

COMPTE RENDU

Présents

BAZIN Angèle / BEAUMONT Pascal / BERGINIAT Marion / BOISSEAU DECHOUART Claude / CHEVALIER Fabien / DEMEN Jacques / GOURDET Sylvie / FRAY Gisèle (pour les points 1 et 2) / LESPINASSE Xavier / MASSON PELEGRY Virginie / PRUET Marcel / TAUZIN Arnaud / TERNUS Henri

Document joint

- Support de présentation CE 16 octobre 2017

17h-18h : La réunion est précédée de la visite de l'hébergement « La grange de Pachon » par X.LESPINASSE que nous remercions pour cette initiative.

1. Classement en catégorie II de l'Office de Tourisme par Gisèle Fray (Salariée de l'OT Chalosse Tursan, en charge des démarches de qualification au sein de l'OT)

Gisèle Fray fait une remise en contexte concernant la démarche de classement en abordant les points ci-dessous :

DEFINITION

Le classement d'un OT garantit la cohérence et l'homogénéité dans les services que nous offrons à nos visiteurs. Il est délivré par la Préfecture.

CONTEXTE

Avant la fusion, Hagetmau était classé en catégorie II. Lors de celle-ci, le classement a été perdu.

Le nouvel Office de Tourisme Chalosse Tursan, souhaite être classé en catégorie II (OT de taille moyenne pour lequel nous remplissons tous les critères)

Le classement est un préalable obligatoire à la Démarche Qualité.

OBJECTIFS 2018 ET ECHEANCIER

Obtenir le classement en catégorie II pour le mois de Février 2018 (documents doivent être terminés en novembre 2017)

→ **Le CE valide l'intégralité de la démarche entreprise**

2. Point Démarche Qualité et Point « Horaires » par Gisèle Fray (Salariée de l'OT Chalosse Tursan, en charge des démarches de qualification au sein de l'OT)

Gisèle FRAY est proposée par la Direction comme étant la référente Qualité de l'Office de Tourisme. L'ensemble du CE valide.

Gisèle Fray fait une remise en contexte concernant la démarche qualité en abordant les points ci-dessous :

DEFINITION

La marque QUALITÉ TOURISME™, créée par le ministère en charge du tourisme français, est la reconnaissance des démarches d'amélioration continue de la qualité de services mises en place par les Offices de Tourisme.

CONTEXTE

L'Office de Tourisme de Hagetmau était marqué Qualité Tourisme depuis décembre 2011. Lors de la fusion, cette marque Qualité Tourisme est étendue au nouvel Office de Tourisme Chalosse Tursan.

OBJECTIFS 2018 ET ECHEANCIER

Obtenir le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme en juin 2018

→ **Le CE salut le travail accompli et valide l'intégralité de la démarche entreprise**

Point Horaires

En 2017, l'ensemble des horaires des 3 ex OT a été conservé. En 2018, l'OT Chalosse Tursan s'engage à la réalisation d'un Schéma d'Accueil Touristique qui redéfinira très probablement les horaires d'ouverture en cours.

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

➔ Le CE donne toute latitude au président de l'OT, pour qu'en accord avec les propositions de la direction, les horaires soient redéfinies en 2018

3. Bilan qualitatif et quantitatif, à date du 30 septembre 2017

Se munir du powerpoint de présentation. Ne sont rapportés ici que les informations complémentaires.
Le reste de la réunion est présenté par Virginie Masson Pelegrin, directrice de l'OT

Pour A. *Tauzin*, l'avenir des visites guidées se joue dans l'évènementiel. C'est autour de cet axe qu'il convient de créer une nouvelle offre de visites guidées pour l'été 2018. Ce sont d'ailleurs les visites nocturnes (VN) qui fonctionnent le mieux. *Mr La Maire* souhaiterait 2 propositions de cette nature par semaine en été (par exemple au musée). Il demande également à ce que les restaurants soient associés à cette démarche. Le choix du lundi pour les VN n'était probablement pas le bon, la quasi intégralité des restaurants de la ville étant fermés ce jour-là. *V.Masson* explique que c'était justement pour essayer de donner vie à la ville que le lundi soir avait été choisi, car la vision et la proposition à faire aux touristes ce jour-là est triste sans activité.

