approfondie du travail effectué en office de tourisme.

Valorisation du Patrimoine et Animation de Sites Touristiques

Musée du Cap de Gascogne de Saint-Sever

En 2018, pour la seconde année, l'Office de Tourisme est en charge de l'ouverture touristique du Musée du Cap de Gascogne de Saint-Sever. **Ce musée, labellisé Musée de France**, connaît une véritable transformation depuis 2017. Adapté aux nouvelles pratiques des amateurs de culture, faisant appel à des techniques scénographiques actuelles, il met en lumière l'histoire extraordinaire de l'abbatiale de Saint-Sever et plus particulièrement de son *Beatus* (manuscrit enluminé remarquable du 11^{ème} siècle, précieusement conservé actuellement à la BnF)

Le musée est ouvert gratuitement du 1^{er} juillet au 15 septembre, du lundi au samedi, de 14h30 à 18h30. L'accueil est assuré par un saisonnier recruté, payé et formé par l'Office de Tourisme.

Nous avons reçu à ce titre **2248 personnes sur ces 2 mois et demi** (autant qu'en 2017 sur 2 mois). A noter que l'entrée au musée est **gratuite**.

Le ralentissement de la fréquentation est très probablement dû à deux facteurs : le départ en congés en maternité de la conservatrice du musée (poste partagé à hauteur de 30% avec l'OT au titre de la mise en valeur du patrimoine) dont les missions de promotion du site ont difficilement pu être réalisées en son absence et le manque de compréhension par la population locale de la seconde vague de travaux en 2018 (2017 avait été marquée par la nouvelle configuration du musée, le public local n'a pas saisi qu'en 2018 ses avancées continuaient et que des nouveautés étaient présentes).

La Crypte d'Hagetmau

En 2018, et pour la 1^{ère} fois, c'est l'Office de Tourisme, après accord de la Mairie de Hagetmau, **qui est en charge de l'exploitation touristique de la Crypte de Saint-Girons d'Hagetmau**.

Véritable joyau de l'architecture romane, la Crypte de Saint-Girons, propriété de la Mairie de Hagetmau, était destinée au 12^{ème} siècle à la conservation et à la vénération des reliques de saint Girons.

L'Office de Tourisme assure donc désormais :

- la promotion touristique de ce lieu
- son accueil en été pour le public individuel
- sa mise en marché intégré dans des produits packagés pour le public groupe.

Ouverture du lundi au samedi, de 14h30 à 18h30 du 15 juin au 15 septembre et création également de 3 visites nocturnes avec la crypte allumée à la bougie.

Nous avons reçu à ce titre **961 personnes du 15 juin au 15 septembre, pour un CA de 2850€**.

Afin de faire la promotion de ce site, plusieurs outils ont été créés :

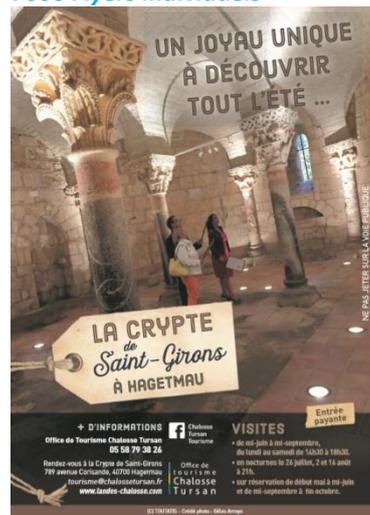
Encart individuel dans le Guide Loisirs Landes Chalosse



300 Affiches A3



7000 Flyers individuels



Par ailleurs, une communication **spécifique dans les rues d'Hagetmau et de Saint-Sever** a été mise en place (cf p10 et 11) ainsi que des achats d'espaces publicitaires dans les supports opportuns (p8)

Terra Aventura de Miramont Sensacq

C'est quoi? C'est une **chasse au trésor insolite** qui s'adresse à tous ! Terra Aventura, c'est l'opportunité de découvrir notre belle contrée landaise, en plongeant dans un univers captivant, par le biais de cette application gratuite de géocaching. Des boîtes, appelées « caches », sont dissimulées dans la nature. Le but ? Découvrir leurs emplacements et les trésors qu'elles contiennent !

Dans les caches vivent les Poï'z, de petits personnages aux caractères bien trempés, présents sous la forme de badges à collectionner. Pour les débusquer, c'est simple : choisir un parcours, se laisser guider, répondre aux énigmes et le tour est joué !

Cette application créée il y a quelques années par la Région Limousin, et depuis la fusion des collectivités, par la région Nouvelle Aquitaine, n'était pas encore déclinée dans les Landes.

2018 marque la 1ère année de production de parcours géocaching dans les Landes, et l'OT Chalosse Tursan en est donc un des premiers concepteurs/contributeurs.

Exemple d'un commentaire d'un Géo cacheur

Un nouveau commentaire vient d'être publié pour la cache 'La fabuleuse forêt des Landes' par Antholabus(niny402811@hotmail.fr) :
1ère initiation qui se traduit par une tres bonne expérience ! MPLC

Un nouveau commentaire vient d'être publié pour la cache 'La fabuleuse forêt des Landes' par Fénerlé(hertert.depreux@gmail.com) :
Super moment avec les enfants!!!



Notre parcours se situe dans la forêt de Miramont Sensacq et s'intitule « **La fabuleuse forêt des Landes** »

Sa fabrication a couté 1835€ (tarif net, fixé par la Région pour tous les parcours 2018)

Il a accueilli près de **800 personnes** et récolté **165 commentaires plus positifs les uns des autres**

Les Visites Guidées de Saint-Sever

Un point d'orgue a été donné en 2018 concernant la visite guidée de Saint-Sever. En effet, les nouvelles tendances et pratiques touristiques montrent que les touristes veulent des **visites innovantes, participatives, voire expérientielles**. Ce que nous avons fait en créant 3 nouvelles visites, innovantes, décalées, amusantes. La réussite de ces créations passe aussi par le guidage que nous avons confié l'été dernier à une étudiante de l'Ecole du Louvre spécialement aguerrie à cette nouvelle manière d'appréhender le patrimoine.

En 2018, c'est une nouvelle programmation de visites guidées axée sur la **nouveauté** et le côté **décalé** qui est lancée



NOUVEAU

Cœur de VILLE

49 visiteurs

SAINT-SEVER « CŒUR DE VILLE »
 Découvrez le riche passé historique de Saint-Sever, ancienne capitale du duché de Gascogne : l'abbaye bénédictine et son exceptionnelle abbatale aux 7 absides échelonnées, sa salle du trésor avec présentation du célèbre Beatus de Saint-Sever, les hôtels particuliers de la ville et le couvent des Jacobins.

QUAND ?
 Du 5 juillet au 31 août.
 Les jeudis à 10h30 et les vendredis à 15h.

RDV à l'Office de Tourisme.

