

## RELEVÉ DE DECISIONS

### Présents

BAZIN Angèle / BEAUMONT Pascal / BERGINIAT Marion / CHALANDRE / HIRIGOYEN Jean / MASSON PELEGRY Virginie / PRUET Marcel / TAUZIN Arnaud / TERNUS Henri

### Document joint

- Support de présentation CE 6 novembre 2018

17h-18h : La réunion est précédée de la visite de la nouvelle muséographie du Musée des Jacobins par Alizée Le Pannéer que nous remercions.

## FUSION LANDES CHALOSSE

Office de  
t o u r i s m e  
Chalosse  
T u r s a n

### RAPPEL DES DERNIERS FAITS

→ 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

→ CE 28 mai 2018: Présentation du rendu de l'étude et accord de principe du CE

→ Conseil communautaire du 28 juin 2018: délibération de principe pour une structuration touristique à l'échelle « Landes Chalosse » en SPL et avec homogénéisation des budgets

→ AG Landes Chalosse 5 juillet 2018: 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

## 1/ FUSION LANDES CHALOSSE

- Validation de l'échéancier et de la marche à suivre pour aboutir à la fusion avec l'OT d'Amou en SPL, à horizon maximum de janvier 2020.

- Validation du principe de travail commun dès aujourd'hui avec l'OT d'Amou pour adhésions communes, communication web et print commune, flux vision 2019-2020 sur ce nouveau zonage (2500€ par an) et enquête clientèle en commun pour l'été 2019 (3500€ l'enquête)

### DEPUIS... ET A SUIVRE

T u r s a n

→ Octobre 2018: 1<sup>ère</sup> rencontre entre élus et directeurs OT Chalosse Tursan et Amou.

- Dissolution Association d'ici fin de l'année
- **Accompagnement extérieur par un cabinet d'avocats pour la création juridique et organisationnelle de la 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 nov
- Choix cabinet 26 nov
- Dissolution Association le 26 nov

→ Décembre 2018 – Mars 2019: Accompagnement juridique

→ Avril/Mai 2019: Dépôt des statuts Greff Tribunal Commerce et Préfecture

→ Courant 2019 – max 1<sup>er</sup> janvier 2020: Création de l'OT Landes Chalosse (à confirmer) en SPL

## 2/ MAISON DARQUE

- Prise de connaissance par le CE du diagnostic patrimonial en cours

- Validation de l'échéancier proposé.

- A. Tauzin demande à ce que les travaux soient finis pour la saison 2020 (6 mois de travaux), que cet impératif de date soit mentionné dans le cahier des charges de la consultation du maître d'œuvre et qu'il soit retenu comme un critère de sélection.

**INFO POST CE :** le diagnostic patrimonial a été rendu fin novembre. Depuis, un avis formel auprès de l'ABF a été demandé. Nous en attendons la réponse

## MAISON DARQUE

### RAPPEL DES PRECONISATIONS DU CE MARS 2018

→ Choix du Scénario 2

	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 <sup>2</sup>	Propose une dimension expérientielle intéressante : - l'espace atelier de 30m <sup>2</sup> - l'espace immersif de 85m <sup>2</sup>	Propose une véritable offre expérientielle avec - l'espace atelier de 30m <sup>2</sup> - l'espace immersif de 105m <sup>2</sup>
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 / €€€

### DEPUIS...

→ 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

### ECHEANCIER A VENIR 2019

**1. Déc 2018- Janv 2019:** Finalisation de l'étude de programmation intégrant les conclusions de l'étude de valorisation patrimoniale

**2. Mi-mars 2019** (au plus tard): Adoption du programme et de l'enveloppe financière prévisionnelle de l'opération = lancement du projet par délibération

**3. Mi-janvier ⇒ mars 2019:** Choix du maître d'œuvre (spécialité monuments historiques) : consultation + choix du maître d'œuvre par Décision du Président.