Pour X.*Lespinasse*, il n'est en revanche pas judicieux de positionner des évènementiels/animations les samedis (ex ; La Journée Médiévale de Saint-Sever le samedi 29 juillet) car les touristes arrivent ce jour-là. Le dimanche serait une meilleure date. *V.Masson* relayera l'idée à l'association culturelle pour l'organisation 2018.

Concernant spécifiquement le Musée des Jacobins de Saint-Sever, A.*Tauzin* trouverait judicieux que l'accueil de ce lieu assuré et financé par l'OT aille de Juin (pour accueillir les visites scolaires de fin d'année) jusqu'aux Journées du Patrimoine. Par ailleurs, il pense que le développement d'un tel lieu mais aussi de l'abbatiale passent par la mise en place d'audio guidages, manière élégante et subtile de faire payer un droit d'entrée. X. *Lespinasse* croit au don. Ce dernier a été mis en place en été 2017 au musée et n'a pas fonctionné (quelques dizaines d'euros à peine récoltés). A.*Tauzin* explique que c'est peu évident pour la personne qui assure l'accueil d'encourager au don. F. *Chevalier* explique que c'est lors de l'exposition artisanale que l'impact positif au musée est le plus significatif, en somme quand il y a un évènementiel (cf. début de discussion).

C.*Boisseau* poursuit sur les Incartades 2017. Ces dernières ont rencontré une hausse de fréquentation de près de 15% et 3000€ de vente d'œuvres ont été effectuées. L'année 2018 qui marquera les 10 ans de la manifestation, autour de la France et du Japon, devrait également être une belle édition.

Pour le camping de Saint-Sever, S.*Gourdet* indique que la fréquentation a été mitigée en juillet et bonne en août. Elle a fortement apprécié la démarche du chèque avantages « Landes Chalosse » et les visites nocturnes de Saint-Sever, deux offres qui ont séduit les touristes du camping.

X.*Lespinasse* demande à ce que l'OT envoie en amont des chaque périodes (à définir, à la quinzaine, à la semaine) une newsletter présentant toutes les animations de la semaine à venir.

➔ P.*Beaumont* et V.*Masson* retiennent l'ensemble des idées soumises et vont voir comment organiser tout cela en interne.

4. Commercial Groupes

V.*Masson* explique pourquoi les chiffres 2017 sont peu satisfaisants : la demande d'immatriculation de commercialisation auprès d'Atout France qui nous met en règle a été obtenue en juillet 2017 / un contexte, difficile, de fusion lors duquel l'organisation interne a malheureusement primé sur la production / l'arrivée de Lucie, en charge de la commercialisation, en octobre à mi-temps qui fait prendre un peu de retard et que nous n'avons pu rattraper / un nouveau territoire (Chalosse Tursan) à connaître et à s'emparer.

Mais plusieurs jalons sont désormais en place pour que des impacts quantitatifs, on l'espère, aboutissent :

- plusieurs produits sont désormais packagés, à la carte, à la journée, à la demi-journée à Saint-Sever, à Hagetmau, et à Geaune
- politique tarifaire en place (tarifs vont de 2,50€ (visite simple Samadet) à 58,50€ (« Une journée entre culture et traditions: VG Saint-Sever, repas ganaderia, visite ganaderia »)
- le « Catalogue Groupes 2018 », réalisé en interne, est prêt à être envoyé aux prospects
- les Tableaux Prospects (club de 3ème âge, 40, 33,64 + scolaires 40) sont faits
- le conventionnement avec les différents prestataires (ex: Mairie d'Hagetmau pour VG Crypte, tourisme sportif...) sont en cours
- la rédaction des Conditions Générales de Vente sont en cours

A. Tauzin pense qu'il faut cibler en priorité les curistes dacquois et les autocaristes.

X. Lespinasse propose que notre offre sorte des « vieilles pierres ». Faire visiter les usines, et l'offre locale est très intéressante (Lafitte, Pyrenex, Crabos...), est très probablement un segment à travailler.