Tarif : 4€ / 3€ tarif réduit
Gratuit pour les - de 10 ans



Musée des Jacobins
MAISON SENTEX

56 visiteurs

MUSÉE DES JACOBINS / MAISON SENTEX
 Visitez le musée des Jacobins et plongez-vous dans l'histoire de la villa gallo-romaine du Gleyzia d'Augreilh et des chapiteaux paléochrétiens de Morlanne. Puis, vous déambulerez dans la Maison Sentex, demeure privée, incroyablement pavée depuis le XIX^e siècle de mosaïques du IV^e siècle, provenant de cette villa. Elle comporte aussi une magnifique collection de faïence du XVIII^e s. de Samadet.

QUAND ?
 Du 2 juillet au 27 août, les lundis à 15h.

RDV à l'Office de Tourisme.

Limite de 20 personnes.

Tarif : 4€ / 3€ tarif réduit
Gratuit pour les - de 10 ans



NOUVEAU

Saint Sever DÉCALÉ

50 visiteurs

SAINT-SEVER DÉCALÉ
 Explorez la ville à travers une approche ludique, interactive et sensorielle et faites de Saint-Sever un terrain de jeu et d'expérience ! Touchez la pierre sculptée les yeux bandés, observez de manière décalé le patrimoine à travers une loupe, dessinez les édifices avec la main de votre partenaire, écrivez un haïku pour retranscrire vos impressions. Adultes et enfants sont les bienvenus, pour partager un moment de détente, d'amusement et de poésie autour du patrimoine.

QUAND ?
 Du 9 juillet au 30 août.
 Les lundis à 10h30 et les jeudis à 15h.

RDV à l'Office de Tourisme.

Limite de 20 personnes.

Tarif : 4€ / 3€ tarif réduit
Gratuit pour les - de 10 ans



NOUVEAU

À L'ENVERS et vue d'en haut

85 visiteurs

À L'ENVERS ET VUE D'EN HAUT
 Plongez au cœur du fabuleux destin de l'abbaye de Saint-Sever, sous un angle... inattendu. Equipé d'un miroir (prêté par l'office de tourisme), vous aurez accès d'une manière totalement inédite à une vision insolite des chapiteaux exceptionnels de l'abbaye (70 romans sur un ensemble de 140), vous découvrirez alors son architecture unique et profiterez pour finir d'une vue imprenable depuis son clocher.

QUAND ?
 Du 13 juillet au 31 août, les vendredis à 11h.

RDV à l'Office de Tourisme.

Limite de 10 personnes.

Tarif : 4€ / 3€ tarif réduit
Gratuit pour les - de 10 ans



NOUVEAU

Patrimoine & YOGA

51 visiteurs

PATRIMOINE & YOGA
 Venez méditer au cœur d'un lieu chargé d'histoire... Le cloître des Jacobins vous accueille pour une initiation au yoga, en compagnie d'une animatrice professionnelle. Ces séances vous permettront de découvrir et ressentir les lieux différemment, par le biais d'une pratique favorisant le bien être, la relation à son environnement, à soi et aux autres.

QUAND ?
 Les mercredis 18, 25 juillet et 1^{er}, 8 août à 10h.

RDV à l'Office de Tourisme.

Limite de 15 personnes. Tapis de sol fournis, tenue confortable conseillée. Âge minimum 15 ans. Sur réservation.

Durée : 1h30 Tarif : 6€



NOUVEAU

Visite NOCTURNE théâtralisée

279 visiteurs

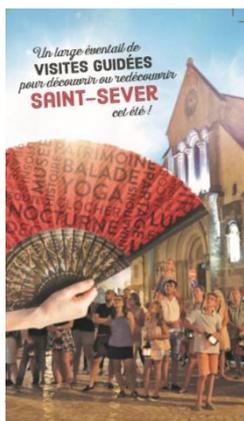
SAINT-SEVER LA NUIT VISITES NOCTURNES THÉÂTRALISÉES
 La nuit éclairée par vos lanternes à bougies, tout devient magique avec les «Moines Baladins de Mauco» et vos guides touristiques. Au travers d'une déambulation théâtralisée vous découvrirez au clair-obscur l'abbaye bénédictine, la place du Tour du Sol, le cloître des Jacobins, la maison du Général Lamarque. Et comme nous sommes dans les Landes, tout finit par un pot convivial !

QUAND ?
 Les mardis 24, 31 juillet, 7, 14 et 21 août à 21h30.

RDV à l'Office de Tourisme.

Limite de 60 personnes. Sur réservation.

Tarif : 8€ / 6€ tarif réduit
Gratuit pour les - de 10 ans



Objectif : faire la promotion de l'intégralité de la nouvelle programmation des visites guidées de Saint-Sever, créées et assurées par l'Office de Tourisme

Date de sortie : 20 juin 2018

Durabilité : été 2018

Tirage : 8000 exemplaires flyer / 300 affiches A3 / Encart dans le Guide Loisirs Landes Chalosse

Partenaires : sans

Diffusion : dans les BIT de l'OT et hors les murs / sur site @/ aux prestataires au lancement de saison / dans les commerces de Saint-Sever en été / en dépôt dans l'abbatale

Par ailleurs, pour nos touristes qui ne souhaitent pas visiter la ville de Saint-Sever avec un guide, mais préfèrent le faire à leur rythme, nous avons développé ces dernières années les outils suivants reconduits en 2018 :

Chasse au trésor de Saint Sever



Objectif : Expliquer l'incroyable histoire de Saint-Sever par une appréhension ludique du patrimoine. Parcours et document intégralement créé par l'OT
Public : Enfants
Date de sortie : créé en 2013 / Revu en 2017 avec nouveautés / Réimprimé en 2018
Durabilité : à l'année
Tirage : 2000 nouveaux exemplaires imprimés en 2018, brochure 8 pages
Partenaires : sans
Diffusion : dans les BIT de l'OT

Le Guide Patrimoine de Saint-Sever – FR/ANG/ESP



Objectif : Mettre en avant et expliquer l'histoire et l'intérêt architectural de la ville de Saint-Sever. Il est très esthétique afin que le public le conserve comme un souvenir de son expérience
Public : Français/Anglais/ Espagnols, en autonomie
Date de sortie : créé en 2014 en français, **il est traduit et imprimé en anglais et espagnol en 2018**
Durabilité : à l'année

Tirage : 1000 exemplaires espagnols / 2000 exemplaires anglais. 4 pages

Partenaires : sans

Diffusion : dans les BIT de l'OT à nos touristes en séjour / à nos prestataires (essentiellement hébergeurs) en début de saison/ à nos groupes en fin de visite.