**4. Avril 2019 ⇒ Mi-janvier 2020** au plus tard: Etude de maîtrise d'œuvre jusqu'à Avant Projet Définitif et dépôt du Permis de construire



### EN AQUITAINE EN 2017

- 220 parcours, 8 départements (Les Landes que depuis 2018), 1 communauté vivante
- 24 000 équipes, 120 000 joueurs, 24 500 téléchargements

### EN CHALOSSE TURSAN (JUIN -SEPT 18) 605 personnes

1 parcours à Miramont Sensacq depuis cette année → grande satisfaction / très bon rapport qualité-prix (1500€ à la création (cout 2018) puis 200€/an/parcours)

### PROPOSITION D'UN NOUVEAU PARCOURS 2019 A GEAUNE → Accord CE?

Compléter l'offre de visites guidées de Geaune / Faire le lien Cave-Village / Participer à la dynamique « Petites Cités de Caractère » / Créer un duo « TA » sur ce territoire afin de mettre fin à l'isolement du TA à Miramont

### A SUIVRE....

- NOV 18: Donner notre accord formel au CDT /CRA + Déposer le dossier
  - DEC-FEV 19: Travailler les anecdotes, histoires du parcours, mise en scène du parcours
- Relais technique et numérique pris ensuite par le CRA  
→ JUIN 2019: Mise en ligne du Circuit

## 3/ BILAN 2018 ET PROJET 2019 TERRA AVENTURA (TA)

- Satisfaction générale du produit TA à Miramont Sensacq en 2018

- Au regard des résultats 2018 et des arguments avancés, validation du CE pour lancement d'un nouvel TA à Geaune

- P. Beaumont : le TA de Geaune pourra probablement se transformer davantage en consommation marchande (restaurant, bar, brocante, Cave, commerces) qu'à Miramont

## 4/ TAXE DE SEJOUR 2018 - 2019

Validation de l'ensemble des *infos ci-contre*

**P. Beaumont :** afin d'éviter le calcul quasi impossible du pourcentage imposé par la réforme, toutes les haltes jacquaires non classées de CT vont passer au classement, même Hagetmau réticente dans un 1er temps. Passage également de la nuitée de la halte jacquaire d'Hagetmau à 10€ en 2019 (à confirmer).

## TAXE DE SEJOUR 2018 ET 2019

### RAPPEL PRECONISATIONS CE MAI 2018

- Pourcentage à 5%
- Augmentation du tarif des palaces pour relever le plafonnement (maxi 2,30€ par nuitée, par personne)

→ Valide en Conseil communautaire de juin 2018

→ Opérationnel en janvier 2019

→ Recettes des 2 premiers quadrimestres 2018 :  
(12300€ en prévisionnel 2018)

Déclaration : 18 616,48 €

Versements: 13 956,96 €

## BILAN QUALITATIF SAISON 2018



- Obtention de la marque Qualité Tourisme Juin 2018
- Taxe de séjour opérationnelle depuis le 1er janvier 2018

TOP	CONSTANT	FLOP
Visites de la Crypte à Hagetmau Visites originales et décalées de Saint-Sever (+ dynamique montée au clocher Mairie) Terra Aventura Miramont Sensacq Démarchage groupes Billetterie spectacles Communication de rues Animations estivales (Incartades, Marché de nuit, Nuits musicales aux Jacobins...)	Boutique Fréquentation physique OT Fréquentation Musée des Jacobins	Fréquentation Samadet Utilisation Voyage de Guilhem Billetterie sites touristiques Visite guidée Geaune

## 5/ BILAN QUALITATIF SAISON 2018

**A. Tauzin :** dans les Flop, « le voyage de Guilhem » a déjà 5 ans et bien que la qualité du produit à l'époque fût indéniable, c'est un produit qui s'essouffle un peu maintenant. Par ailleurs, la somme des propositions de visites guidées en été met le produit « Voyage de Guilhem » sur la touche. La tablette doit être la solution à proposer en moyenne saison, il y a donc un travail d'argumentaire en interne à reprendre auprès des équipes de l'OT. Idem pour la billetterie des sites touristiques.