M. Berginiat comprend les difficultés rencontrées cette année, année de fusion donc exceptionnelle. Elle encourage l'OT à proposer du sur-mesure, *F. Chevalier* et *J. Demen* sont d'accord avec ce point. La difficulté pour l'OT est de pouvoir être réactif, d'avoir le personnel nécessaire et suffisant dans un laps de temps court. Par conséquent, il est nécessaire probablement de travailler un réseau de greeters pour palier à nos difficultés internes.

F. Chevalier explique travailler déjà à la question de la visite d'entreprise et à ce titre a mis dernièrement *V. Masson* en contact avec l'ARIA. Fabien a visité en septembre, organisé par l'ARIA, les salines de Salies de Béarn. Au sein de l'ARIA il y a une démarche et des fonds probablement à capter. Concernant le foie gras il y a probablement une action à mettre en place. Les gens ont envie de conseil, d'apprendre à trier des foies, à la cuisiner, à la découper... *A. Tauzin* pense qu'effectivement nous avons de très bonnes ressources en local, l'économie de la chaise à Hagetmau, le foie gras à Saint-Sever.... Mais il faut aussi incarner les produits. En ce sens, une personnalité comme Richard Millian, ancien torera serait parfaite pour faire visiter des arènes.

C. Boisseau pense qu'il faut packager des produits, mais que c'est aux élus d'être force de proposition, l'OT ne peut pas tout imaginer et porter seul.

➔ **Le CE valide l'idée d'organiser un moment convivial en début d'année 2018 lors duquel les idées seraient échangées pour alimenter la boîte à outils de l'OT**

5. SADI

Le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information – SADI – est le terme donné à la stratégie des territoires touristiques qui mènent une réflexion ou un projet autour de l'accueil dans les murs et hors les murs de l'office, à l'échelle de son territoire, sa destination. En somme, la prise en compte du parcours client, de ses attentes et de ses usages en est le socle.

Le SADI c'est donc un ensemble de contenus rassemblant et une méthode mise en place par la MONA. Il doit être mis en place par les équipes, les managers, les relais territoriaux, les conseillers en séjour

Pour l'heure, *V. Masson* explique où nous en sommes :

- Analyse de premières clientèles : curistes, camping caristes
- Menus changements organisationnels à Hagetmau pour mettre le BIT en harmonie avec le fonctionnement actuel de Saint-Sever
- Début de réflexion avec le Cave pour un service touristique à l'année
- En attente des résultats Flux Vision 2017 sur Landes Chalosse

Les SADI de Mont de Marsan et de Grenade sont menés conjointement. Ils seront analysés et comparés dans un second temps. Ils sont obligatoires dans la cadre de l'Appel à Projets Régional.

A. Bazin n'est pas satisfaite que le BIT de Geaune ferme courant 2018. *P. Beaumont* indique que les élus communautaires l'ont voté ainsi mais explique que celui-ci est juste « déporté » à la Cave du Tursan à Geaune, lieu nettement plus touristique que le lieu actuel qui est d'ailleurs le lieu déjà privilégié depuis 3 ans pour la saison estivale. En effet, l'été le local de Geaune ferme et l'accueil touristique est assuré à la Cave, lieu davantage touristique. L'OT a engagé un travail avec la Cave afin de proposer un accueil touristique et permanent en ce lieu. *A. Tauzin* indique que ce choix ayant été fait pour gagner en qualité, il le cautionne.

6. Maison Darqué

Pour rappel : il s'agit du potentiel déménagement de l'OT Chalosse Tursan à la Maison Darqué (en face de l'OT actuel). L'intérêt patrimonial est indéniable (double entrées sur la Place centrale + Cloître Abbaye) mais d'importantes contraintes architecturales existent. Pour avoir un chiffrage précis et l'identification des différents lots (scénographie incluse) il convient de lancer une étude de programmation architecturale.