La visite de Saint-Sever sur tablette numérique « Le Voyage de Guilhem »

Objectif : faire la promotion de la visite virtuelle sur tablette numérique, nommée « Le Voyage de Guilhem », imaginée et créée par l'OT en 2013 (par l'OT Cap de Gascogne de l'époque) qui met en avant, de manière ludique et décalée l'incroyable histoire du Béatus de Saint-Sever
Date de sortie : stock 2017
Durabilité : à l'année
Tirage : stock 2017
Partenaires : sans
Diffusion : dans les BIT de l'OT et hors les murs / sur Youtube / aux prestataires au lancement de saison / aux Rencontres du Tourisme Landais avril 2018 / dans les commerces de Saint-Sever en été / en dépôt dans l'abbatiale

Formations / Séminaires

L'équipe a suivi les formations ou rencontres professionnelles suivantes :

- Formation « Comment rebondir après l'obtention de la marque Qualité Tourisme? » → Gisèle FRAY / 15 et 16 novembre 2018/ Bordeaux
- Séminaire « 14ème rencontres nationales du tourisme institutionnel » → Amandine GOMEZ, Virginie MASSON PELEGRY, Gisèle FRAY (1 jour), Valérie DAUGREILH (1jour) / 10 et 11 octobre 2018 / Pau
- Séminaire « Journée nationale des Offices de Tourisme e France » → Virginie MASSON PELEGRY / sept 2018 / Tours
- Séminaire des directeurs des OT de Nouvelle Aquitaine → Virginie MASSON PELEGRY / 31 mai et 1er juin / Saint Jean Pied de Port
- Club Qualité Tourisme → Gisèle FRAY / 15 et 16 novembre / Bordeaux
- Formation « Collecter et optimiser sa taxe de séjour » → Valérie DAUGREILH / 15 et 16 Mai 2019 / St Julien en Born

L'équipe a fait **3 réunions d'équipe** en 2018 pour préparer la saison, les jeudis matin, **seul créneau de la semaine où le siège à Saint-Sever et le BIT à Hagetmau sont fermés en même temps**. Ce temps de rencontre commun n'est possible qu'en basse saison, à partir d'avril l'OT à Saint-Sever est ouvert en permanence et ne permet plus de se réunir.

Par ailleurs, en **réunion TRIO** (directrice + salariée concernée par une action spécifique + salariée « référente », **7 rencontres** ont été organisées de plusieurs heures **afin de monter de concert le plan d'actions 2018**.

Organigramme



Prénom : Virginie
Mission : C'est la chef ! Elle coordonne toute notre équipe et nos missions.



Prénom : Gisèle
Mission : Le couteau suisse ! En charge de l'accueil, de l'observatoire et de la Démarche Qualité.



Prénom : Valérie
Mission : En charge de l'ingénierie touristique et des événements. Les nouvelles idées, c'est pour elle !



Prénom : Carine
Mission : La boutique c'est son bébé ! Elle développe également la billetterie.



Prénom : Marie-Danièle
Mission : C'est l'amoureuse des vieilles pierres, guide officielle de l'office de tourisme.



Prénom : Hélène
Mission : Votre interlocutrice privilégiée ! Elle gère toute la relation aux prestataires.



Prénom : Amandine
Mission : La geek de service : en charge de la communication et du e-tourisme.



Prénom : Lucie
Mission : Elle est toute neuve et s'occupe de la commercialisation groupe (et de donner du travail aux guides h).



Prénom : Alizée
Mission : Multitâches : elle gère les visites et le musée de la ville de Saint-Sever.

L'équipe de travail est composée de 9 salariées, pour **7 Equivalents plein**, repartis au sein de 2 pôles (Ressources et Développement) et à minima sur 2 lieux d'accueil (pouvant aller à 4 en saison estivale).

La présidence de l'OT est assurée par Pascal BEUMONT, vice-président de la communauté de communes Chalosse Tursan.

CE

DGS
DIR DEV

CT

CDC CHALOSSE TURSAN

*Gestion de projets 2017-2018*OFFICE DE TOURISME
CHALOSSE TURSAN**Le pôle Ressources, comprend :**

- l'action Billetterie
- l'action Boutique
- l'action Accueil
- l'action Relations aux prestataires
- l'action Démarche Qualité

Le pôle Développement, comprend :

- l'action Communication
- l'action Commercialisation
- l'action Evénementiels (en sommeil)
- l'action Ingénierie Touristique
- l'action Animation du Patrimoine

Le liant entre les deux est insufflé par la démarche qualité et, le cas échéant, par Landes Intérieures.

La direction donne le cap général, organise les actions, insuffle la dynamique, porte les nouveaux projets et fait le lien avec les financeurs et décisionnaires (Collectivité, via le Président de l'OT, le conseil d'exploitation et le cas échéant avec le Directeur Général des Services).

Recrutement saisonnier

Afin d'étoffer l'équipe permanente, d'assurer une longue période hebdomadaire d'accueil et également d'assurer nouvellement l'accueil de lieux touristiques dont nous avons la cogestion, il a été fait les recrutements saisonniers suivants :

- Lucas BAUDIN : 35h / 2 mois → accueil de l'OT à Saint-Sever + Crypte d'Hagetmau
- Anna SCHWARZBARD : 35h / 3 mois → accueil de l'OT de Saint-Sever + Visites guidées de Saint-Sever + Crypte d'Hagetmau
- Sandrine CHEVALIER : 24h / 2 mois → Musée des Jacobins de Saint-Sever
- Clémence LUCOTTE / Coralie DARZACQ / Anne Laure VERGES: 35h / 1 mois chacune → Cave des Vignerons du Tursan

Conseils d'Exploitation

L'organe permettant aux élus et aux prestataires d'échanger et de débattre sur la stratégie touristique (comme sur les résultats de l'OT) est le Conseil d'Exploitation (CE). Constitué statutairement **de 19 membres** (10 élus et 9 prestataires), il s'est réuni **4 fois** en 2018, à chaque fois chez un prestataire, permettant ainsi au préalable de la réunion de visiter le prestataire en question.

CE du 22 janvier 2018, 18h → Cave des Vignerons du Tursan – Geaune

CE du 12 mars 2018, 18h → Mairie de Saint-Sever

CE du 28 mai 2018, 18h → Turs'Ane – Castelnaud Chalosse

CE du 6 novembre 18h → Musée du Cap de Gascogne – Saint-Sever

Les Comptes rendus de ces conseils d'exploitation sont présents sur le site @ professionnel de l'OT.

Par ailleurs, l'OT participe aux Comités des Finances de la communauté de communes Chalosse Tursan à raison d'une moyenne de 3 par an : en début d'année pour la présentation du budget définitif 2017 et le prévisionnel 2018 / en juillet pour un point d'étape à mi-année / en fin d'année pour une estimation des objectifs et de la subvention d'équilibre finale à verser.

Fusion « Landes Chalosse »



L'Office de tourisme Chalosse Tursan, a la particularité de travailler sur 3 territoires de structuration. D'une part, l'OT Chalosse Tursan résulte d'une réforme nationale encore récente, celle de la Loi NOTRe. D'autre part, il est engagé dans deux processus pour le moment parallèles :

- 1) L'appel à projet régional « **Landes Intérieures** » avec les OT de Mont de Marsan et Grenade
- 2) L'association « **Landes Chalosse** », avec les OT de Terres de Chalosse et Amou

Pourquoi une telle situation ?