- Concernant le musée de Saint-Sever et bien que la muséographie soit nouvelle, la fréquentation 2018 sur 2 mois et demi est équivalente à celle de 2017 sur 2 mois. Selon le maire, beaucoup de locaux n'ont pas saisi que 2018 était encore une année de nouveautés et, étant déjà venus en 2017, ne sont pas revenus cette année. Potentiel d'un tel musée selon la Conservation départementale : 5000 personnes. En 2019, l'entrée sera payante.

Précision : « Les musicales aux Jacobins » qui ont vu beaucoup de visiteurs à l'entracte ne sont pas comptabilisés. Enfin, cible à travailler : les scolaires

- Satisfaction générale sur la communication dans les rues en 2018

- Problème concernant le prix de la **crypte d'Hagetmau** (4€). Malgré les très bons chiffres 2018, il semblerait que le prix de 4€ ait rebuté plusieurs touristes ; En effet, le lieu est petit donc rapidement visité et la visite guidée n'était pas automatique. → **CE valide l'idée de baisser le**

## ZOOM COMMUNICATION DE RUES



### Façades

3 sur OT: Crypte / TA / Crypte  
1 sur Crypte: Crypte

### Kakemonos Réverbères

4 Péré: Visite SS / Musée SS / Voyage de Guilhem / OT  
4 avenue Tursan: les mêmes + Samadet + Incartades + Crypte

Roll Up TA / Crypte / Visites Saint-Sever

Sucettes et chevalets Ville Hagetmau = Crypte

**prix en 2019** (s'il n'y pas davantage de médiation proposée) et de voir quel en est l'impact dans 1 an en terme de fréquentation

- *H. Ternus* : Ok pour demander à la ville que la communication « Crypte » sur le mobilier urbain d'Hagetmau reste 1 mois en demi en 2019 (aout et 1ere quinzaine de septembre / uniquement aout en 2018)

BILAN QUANTITATIF SAISON 2018						Office de tourisme Chalosse Tursan	
	SAINT SEVER	HAGET	GEAUNE	SAM	TOTAL AU 31 sept 2018	TOTAL AU 31 SEPT 2017	
Prestataires					146 9200€	143 8480€	
Nombre de Contacts	3195	1843	708	30	5774	5802	
Nombre de personnes	6573	2610	1348	67	10616	10465	
Boutique					8255,45€	8445€	
Billetterie					55885€	8780€	
VG individuelles été	3140€ 655	2848€ 961	64€ 16		5451€ 1632	2192€ 396 pers	
VG Groupes (oct inclus)					18402€ 1531	1556€ 502	
Halte jacquaire Saint-Sever	4713,80 € 436				4713,80€ 436	4085€ 407 pers	

## 6/ BILAN QUANTITATIF SAISON 2018

*A. Bazin* : malheureusement pas étonnée du mauvais chiffre concernant les VG de Geaune, la cave ne faisant pas le travail d'info touristique qui était fait autrefois à Geaune. Il y a eu énormément de monde aux 700 ans de Geaune, on ne retrouve pas cet engouement dans les chiffres

*M. Pruet* : satisfait des chiffres de VG groupes. Demande à ce que les sites « secondaires » du territoire comme certaines églises (Audignon, Pimbo) puissent être intégrés dans les propositions.

*A. Tauzin* : également satisfait de ce chiffre. Demande à ce qu'en 2019 soit calculé le « taux de rachat », et souhaite que l'objectif soit doublé en 2019.

Par ailleurs, le cout par personne se situe autour de 12/15€, c'est peu. Il faut pouvoir vendre des journées plus étoffées et donc plus chères. Concernant les VG individuelles, il constate également une énorme avancée dans la programmation et les chiffres suivent.

En 2019, il souhaite davantage de visites nocturnes à Saint-Sever. Il précise que pour la saison 2019, la nef et les bas cotés seront libérés, que la chapelle des jacobins accueillera une expo d'art contemporain du 5 juin au 5 aout et que l'aile nord du musée des jacobins sera également totalement refaite (section médiévale et foret de chapiteaux).