Sont en cours : les courriers de demandes anticipées de travaux pour Région et Département / le Marché est lancé cette semaine, le retour des candidatures est attendu mi-novembre

A VENIR : le Choix du prestataire fin novembre et le lancement de l'étude dans la foulée → rendu attendu en mars 2018.

A. *Tauzin* dont le projet lui tient à cœur souhaite savoir quand ce lieu pourrait être ouvert, l'idéal étant avant la saison touristique de 2019. M. *Pruet* indique que nous n'en sommes pas encore là, que cette étude est fondamentale pour connaître dans les grandes masses les travaux qui en découlent et les couts. Il demande également à ce que V. *Masson* se rapproche de S. *Ballanger*, directrice du Pôle ressources de la CDC concernant le plan de financement à venir et notamment la DETR.



7. Projet Terra Aventura

V. *Masson* présente ce projet innovant. De quoi s'agit-il ?

GENESE : Créé en 2011 par le CRT Limousin, il s'agit d'une **Chasse au trésor nouvelle génération inspirée du géocaching**

PRINCIPE : Grâce à une application numérique, est associé une randonnée pédestre (3à 10 km) à la résolution d'énigmes permettant de découvrir une partie de l'histoire locale et du patrimoine pour trouver à la fin un trésor

ENJEUX :

- Développer une nouvelle offre de tourisme valorisant les « pépites patrimoniales »
- Créer des retombées économiques locales chez les prestataires
- Générer de l'itinérance sur les territoires
- Proposer une activité touristique gratuite, innovante, de proximité, ouverte à tous
- Rentrer dans le cercle de la communauté de ces joueurs « géocacheurs », mouvement mondial et vecteur de consommation touristique

EN AQUITAINE : il y a actuellement 220 parcours sur 8 départements (aucun dans les Landes pour le moment). Cette communauté particulièrement vivante a déjà regroupé 24 000 équipes, 120 000 joueurs, 24 500 téléchargements. **La Région souhaite désormais développer cette offre dans les Landes.**

QUI FAIT QUOI?

- Le CDT des Landes est le coordinateur du projet (nécessité de 10 circuits en 2018 pour que le projet se déploie dans les Landes)
- Terra Aventura/ Conseil régional Nouvelle Aquitaine: gestionnaire de l'application
- Les OT sont les créateurs du circuit et les gestionnaires du circuit. Nous avons été informés en juillet 2017, et le CDT demande aux OT de se positionner fermement maintenant afin de déposer le dossier de candidature début novembre 2017

COUTS POUR L'OT

- 1500€ à la création (cout 2018)
- 200€/an/parcours

NOTRE PROPOSITION DE PARCOURS : À Miramont-Sensacq autour de la Forêt de Maumesson (Natura 2000).

En effet, ce lieu rempli plusieurs critères attractifs : il existe déjà un circuit dans le cadre du PDIPR « Boucle du Tursan 1 » (Plan Départemental des Itinéraires Pédestres et de Randonnées) ; la boucle fait entre 7/8 km ; le département y déploie un Projet de mise en valeur (aménagement paysager) du circuit existant ; le circuit passe au travers de lieux intéressants comme l'église de Sensacq, le lac de Miramont, le four à chaux, observatoire aux oiseaux

➔ **Le CE valide avec enthousiasme le projet et demande à l'OT de déposer le dossier de candidature.**

L'OT va alors maintenant peaufiner le parcours (travailler les anecdotes, les petites histoires du parcours...). Le relais technique et numérique sera ensuite assuré par la Région pour une livraison attendue en juin 2018.