Historiquement, depuis près de 25 ans les villages de Chalosse et du Tursan essayent de travailler ensemble sur l'émergence d'une destination touristique, la Chalosse. La prise de conscience que chaque OT isolé était peu attractif touristiquement a mis du temps à être compris par les pouvoirs publics. Il y a 6 ans, 6 ex OT (Saint-Sever Cap de Gascogne, Hagetmau, Geaune, Amou, Mugron et Montfort en Chalosse) se sont spontanément réunis au sein d'une **association, « Landes Chalosse »**, pour travailler sur la mutualisation de moyens et une promotion commune. Désormais, la loi NOTRe étant passée par là, cette association regroupe 3 OT (Saint-Sever, Hagetmau et Geaune étant réunis sous l'OT Chalosse Tursan / Mugron et Montfort étant réunis sous l'OT Terres de Chalosse / Amou étant resté seul). **C'est l'OT Chalosse Tursan, en la personne de la directrice qui depuis le début de l'association a la charge de la structure et la gouvernance de cette structure.**

En 2017 a débuté **une étude de structuration juridique et administrative**, menée par le cabinet ALPA conseils. **L'OT Chalosse Tursan** a été chargé à l'époque de la rédaction du cahier des charges, de l'analyse des offres, de la présentation aux élus pour le choix du cabinet, **puis In Fine de la conduite de cette étude pour le compte des 3 OT.**

2018 a été l'année du rendu final de cette étude. Le cabinet a estimé, devant la modeste touristicité effective de la Chalosse, de **la nécessité pour les 3 OT de fusionner, sous le statut de Société Publique Locale** (statut souple et innovant, laissant tout de même la main aux élus). A cette conclusion, **l'OT Terres de Chalosse n'a pas souhaité continuer l'aventure de fusion.** L'OT d'Amou et l'OT Chalosse Tursan en revanche ont fait le choix d'un mariage commun pour 2020 (l'année 2019 étant consacrée à la fusion de ces deux entités)

Rappel des faits 2018 :

→ 24 mai 2018 / Rendu de l'étude ALPA à l'association Landes Chalosse préconisant une fusion des 3 OT en 1 OT extracommunautaire en SPL

- 28 mai 2018 / Conseil d'Exploitation Chalosse Tursan : Présentation du rendu de l'étude et accord de principe du CE
- 28 juin 2018 / Conseil communautaire Chalosse Tursan: Délibération de principe de Chalosse Tursan pour une structuration touristique à l'échelle « Landes Chalosse » en SPL et avec homogénéisation des budgets
- 5 juillet 2018 / AG Landes Chalosse: La CDC Terres de Chalosse, refuse le principe de fusion des 3 OT en un OT extracommunautaire en SPL → les 2 autres OT en prennent acte et décident que le travail commun avec Terres de Chalosse s'arrêtent là
- Octobre 2018: 1ère rencontre entre élus et directeurs OT Chalosse Tursan et Amou pour définir le travail en commun :
 - * *Accompagnement extérieur par un cabinet d'avocats pour la création juridique et organisationnelle de la SPL/*
 Accompagnement extérieur par un expert-comptable pour l'étude financière de la future SPL
 - * *Etude digitale de notoriété*
 - * *Actions communes en 2019 donc préparation dès maintenant: Adhésions/ Communication Print / Site @ unique / Elloha / Flux Vision 2019-2020/ Enquête de clientèle été 2019 CDT*
- Novembre 2018: Cahier des charges pour l'accompagnement lancé / Ouverture des plis le 20 novembre
- 26 novembre 2018 : Dissolution de l'association « Tourisme Landes Chalosse » / Choix du cabinet d'avocat pour l'accompagnement juridique / Validation d'initier l'analyse financière de la SPL en amont / rachat du site @ Landes Chalosse par les OT des Luys et Chalosse Tursan
- Janvier 2019 : Début de l'analyse financière de la future SPL par le cabinet EXCO (Hagetmau) / Objectif de fusion au 1^{er} janvier 2020

Etude de programmation « Maison Darqué »

L'Office de Tourisme communautaire Chalosse Tursan est situé sur la place centrale du village de Saint-Sever (Place du Tour du Sol).

La communauté de communes réfléchit depuis 2017 à l'aménagement d'un nouveau bâtiment pour son Office de Tourisme. Le local choisi, communément appelé « La Maison Darqué » à Saint-Sever, se situe en face de l'actuel Office de Tourisme.

La maison Darqué, Monument Historique, a le double avantage de donner à la fois sur la place centrale du village (réception naturelle des flux) et sur le cloître de l'Abbatiale de Saint-Sever, MH et patrimoine mondial de l'UNESCO au titre des chemins de Saint Jacques de Compostelle. Il a pour inconvénient majeur de multiplier les niveaux et demi-niveaux qui entraînent un manque d'homogénéité et de visibilité entre les différents espaces.

Le projet consiste à aménager ce bâtiment aujourd'hui communal et intégré à l'abbaye conventuelle. Pour préparer la phase opérationnelle de l'aménagement de l'Office de tourisme dans ce bâtiment et disposer d'un programme permettant de choisir un maître d'œuvre, la communauté de communes Chalosse Tursan a fait réaliser une étude de programmation entre 2018 et le 1^{er} semestre 2019.

La philosophie générale à donner à ce futur Office de Tourisme est de le positionner tant comme un **lieu d'information, que comme un espace d'achat et surtout comme un lieu de découverte du territoire, un « mini » site touristique en tant que tel.**

Rappel des faits 2018 :

- Janvier : Lancement de l'étude : 1ère réunion en COPIL (Bâtiments de France/ CG/ Région/ Mona / élus Saint-Sever / Prd CDC et Prd OT / quelques prestataires) et le prestataire sectionné (Agence Scarabée)
- Mars : présentation des 3 scenarii envisagés au CE de l'OT. **Scenario 2, médian retenu**

| | 1 : le Café des touristes | 2 : un équipement attractif | 3 : la totale |
|---|--|--|---|
| contribuer à l'émergence d'une destination | Un office de tourisme de type support | Le prétexte à venir pour voir | Un bel outil de travail multifacettes |
| être le lieu d'expérience sur l'art de vivre de la Gascogne | Se traduit uniquement par l'espace atelier de 30m ² | Propose une dimension expérientielle intéressante : - l'espace atelier de 30m ² - l'espace immersif de 85m ² | Propose une véritable offre expérientielle avec - l'espace atelier de 30m ² - l'espace immersif de 105m ² |
| Première approche des investissements (€ HT coût opération) | 680 000 € | 850 000 € | 1 300 000 € |
| Atouts | Conforme / € | Attractif | Attractif et fonctionnel |
| Inconvénients | Moins attractif | Bureaux ailleurs | Inconnue de l'issue / €€€ |

- ➔ Avril : rencontre avec Mme Lubbet pour connaître sa position concernant l'achat de quelques mètres carrés lui appartenant afin de reconstituer l'intégralité du cloître.
- ➔ Mai : retour négatif de Mme Lubbet. Le projet continue sans cet achat
- ➔ **Etude de valorisation patrimoniale demandée par Bâtiments de France**: Diagnostic du patrimoine par un architecte du patrimoine
 - Consultation : juillet 2018
 - Choix cabinet : septembre 2018
 - Rendu: fin novembre 2018
- ➔ **Déc 2018- Janv 2019**: Finalisation de l'étude de programmation intégrant les conclusions de l'étude de valorisation patrimoniale

A noter que l'étude de programmation (15 876€ TTC / 13230€ HT) est **subventionnée à hauteur de 30%** (sur le HT) par la Région dans le cadre de l'appel à projet régional (cf. ci-dessous).