	SAINT SEVER	HAGET	GEAUNE	SAMADET	TOTAL AU 31 sept 2018	TOTAL AU 31 SEPT 2017
Site @ LC	118 000 pages vues 34500 utilisateurs					117 742 (avril 2017 à avril 2018)
Facebook CT	6022 fans 765 000 vues					4958 PAS CALCULE
Chéquier avantages LC	170					271
Fréquentation Sites Tounstiques (co)-gérés par l'OT						
Musée Saint-Sever (2,5 mois)	2248					2241 (2228 en 2016)
Musée Samadet	628					1108
Terra Aventura Miramont (4 mois)	605					
Crypte d'Hagetmau (2,5 mois)	961					
Taxe de séjour	Déclarés : 18 616,48 € Versés : 13 956,96 €					

Précision sur les montées au clocher effectuées par la mairie cet été : 600 personnes payantes, 1000 en tout, 3000€ de CA. Beaux résultats pour une 1<sup>ère</sup>. Mais conditionnées à 19 personnes maximum par visite, programmées 3 fois par jour. Donc le potentiel ne pouvait être que de 3000 personnes. Pour augmenter cela il faut pouvoir proposer plus de visites par jour.

POSTULAT DE LA REFLEXION COMMUNE:

- On part majoritairement sur la base des tarifs 2018 Chalosse Tursan légèrement plus élevés qu'Amou
- On garde 2 packs, nommés pour les 2 OT « Confort » et « Premium »
- Courrier commun d'adhésion aux prestataires (envoi 9 nov) → Communication Print et Web commune
- Validation des propositions le 6 nov, CE OT Chalosse Tursan + CA OT Amou

## 7/ TRAVAIL COMMUN AVEC AMOU DES MAINTENANT

Validation du CE de lancer les démarches communes dès maintenant. Comme le précise *M.Pruet*, la SPL ne sera pas créée avant plusieurs mois. En revanche, dans le fonctionnement on fait « comme si ».

→ Validation d'un courrier co-signé et commun pour lancer les adhésions dès le mois de nov.

→ Validation de l'ensemble des services proposés dans les packs

→ Validation du supplément de 40€ pour passer au premium

→ Validation du cout supplémentaire de 90€ pour bénéficier du service Weebnb

	Pack Confort	Pack Prémium		Pack Confort	Pack Prémium
Dépôt de votre documentation à l'OT	x	x	Invitation à l'apéro Dating	x	x
Communication sur brochures papier de l'OT + présence sur écrans dans les OT+ diffusées dans les OT du département et chez les prestataires	x	x	Envoi newsletters animations	x	x
Présence sur site @ Landos Chalosse, tourismelandes et tourisme aquitaine + écrans extérieurs OT (à Amou et création à Geaune)	x	x	Participation de 60€ de la part de l'Office de Tourisme sur 120€ facturé pour la marque départementale "Landes Gourmande" <b>NOUVEAU</b>		x
Documentation à votre disposition dans l'OT	x	x	Mise en avant réseaux sociaux (Facebook et Instagram) sponsorisés**	x	x
Invitation Lancement saison	x	x	Accompagnement numérique à la demande (forfait de 3h)		x
Accès au site pro de l'OT (courant 2019 pour Amou)	x	x	1 actu sur page Facebook landes intérieures*		x
			Carte ambassadeur, tarifs préférentiels à la boutique de l'OT + accès gratuit pour certains site, visites et activités ** <b>NOUVEAU</b>		x
			Meublés et chambres d'hôtes, tarifs négociés solution Weebnb (conception site internet) tarif négociés*** <b>NOUVEAU</b>		x

\* À discrétion de l'OT sur le contenu éditorial  
\*\* sur sélection OT  
\*\*\* + 90€ à régler lors de la conception de la solution

→ Validation de tous les tarifs sauf :