X. *Lespinasse* conseille de vérifier en amont les zones blanches.

8. Packs 2018

L'Office de Tourisme a travaillé sa nouvelle campagne d'adhésion 2018 autour de 2 packs : un premier niveau de services intitulé « Confort » et un second niveau de services appelé « Premium » davantage étoffé que le 1^{er}. L'idée étant de mettre en avant plusieurs prestations proposées par l'OT et trop souvent pas assez expliquées ou mises en avant, mais aussi de « faire savoir » les nouveautés 2018 (appelées « New » ci-dessous)

	Pack Confort	Pack Premium
Dépôt de votre documentation à l'Office de Tourisme	x	x
Présence dans les brochures Chalosse Tursan et Landes Chalosse diffusées dans les Offices de Tourisme du département et chez les prestataires Chalosse Tursan	x	x
Présence sur le site internet Landes Chalosse, tourismelandes.com et tourisme-aquitaine.fr	x	x
Documentation à votre disposition dans l'Office de Tourisme	x	x
Invitation au bilan et lancement de saison	x	x
Invitations aux journées Portes Ouvertes - NEW	x	x
Accompagnement aux porteurs de projets	x	x
Invitation au Dating petit déjeuner ou apéritif de Chalosse Tursan	x	x
Activité et loisirs : billetterie à l'Office de Tourisme pour vos événements et activités (sous conditions) ;	x	x
Accès au site pro Chalosse Tursan - NEW	x	x
Restaurateurs : intégration de la démarche Assiette de Pays (150 €) - portage		x
1 actu sur la page Facebook Landes Intérieures - NEW		x
Livraison annuelle de la documentation touristique chez vous		x
Page Facebook Chalosse Tursan (min. 1 post/an)* - NEW		x
Ateliers ANT (3 rdv/an)		x
Carte ambassadeur/Tarifs préférentiels à la boutique de l'Office de Tourisme + visites et activités ** - NEW (Valable sur une gamme de produits sélectionnés)		x

A noter que certains services sont laissés à la libre appréciation de l'OT (ex, les posts Facebook, pour lesquels l'OT est le seul à savoir comment présenter une information).

➔ **Le CE valide ce nouveau fonctionnement d'adhésion par « packs ».**

La fixation des tarifs de ces 2 packs est maintenant laissée au choix du CE.

Pour les aider à se positionner, il est proposé la chose suivante :

- le pack confort est calculé sur les tarifs équivalents de la seule adhésion de 2017
- le pack premium est proposé sur une augmentation de 30% ou de 50% sur la base du confort.
- pour l'achat de 2 packs par un même prestataire, réduction de 10% sur l'ensemble de la facture
- pour l'achat de 3 packs par un même prestataire, réduction de 20% sur l'ensemble de la facture

➔ **Le CE valide la pack premium avec une augmentation de 30% par rapport au confort ainsi que les autres éléments présentés ci-dessus**

Un débat a lieu sur les associations à « prendre » à l'OT. Pour *V.Masson*, c'est uniquement celles qui ont une visée « touristiques » qui seront approchées par l'OT. Pour *A.Tauzin*, cette libre appréciation sera difficile à appréhender. Il est décidé qu'en 2018 l'OT effectuera du « cas par cas » concernant les associations et qu'une conclusion sera faite en fin d'année pour un réajustement si nécessaire en 2019.

9. Taxe de Séjour au Réel

Point d'étape sur ce dispositif qui sera instauré le 1er janvier :

FAIT :

- Vote de la mise en place de la taxe au réel
- Vote des tarifs appliqués par type d'hébergements
- Choix du logiciel de déclaration (mensuelle) et du recouvrement (quadrimestre)

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

- Validation des documents de communication présentant la taxe

EN COURS :

- Rédaction de l'arrêté de répartition
- Paramétrage du logiciel

A VENIR :

- 2 réunions d'informations, au choix pour l'hébergeur : 7 nov, 18h30 à Hagetmau + 9 nov, 14h30 à Saint-Sever
- 2 réunions avec les secrétaires de mairie en janvier 2018

10. Billetterie

Jusqu'à présent la commission de l'OT sur spectacles et les Loisirs est de 5% (sauf concernant les contrats antérieurs avec l'ex OT D'Hagetmau qui appliquait 1€ de marge).