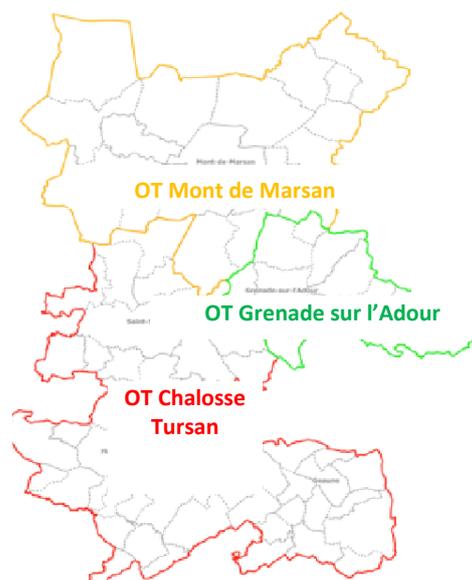
Landes Intérieures

Pour rappel, l'ex OT Saint-Sever Cap de Gascogne, conscient depuis longtemps des atouts touristiques chalossais mais aussi de ses limites en terme d'impact marketing, a saisi l'opportunité il y a 4 ans de travailler avec les OT de Mont de Marsan et de Grenade au sein d'un appel à projet régional encourageant les territoires aquitains à construire des destinations touristiques cohérentes et faisant fi des limites administratives des OT. Cette action commune se nomme « Landes Intérieures ».

Le nouvel OT Chalosse Tursan étant construit, mécaniquement les ex OT de Geaune et Hagetmau ont intégrés ce dispositif.

Il a 3 avantages :

- 1) il suit un cadre régional préalablement sur 4 axes prioritaires et permet à ce titre, de financer plusieurs actions par le biais de subventions régionales (de 30 à 80%)
- 2) il ne remet pas en cause les organisations administratives des OT (c'est sur la base d'un conventionnement clair entre les 3 collectivités et la région que les actions sont définies et pilotées).
- 3) il est ouvert à tout autre territoire de l'intérieur des Landes qui souhaiterait collaborer au projet



Le terme « Landes Intérieures » même s'il demande encore à être conforter, a la mérite de « positionner » ce territoire sur la carte de France, de communiquer sur des valeurs communes et réelles, celles d'un territoire de belle campagne, authentique, où il fait bon vivre et bien manger.

Les objectifs communs sont clairs :

- * **Harmoniser la qualité de service et de fonctionnement des Offices de Tourisme**
- * **Créer une destination commune à l'intérieur du Département des Lande**

2018 a été une année de transition avec d'une part, les départs en juillet de Christophe Zamprogno (directeur OT de Mont de Marsan) et de Camille Debusscher (chargée de mission Landes Intérieures) et le recrutement d'une nouvelle chargée de mission à partir de septembre 2018.

Par conséquent, une mise en veille de certaines actions engagées (et à engager pour 2018) s'est imposée.

Le bilan synthétique 2018 est le suivant :

ACTIONS COLLECTIVES

Objectif 1 : Harmoniser la qualité de service et de fonctionnement des Offices de Tourisme

- * **Harmoniser les services aux prestataires touristiques** / Création de packs de services sur le territoire de Chalosse Tursan / Diagnostic de la politique tarifaire des packs de service, des services aux prestataires et de communication auprès des prestataires touristiques / Réflexion autour d'un pack Landes Intérieures

* **Construction des S.A.D.I. Landes Intérieures** / SADI par territoire : Analyse des clientèles touristiques des 3 territoires / Identification du cycle des clientèles / Auto évaluation des outils existants dans les 3 Offices de Tourisme / Préconisation pour l'optimisation de l'accueil et de la diffusion de l'information

* **Mutualisation du service de commercialisation de produits "groupes"** / Groupe de travail entre les 3 OT pour harmoniser leurs programmes de visites et leurs démarches commerciales.

Objectif 2 : Créer une destination commune à l'intérieur du Département des Landes

* **Augmenter la visibilité numérique de visites-landes.fr** / Continuer le recrutement payant de fans sur Facebook - plus de 10 000 fans acquis / 30% subventions

ACTIONS CHALOSSE TURSAN

Objectif 1 : Harmoniser la qualité de service et de fonctionnement des Offices de Tourisme

* **Création de contenu photo et vidéo de qualité** / 3 jours de shootings / 30% subventions

* **Equipement numérique des bureaux d'information touristique** / Acquisition d'un ordinateur pour accueillir le public / Acquisition d'un logiciel de montage vidéo / 30% subventions

* **Mise en place de la Taxe de Séjour en Chalosse Tursan** / Création de la plateforme de paiement et accompagnement technique à cette mise en place / 50% de subventions sur l'acquisition du logiciel

* **Etude de programmation "maison Darqué"** / 50% de subventions

* **Travaux d'amélioration du siège de l'OT Chalosse Tursan** / aménagement cour, électricité et balustrade / 30% de subventions

Landes Gourmandes



Développer le Tourisme Gourmand dans les Landes est désormais une volonté clairement affichée par le CDT des Landes. Cela nécessite donc de créer un **réseau de professionnels motivés et désireux de valoriser les produits et savoir-faire de qualité de nos terres landaises.**

A ce titre, Chalosse Tursan doit pouvoir trouver toute sa place ! C'est l'ambition clairement verbalisée par l'OT Chalosse Tursan à la présentation de la démarche en fin d'année par le CDT. **C'est par la**

gastronomie que l'intérieur des Landes pourra exister face à un littoral (et un thermalisme) omniprésent.

Le travail technique débute concrètement en janvier 2019 pour un 1^{er} réseau fédéré et promu à l'été 2019.

La marque Landes

Le département des Landes a fait le constat que les concurrences territoriales était une réalité. Il souhaite affirmer la différence, le potentiel et le dynamisme des Landes afin de faire progresser la compétitivité et l'attractivité du département.

Le 1^{er} semestre 2018 a été consacré à une **Etude d'Image** qui a mesuré le niveau de notoriété et d'attractivité touristique et économique du département, qui a défini l'image perçue par les touristes, les habitants et les acteurs économiques et qui a mis en exergue les facteurs positifs et négatifs.

L'OT a participé au Comité stratégique par la présence de Pascal BEAUMONT, président de l'OT et au **Comité technique** en la personne de V.MASSON, directrice de l'OT.