\* **Producteurs / conserveurs** : CT souhaite rester à 45€ afin d'apporter son soutien à l'agriculture locale. **INFO POST CE : l'OT d'Amou pour cette année transitoire 2019 reste sur le tarif de 65€**

\* **Hébergement de groupes** : CT souhaite que les propriétaires de gîtes de groupes publics ne payent pas (notamment les mairies pour les haltes jacquaires), mais OK pour que des privés, le cas échéant, payent. **INFO POST CE : l'OT d'Amou pour cette année transitoire 2019 reste sur le tarif de 30 et 70€ qu'il appliquait déjà au gîte de groupe municipal d'Amou**

\* **Association** : il y a un point de désaccord avec Amou sur la question des assos, en

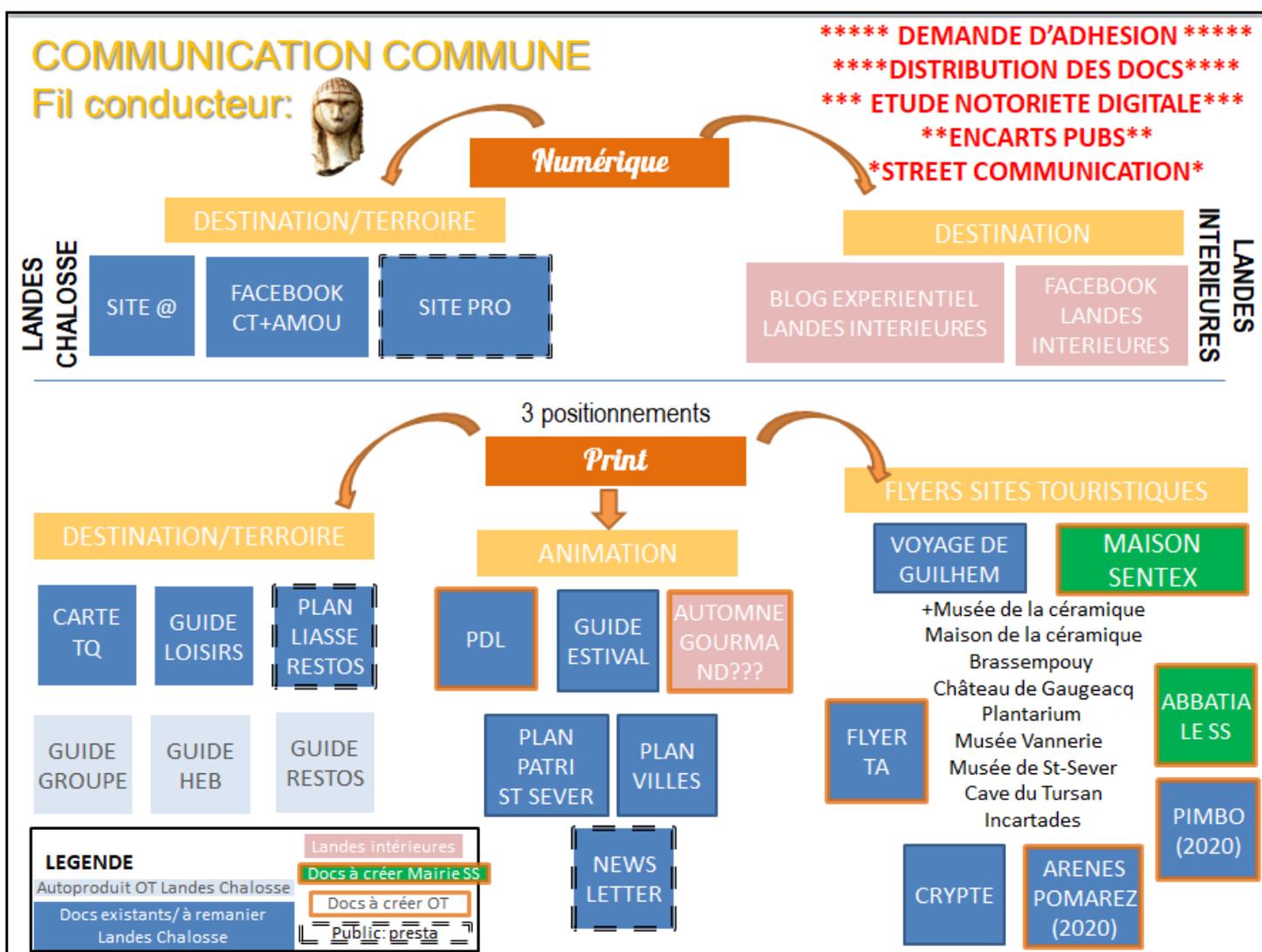
lien avec le service billetterie. Amou fait payer une cotisation aux assos, celle-ci donne accès le cas échéant à la billetterie effectuée par l'OT sans marge. Pour le CE cette organisation est inenvisageable, nous avons mis des années à mettre cette organisation commerciale en marche, qui a permis de dissocier l'événementiel à vocation touristique de l'animation locale et cela fonctionne. Par ailleurs, dans la SPL future, la nécessité commerciale est une évidence. *M. Pruet* : on peut concéder à une légère baisse de la marge commerciale (90 centimes ou lieu de 1€ par exemple) s'il y a en parallèle la cotisation des associations, mais c'est tout !