Cette étude d'image a ensuite laissé la place à une **Etude de définition de la Marque** à partir de juin, par l'Agence Hôtel République. L'OT y a participé au travers d'un large échange technique avec le cabinet sélectionné, puis également au travers des deux entités précédemment cités (Comité Stratégique, Comité technique). Cette étude est co-financée par l'ensemble des EPCI des Landes à hauteur de 40% au prorata de leur population (Accord du Conseil communautaire Chalosse Tursan du 27 septembre 2018), le CD40 engage la dépense et finance à hauteur de 50% et les Chambres consulaires participent financièrement à hauteur de 10% à part égale

A la fin de l'année 2018 ce travail n'était pas encore terminé.



Le concept de Petites Cités de Caractère® est né au milieu des années 70 pour valoriser des communes atypiques, à la fois rurales par leur implantation, leur population limitée, et urbaines par leur histoire et leur patrimoine. Ces villes, autrefois centres administratifs, politiques, religieux, commerciaux, militaires, ...ont souvent vu leurs fonctions urbaines se réduire après les révolutions administratives et industrielles de la France.

Pour exemple, les communes de Nouvelle Aquitaine marquées sont Villebois-Lavalette ou Saint-Aulaye.

Le projet des Petites Cités de Caractère® est de fédérer dans ces communes les différents acteurs autour d'un objectif : la sauvegarde du patrimoine comme levier de développement des territoires. L'action du réseau Petites Cités de Caractère® est d'abord d'accompagner des élus qui souhaitent concilier le développement de leur commune dans le respect du patrimoine.

C'est la démarche qu'a entreprise la commune de Geaune en 2018. Dans le respect de la Charte de Qualité nationale à laquelle elle se réfère, la commission d'homologation a donné son accord pour accompagner la commune dans ce processus. **A ce titre, l'OT Chalosse Tursan participe au comité de pilotage stratégique.**

La marque n'est pas encore obtenue. Il faut encore quelques années de travail, de concertation et de travaux d'aménagement avant de pouvoir l'obtenir.

2018 a été consacré à la présentation du projet et de l'ambition communale, à laquelle la ville a su y adjoindre toutes les institutions idoines (DRAC, CAUE, CD40, OTCT, CDC...). Plusieurs réunions ont eu lieu afin de définir un cahier des charges partagé visant à sélectionner un bureau d'études (début 2019) en charge de la rédaction et de la construction du plan de référence (étape préalable nécessaire à l'obtention de la marque).

Dans les Landes, pour l'heure aucune commune n'est « petites Cités de Caractère ». En revanche, au côté de Geaune, les villages d'Amou, de Labastide d'Armagnac, ont également rejoints la démarche.

Axe 1. Construire et installer le nouvel Office de Tourisme Chalosse Tursan

Objectif « Promotion » : Installer la dénomination « Chalosse Tursan » dans nos supports de communication et marquer les esprits en local

- Editer nos éditions PRINT en propre dès la 1ere année
 - Guide Restaurants Chalosse Tursan
 - Guide Loisirs Chalosse Tursan
 - Guide Hébergements Chalosse Tursan

- Booster le Facebook Chalosse Tursan en misant sur le décalé et le fun pour fidéliser les fans
 - Fusion des pages existantes
 - Développement d'une charte éditoriale Chalosse Tursan qui tend vers l'informatif mais sous l'angle fun, sympa, décalé
 - Boost des posts à forts potentiels par le sponsoring payant
 - Mise en place d'une campagne payante pour sponsoring de la page « Chalosse Tursan »

- Mener une campagne d'achat d'espaces et d'encarts, installer notre territoire sous l'axe « sites touristiques » par la mise en avant de nos pépites patrimoniales
 - Guide de Dax
 - Petit Futé Aquitaine
 - Guide de découverte Groupe
 - Le Festin
 - Sud-Ouest
 - Carte Touristique des Landes
 - Visites Passion
 - Tout autre support qui serait identifié et pertinent pour notre action (ex : recherches Communication spéciale CE, spéciale camping cariste, spéciale pèlerins...)

- Obtenir de la matière photographique pour constitution d'une photothèque de qualité, utilisée
 - Développement d'une campagne photographique sur 2 exercices budgétaires shootant les plus beaux sites et évènements
 - Achat de photographies professionnelles
 - Prises de vue in situ par l'équipe le cas échéant, pour Facebook live notamment

- Editer des documents promotionnels sur l'offre patrimoniale
 - Guide du patrimoine Saint-Sever, français et espagnol
 - Programme des visites guidées
 - Chasse au trésor
 - Jeu de piste adulte « Le Comte est bon »

Objectif « Accueil » : Augmenter le nombre de contacts touristiques sur nos différents lieux d'accueil par un conseil personnalisé permanent

- Travailler l'accueil personnalisé au siège, au BIT permanents et BIT temporaires
 - Par la Démarche Qualité, positionner l'ensemble des conseillers en séjour (permanents et saisonniers) sur le conseil personnalisé, par l'accompagnement permanent de la direction et référent Qualité et la formation (interne et externe)

- Travailler l'accueil hors les murs
 - Accueil au camping des Rives de l'Adour 1 fois par semaine en été
 - Accueil au BIT de la Cave du Tursan en été
 - Réflexion pour la présence de l'OT sur évènements importants avec déploiement d'un truck touristique notamment (cf SADI)

→ Mener le SADI Chalosse Tursan (Schéma d'Aménagement et de Diffusion de l'Information) et identifier les axes d'amélioration

- Analyse des clientèles touristiques des territoires
- Identification du cycle des clientèles
- Auto évaluation des outils existants dans les Offices de Tourisme
- Préconisation pour l'optimisation de l'accueil et de la diffusion l'information

Objectif « Commercialisation » : Augmenter la part d'autofinancement de l'OT par la boutique, la billetterie et la commercialisation de produits auprès des groupes

→ Monter en puissance de la Boutique de l'OT

- Augmentation des espaces de vente (siège actuel, BIT saisonniers et permanents, sites touristiques en « cogestion »),
- Recherche de nouveaux produits
- Conception de produits floqués et en exclusivité
- Mise en scène de la boutique
- Accompagnement interne pour l'argumentaire de vente
- Suivi en interne de la régie de recettes

→ Développer le service Billetterie (zone administrative Chalosse Tursan et abords immédiats)

- Identification, relationnel et mise en vente d'évènements très qualitatifs et à potentiels touristiques
- Identification, relationnel et mise en vente de sites touristiques très qualitatifs et à potentiels touristiques
- Suivi en interne de la régie de recettes

→ Développer le service commercial auprès des groupes, pour apporter du volume d'affaires à nos prestataires et à l'OT lui-même (visites guidées et boutique)