*A. Tauzin* : entièrement d'accord. Amou fonctionne encore comme un syndicat d'initiative. Ce n'est pas la somme de l'adhésion qui pose problème mais le principe de faire la billetterie gratuitement.

**Hébergements hors territoires** sont supprimés au motif que nous ne sommes pas été assez dotés de prestataires (notamment d'hébergements) pour faire une sélection. Par ailleurs, il faut donner envie aux prestas de Terres de Chalosse (qui sont donc devenus depuis des "hors territoires") de tout de même nous rejoindre dans nos adhésions.  
**INFO POST CE : l'OT d'Amou OK avec cette suppression**

A. *Tauzin* émet également l'idée de créer des tarifs préférentiels pour les touristes hébergés chez nos prestataires, notamment auprès du nouveau camping de Saint-Sever (50 mobile-homes à l'été 2019). On pourrait y vendre des tickets d'entrée auprès ce public, à tarif réduit, en exclusivité en début de saison.

## 8/ COMMUNICATION 2019



La communication sera commune pour la saison 2019 même si la SPL n'est pas encore créée.

### Au préalable ou concomitamment, 5 travaux doivent être entrepris :

- \* Lancer les adhésions communes (nov 2018)
- \* Continuer notre politique d'encarts publicitaires dans les guides touristiques (carte CDT, Petit Futé...)
- \* **Sous-traiter la distribution** des documents à des professionnels pour être davantage visible notamment sur la côte (voir également avec la Dame de Brassempouy pour se « glisser » dans leur moyen de distribution).
- \* **Initier une « étude » de notoriété digitale.** Les termes « Chalosse », comme « Tursan », sont peu connus, ont une faible notoriété. Au tournant de la création d'un nouvel OT nous voulons saisir l'opportunité (la dernière) de choisir un OT : Office de Tourisme / CDC : Communauté de communes / CE : Conseil d'Exploitation / SPA : Service Public Administratif / BIT : Bureau d'Information Touristique / TS : Taxe de Séjour / LC : Landes Chalosse / LI : Landes Intérieures / CT : Chalosse Tursan / APR : Appel à Projet Régional

nom porteur. Nous avons demandé à une agence spécialisée dans le digital d'analyser plusieurs mots clefs se rattachant à notre territoire (termes géographiques et termes affinitaires). C'est une aide à la décision, les résultats sont attendus pour décembre.