- Mise en conformité avec immatriculation de commercialisation et garantie financière
- Démarchage commercial auprès de nos publics groupes cibles
- Conception de produits thématiques (par territoires, par valeurs, par évènements)
- Réalisation de produits sur-mesure et clef en main
- Communication spécifique par le « Guide Groupes Chalosse Tursan » et newsletters thématiques
- Vente des produits de nos prestataires à leur bénéfice, en leur apportant des groupes clé en main

Objectif « Habitants » : Privilégier cette cible fondamentale pour asseoir notre activité économique, essaimer notre ambition touristique et leur faire réapproprier leur patrimoine architectural

→ Donner envie aux habitants de s'approprier leur territoire par la création de services adaptés

- Une offre de visites guidées qui les éclairent et les séduisent sur ce « qu'ils voient tous les jours mais qu'ils ne connaissent pas »
- Des privilèges, avant-première, avantages sur des produits de l'OT
- Des produits de découverte patrimoniale adaptés aux familles (le Comte est bon, le Voyage de Guilhem, la chasse au trésor, Géocaching Terra Aventura, les pré-visites du Musée des Jacobins aux grands parents)

→ Identifier l'OT comme lieu de vie, lieu de conseil, lieu de services, lieu de ventes

- Une boutique qui complète le commerce local et qui vise à plaire aussi à la population locale
- Une billetterie physique qui complète les dispositifs numériques des animations locales (à potentiels touristiques)
- Un projet de nouvel OT, vitrine du territoire, lieu de vie et expérientiel

Objectif « Equipe » : Créer une culture d'entreprise « Chalosse Tursan » axée sur le professionnalisme et l'expertise

→ Qualifier l'ensemble des salariées par l'instauration de services spécifiques attribués à 1 ou plusieurs salariés identifiés, formés, encadrés et valorisés dans ses nouvelles missions

- Mission billetterie
- Mission boutique
- Mission communication promotion
- Mission commercialisation groupes

- Mission médiation du patrimoine
- Mission accueil
- Mission prestataires
- Mission observatoire
- Mission démarche qualité
- Mission ingénierie touristique
- Direction

→ Devenir des experts de la destination

- Visites
- Eductours
- Testing / présence aux évènements

→ Réinventer le métier de conseiller en séjour

- L'accueil personnalisé comme fil conducteur de l'accueil public
- Des évènements et des actions spécifiques qui « font savoir » et valorise l'expertise de l'équipe auprès des touristes mais aussi des élus et des prestataires
- Un nouvel OT comme nouvel écrin de cette expertise positionnant les salariés comme « ambassadeur- expert de la destination »

→ Veiller au lien et à la communication permanente des salariées entre elles pour que les missions de chacun fassent « vases communicants »

- Réunions d'équipe, point salarié-direction, rdv trios

Objectif « Données » : Créer un observatoire à taille réaliste mais qui nous permet de connaître notre activité et de se situer (par rapport aux autres, à travers les années...)

→ Développer un observatoire touristique

- Mise en place d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs et tableaux de bord analysant l'ensemble des missions de l'OT (fréquentation, CA, relations presse, demande boutique, comptabilité analytique, suivi des doléances...)
- Veille de la saisie
- Analyse annuelle
- Mise en place d'actions correctives avec la direction le cas échéant

Objectif « Prestataires » : Tisser des liens permanents avec les « forces vives touristiques » de notre territoire

→ Être identifié comme expert de la destination et partenaire incontournable pour leurs touristes

- Evènements pour connaître l'offre touristique et créer une dynamique commune et de partenariat : éductours, lancements de saison, semaines portes ouvertes
- Fourniture de toute la documentation touristique nécessaire pour l'information de qualité et newsletters

→ Être apporteur d'affaires, dans le cas de la commercialisation groupes

- Démarchage commercial auprès de nos publics groupes cibles
- Montage de produits packagés incluant les offres des prestataires
- Vente des produits à leur bénéfice, en leur apportant les groupes clé en main

→ Être intermédiaire de ventes et partenaire complémentaire dans la vente de spectacles, sites et évènements

- Vente des billets spectacles et sites selon les conditions de vente OT (en moyenne, 1€ de marge par ticket)

→ Apporter de nouveaux services +

- Développement de packs partenaires
- Visite aux prestataires et accompagnement au classement
- Communication appropriée avec mise en avant particulière de leur offre (guide restaurants Chalosse Tursan, guide loisirs Chalosse Tursan, guide hébergements Chalosse Tursan, guide groupes Chalosse Tursan, chéquier avantages Landes Chalosse, posts facebook) et communication professionnelle (guide du partenaire et espace pro)
- Avantages commerciaux par la carte d'ambassadeurs (réductions boutique)
- Accompagnement personnalisé à la taxe de séjour (déclaration et paiement)

Objectif « Médiation du Patrimoine » : Faire de l'OT un créateur - producteur d'offres touristiques

- ➔ Mettre en valeur le patrimoine architectural public et privé du territoire, par la création de visites guidées originales
 - ➔ Création d'un programme varié, innovant et multi-sites répondant aux nouvelles pratiques de consommateurs (visites nocturnes, visites sensorielles, expérience décalée...)
 - ➔ Montage d'une communication spécifique visites guidées : guide, affiches, encarts
 - ➔ Accompagnement des associations partenaires
- ➔ Améliorer la présentation des lieux de visite
 - ➔ Signalétique routière
 - ➔ Communication de rues
 - ➔ Participation au nouveau projet de Musée des Jacobins de Saint-Sever
- ➔ Cogérer le fonctionnement de sites touristiques publics et ou privés
 - ➔ Communication et personnel d'accueil du Musée des Jacobins de Saint-Sever géré et financé par l'OT
 - ➔ Communication et personnel d'accueil de la Crypte de Saint-Girons d'Hagetmau géré et financé par l'OT
 - ➔ Accueil permanent à la Cave par un poste poly compétent Tourisme- Œnologie à la Cave co géré et co financé par l'OT et la Cave
- ➔ Développer des produits de découverte patrimoniale adaptés aux familles en toute autonomie
 - ➔ Jeu de piste adolescent et adultes « Le Comte est bon », Saint Sever
 - ➔ Visite numérique sur tablette numérique, « le Voyage de Guilhem », Saint-Sever
 - ➔ Chasse au trésor enfants, Saint-Sever et Hagetmau
 - ➔ Géocaching Terra Aventura à Miramont-Sensacq
 - ➔ Guide du patrimoine français et espagnol de Saint-Sever

Objectif « Ingénierie Touristique » : Faire de l'OT la cellule de réflexion et d'expertise pour concevoir puis porter de nouveaux projets de développement touristique

- ➔ Développement puis instauration de la taxe de séjour
 - ➔ Analyse financière et montage administratif
 - ➔ Mise en place du logiciel de déclaration et paiement
 - ➔ Suivi de la régie de recettes
 - ➔ Accompagnement personnalisé à la taxe de séjour (déclaration et paiement) ➔ intègre obj Prestataires
- ➔ Réflexion sur un plan d'actions spécifique à mener pour l'aménagement et la communication spécifique auprès du public camping-cariste
 - ➔ Etude comparative
 - ➔ Analyse par le SADI du territoire et des axes d'amélioration
 - ➔ Montage d'un plan d'actions et plan de financement
 - ➔ Argumentation politique
- ➔ Développement d'un projet innovant de géocaching. Déploiement à terme sur d'autres villages du territoire
 - ➔ Groupe de travail CDT
 - ➔ Médiation entre concepteur, Conseil régional et service environnement en local
 - ➔ Montage du produit
 - ➔ Suivi et développement du pack communication ➔ intègre ensuite obj « médiation du patrimoine »
- ➔ Acteur de la démarche entreprise par le CDT des Landes sur le « Tourisme Gourmand »
 - ➔ Participation au comité de pilotage
 - ➔ Lobbying politique
 - ➔ Montage d'un plan d'actions et plan de financement
 - ➔ Argumentation politique

Objectif « Direction » : Tenir la barre et impulser la dynamique générale

- ➔ Développement et animation de la politique de développement touristique de Chalosse Tursan

- Elaboration de la stratégie de développement touristique Chalosse Tursan
- Animation, impulsion, organisation du dispositif Landes Chalosse
- Co-action sur le dispositif Landes Intérieures
- Suivi des actions (participation au comité de pilotage) CDT Landes - CRT Aquitaine et Offices de Tourisme de France ;
- Suivi et intégration dans les actions de valorisation de la thématique jacquaire
- Impulsion et management de l'animation numérique du territoire (accompagnement de l'équipe et des prestataires, plan d'actions)
- Veille touristique / consolidation du réseau d'acteurs et de personnes ressources

→ **Gestion administrative et financière**

- Préparation du budget annexe
- Propositions des délibérations du conseil communautaire
- Suivi administratif et financier au quotidien
- Accompagnement à la gestion de la vie juridique de la structure

→ **Management de l'équipe dans la cadre d'une optimisation permanente des moyens humains**

- **Organisation et suivi de l'ensemble des actions à mener et répartition du travail → Fil conducteur à l'ensemble des actions présentées ci-dessus**
- Fixation des objectifs internes et suivi des indicateurs, réorientation-corrrections le cas échéant
- Gestion des RH au quotidien (plannings, portefeuilles de missions dédiés par salarié, élaboration de l'organigramme, des fiches de poste, des plans de formations, animation des entretiens annuels d'évaluation, recrutement de salariés, animation de réunions d'équipe)
- Impulsion d'une dynamique d'équipe et culture d'entreprise.

→ **Organisation des relations institutionnelles, des partenaires touristiques institutionnels et des socio-professionnels :**

- Animation du conseil d'exploitation
- Participation aux bureaux et conseils communautaires ; présentation en commission des finances
- Représentation de la structure auprès des partenaires institutionnels (CDT, MONA, OTF) et socio-professionnels
- Identification des opportunités et des dispositifs de développement touristiques et lobbying politique

→ **Conduite des projets de développement d'outils, d'infrastructures et/ou d'aménagements touristiques à vocation communautaire**

- Impulsion et animation du projet de nouvel OT dans la maison « Darqué »
- Aide technique aux porteurs de projets pour améliorer l'offre touristique (hébergement, restauration...)

Axe 2. Accroître le dispositif de l'appel à projets régional « Landes Intérieures » pour tendre vers une destination

Objectif 1 : Harmoniser la qualité de service et de fonctionnement des Offices de Tourisme...

→ **Par le E-Tourisme et le numérique**

- Création de contenu photo et vidéo de qualité
- Construction et juxtaposition des 3 SADI menés par les 3 OT Landes Intérieures, pour l'identification des passerelles entre les territoires, la création d'un plan d'actions SADI Landes Intérieures
- Création de contenu de promotion Landes Intérieures : clip vidéo promotionnel sur les activités du territoire (cibles : cinémas des Landes) / création d'une campagne locale de communication sur les activités, loisirs et découvertes à réaliser à « proximité » de chez soi (cible : les locaux pour prescription)
- Equipement numérique de l'OT Chalosse Tursan (serveur commun, logiciel métier de montage vidéo)

→ **Par des démarches collectives de progrès et qualité**

- Réflexion et actions pour une analyse analogue entre les 3 OT de la filière événementielle
- Création de packs de services sur le territoire de Chalosse Tursan, puis de packs Landes Intérieures
- Passerelles entre les services commercialisation des OT pour produits "groupes"
- Création d'une centrale d'achat pour les boutiques des 3 OT de Landes Intérieures
- Classement et intégration de la démarche Qualité Tourisme pour l'OT Chalosse Tursan (afin notamment d'harmoniser le niveau de reconnaissance de la qualité d'accueil sur les territoires des Landes Intérieures)

- Par la modernisation des OT
 - Mise en place de la Taxe de Séjour en Chalosse Tursan : ingénierie et subventions
 - Optimisation de la taxe de séjour sur les Landes Intérieures par l'action Décla'Loc
 - Etude de programmation pour le nouvel OT Chalosse Tursan
 - Travaux d'amélioration du siège de l'OT Chalosse Tursan

Objectif 2 : Créer une destination à l'intérieur du Département des Landes

- Par la professionnalisation
 - Création d'un Programme de sensibilisation aux Landes Intérieures pour les équipes, les élus, les socioprofessionnels
 - Augmentation de la visibilité numérique du blog Landes Intérieures visites-landes.fr
 - Définition du positionnement et de la marque Landes Intérieures

3. Structurer la dynamique « Landes Chalosse » sur des valeurs touristiques communes et tendre vers une taille critique d'organisation structurelle

Objectif 1 : Continuer une communication commune qui fonctionne

- Des éditions Print qui répondent à la clientèle en séjour
 - Carte touristique Landes Chalosse
 - Le guide famille Landes Chalosse (été)
 - Le guide des animations Landes Chalosse (été)
 - Le chéquier avantages Landes Chalosse (été)
- Un site internet de destination comme Testing de notre potentiel touristique
 - Abandon des sites @ des 3 OT de Landes Chalosse au profit de ce site @ de destination
 - Organisation en interne pour porter ce site @ sans structuration formelle

Objectif 2 : Clarifier la structuration actuelle en analysant la question d'une fusion d'OT extracommunautaire pour un OT unique Landes Chalosse

- Conduite d'un diagnostic de destination mené par le CDT, photo du territoire Landes Chalosse
- Conduite d'une étude de structuration menée par un cabinet extérieur qui vise à répondre aux questions de structuration d'un point de vue juridique, administratif, financier et RH
- Conduite d'un lobbying local et interne qui vise à faire intégrer les 2 autres OT Landes Chalosse dans le processus Landes Intérieures OU à faire tendre le futur OT Landes Chalosse mécaniquement dans le processus Landes Intérieures

Objectif 3 : Professionnalisation et harmoniser les pratiques au sein des 3 OT

- Déploiement du dispositif Flux Vision sur l'ensemble du territoire Landes Chalosse
- Harmonisation des pratiques de saisie Tourinsoft