A. *Tauzin* : dans le « guide vert », Saint Sever est en Chalosse, Aire sur l'Adour dans le Tursan. Les « Landes » n'existent pas non plus selon lui (parallèle avec le monde de la volaille). Aucun nom ne conviendra car il faut des années de promotion et d'investissements massifs avant d'être identifié. Il faudra donc inévitablement investir des moyens importants, ce processus est à construire dans le temps. Il est attaché au terme « Chalosse Tursan » et remarque que les OT qui potentiellement peuvent nous rejoindre (Aire) sont soit en Chalosse soit en Tursan.

\* **Fil conducteur de la communication 2019 : Dame de Brassempouy**, qui sur tous nos supports, invite les touristes à nous rejoindre

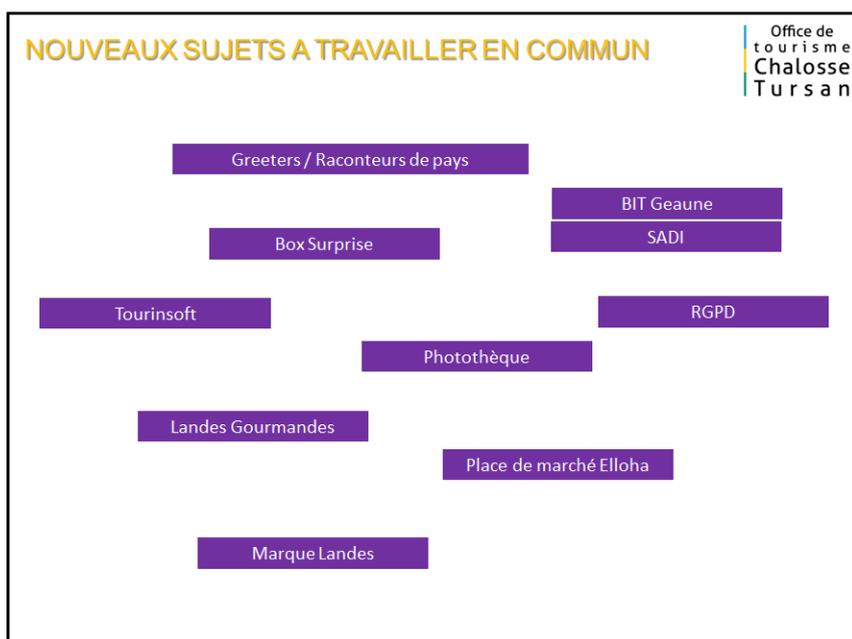
\* **Reconduite en 2019 de la communication dans les rues de Saint-Sever et Hagetmau**

➔ **Présentation de l'écosystème Com de l'OT pour 2019 entre le numérique et le print ➔ Voir le schéma ci-dessus.**

Explications supplémentaires : la nouveauté 2019 est de **travailler la communication individuelle des sites touristiques et de pallier au manque actuel en créant les docs nécessaires (ex Maison Sentex).**

A. *Tauzin* est satisfait, cette organisation pose enfin une destination touristique. Il souhaite que le « Voyage de Guilhem » ne soit plus un doc à part mais intégré dans celui de l'abbatiale. **Accord du CE.** L'ambition de la ville de Saint-Sever est de positionner la commune comme « La cité historique des Landes ». Un stage organisé par la mairie de Saint-Sever devrait être lancé en début d'année pour initier cette « marque », stage auquel sera associé l'OT.

## 9/ NOUVEAUX SUJETS A TRAVAILLER EN COMMUN



Au-delà de l'ensemble des axes de travail présentés ci-dessus, l'OT doit en 2019 :

- travailler une nouvelle politique de raconteurs de pays/Greeters
- professionnaliser et qualifier l'ensemble de process de saisie sur le logiciel régional « Tourinsoft »
- conduire avec les OT de Landes Intérieures, un Schéma d'Aménagement et de Diffusion de l'Information (SADI), axe obligatoirement demandé par le conseil régional dans le cadre de l'appel à projet régional. Le décliner prioritairement sur le territoire du Tursan et le village de Geaune.
- être un acteur majeur de la politique départementale « Landes Gourmandes »
- participer à la marque « Landes » pilotée

par le CG40 et le CDT

- conduire la Réforme Générale de Protection des Données pour l'OT, avec la CDC

- qualifier intégralement la photothèque de l'OT

- identifier une nouvelle place de marché numérique (Résadirect se terminant le 31 décembre prochain). Outil pressenti : Elloha

- faire connaître notre nouvel OT mutualisé avec Amou à travers la « Box Magique ». Idée non dévoilée au CE. Sera présentée ultérieurement

# 10/ POINT D'ETAPE LANDES INTERIEURES

De l'avis général, le partenariat avec Mont de Marsan et Grenade, va dans le bon sens et ne doit en aucun cas être remis en cause par la probable fusion avec Amou.

Les projets communs doivent perdurer et même être intensifiés car l'avenir touristique de notre territoire (et sa notoriété) dépend en partie de la dynamique que nous impulserons dans les Landes Intérieures.

## LANDES INTERIEURES (CT + Marsan + Grenade)

### CONTEXTE DU PROJET

- Départ du directeur de l'OT de MDM (juin)
- Départ de la chargée de mission LI (juin)
- Questionnement puis contexte de nouvelle fusion pour Chalosse Tursan
- Recrutement d'une nouvelle chargée de mission LI (sept)
- Adhésion d'Amou à la démarche collective/ A CONSTRUIRE

### ACTIONS COLLECTIVES BILAN 2018

<b>Stratégie web Landes Intérieures</b>	<p>Objectif de développer et d'optimiser les outils numériques des Landes Intérieures: page Facebook et son blog.</p> <p>La page Facebook, (créé en avril): campagne de recrutement de fans (3180 € engagés sur un budget prévisionnel de 4900 €) et atteint aujourd'hui les 7500 fans.</p> <p>Travail sur le référencement du blog de destination Landes Intérieures commence tout juste avec une agence recrutée et un budget engagé de 1460 € sur un prévisionnel de 2000 €.</p> <p>D'autres dépenses annexes telles que l'achat de nom de domaine ou la licence Jimdo (logiciel de gestion d'un site internet) s'y ajoutent.</p>	<b>FAIT en partie</b>
---	--	-----------------------

### ACTIONS COLLECTIVES BILAN 2018

<b>Accompagnement à la commercialisation</b>	<p>Obj: structuration d'un service de commercialisation de produit pour les groupes à l'échelle des Landes Intérieures</p> <p>1./accompagnement par un cabinet d'avocat :modalités de création d'un tel services, coûts et éventuels obstacles organisationnels.</p> <p>2./ si étape 1 viable: d'accompagnement marketing.</p> <p>sélection du cabinet d'avocats</p>	<b>Non FAIT</b>
--	--	-----------------

### ACTIONS INDIVIDUELLES

<b>Reliquat 2016 Vidéo Beatus de Saint-Sever</b>	-	<b>FAIT</b>
<b>Création de contenu photo &amp; vidéo</b>	5 journées de shooting photo en CT + 2"chasseurs d'images" (fêtes d'Hagetmau et de Saint-Sever) + achat de photo à des photographes locaux (à l'étude).	<b>FAIT</b>
<b>Equipement numérique</b>	Equipement de l'OT Chalosse Tursan avec un serveur, un ordinateur, ainsi que 2 logiciels métiers (vidéo et photo)	<b>FAIT en partie</b>
<b>Logiciel Taxe de Séjour</b>	Mise en place de la Taxe de Séjour au 1er janvier 2018 sur le territoire Chalosse Tursan et déploiement d'une solution en ligne pour faciliter la déclaration de la taxe par les hébergeur et la perception ainsi que la gestion de la taxe par l'Office de Tourisme.	<b>FAIT</b>
<b>Etude de programmation Maison Darqué et Travaux OT</b>	Réalisation de l'étude de programmation pour le projet de déménagement du siège de l'OT de Chalosse Tursan à la Maison Darqué. + Menus Travaux OT actuels	<b>FAIT</b>

Plan d'actions 2019 en cours → CE janvier 2019