En octobre 2017, le CA est en cours sur la billetterie (hors réservation téléphonique) est de 7400€ soit 471 billets vendus (Bénéf OT: 411€)

L'OT souhaite revoir son dispositif. Pour cela il a étudié les conditions des OT de Dax et Mont de Marsan pour s'en inspirer :

OT Dax, commission Spectacles (commission toujours incluse dans le prix du billet):

- 1€, si prix de vente inférieur ou égal à 10€
- 1,5€ si prix de vente supérieur à 10€ et inférieur ou égal à 20€
- 2€ si prix de vente supérieur à 20€

OT Marsan :

- 1€ par billet pour les spectacles
- 6% de la recette pour les activités de loisirs

Si l'OT Chalosse Tursan applique les modalités de Dax : bénéf 700€ (288€ de + que maintenant). Si celles de Mont de Marsan : bénéf de 504€ (92€ de + que maintenant)

L'OT propose d'appliquer le 1€ de commission par billet, avec commission toujours incluse dans le prix du billet → Le CE valide ce dispositif

11. Eductours Elus et Prestataires

Afin que les élus découvrent leur nouveau territoire de compétence mais aussi de continuer à essayer les bonnes pratiques auprès de nos prestataires, 3 Eductours sont prévus :

- 13 novembre : SAINT SEVER (visite de l'hébergement la Roseraie + Visite Nocturne+ visite OT avec pot de l'amitié)
- 4 décembre: GEAUNE (Musée de la céramique Samadet + bastide de Geaune + Cave du Tursan + dégustation)
- 8 janvier: HAGETMAU (Cité Verte + Crypte + les Lacs d'Halco)

P.Beaumont souhaite que des liens se tissent entre l'OT et chacune des mairies de Chalosse Tursan. A ce titre, les mairies vont recevoir les newsletters de l'OT, la documentation... Les secrétaires de mairie vont également être rencontrées en janvier pour leur présenter le dispositif taxe de séjour mais également l'ensemble de la politique de l'Office de tourisme.

12. Landes Chalosse et Landes Intérieures

V.Masson rappelle que l'OT est engagé dans 2 dispositifs parallèles : Landes Chalosse (avec Terres de Chalosse soit ex Mugron et ex Montfort et Amou) et Landes Intérieures (avec Mont de Marsan et Grenade) et qu'il devient difficile de faire co-exister ces deux dispositifs tant qu'il n'y a pas de lien entre eux.

Afin d'éclaircir la situation au niveau de Landes Chalosse, l'étude de structuration menée par le cabinet ALPA est en cours. A ce titre, certains membres du CE vont être audités. Doit être fait également début d'année 2018, le bilan des actions communes (site @, documents promotionnels, chéquier avantages).

En parallèle de ça, le plan d'actions 2017 Landes Intérieures avance comme prévu (cf le tableau récapitulatif du powerpoint : actions collectives avec le Marsan et Grenade et actions individuelles).

Actions collectives Landes Intérieures :

- **stage d'évènementiels** : grille d'analyse uniforme pour parler le même langage et pouvoir analyser et comparer les données. Cette grille peut être mise en place pour 2018 (coût OTCT : 512€)

- **étude réalisée par Atout France** (c'est l'agence de développement touristique de la France) sur la définition du projet

Landes Intérieures et son positionnement. Achevée à la fin du mois d'octobre, sera présentée au COPIL de janvier 2018. (coût OTCT : gratuit). *A. Tauzin* trouve le terme « Landes Intérieures » affreux, mais il a le mérite de positionner le territoire facilement sur la carte selon *V. Masson*.

- **accompagnement marketing** : à l'issue de l'étude d'Atout France, mais aussi de celle de Landes Chalosse. *V. Masson* indique qu'Eugénie, plus précisément Michel Guérard, souhaite travailler avec Landes Intérieures.

C. Boisseau trouve que l'on « tire les autres OT » dans le cadre de Landes Chalosse et que ça ralentit Landes Intérieures. Elle demande si Terres de Chalosse et Amou peuvent rejoindre Landes Intérieures ? La réponse est oui et elle vient directement de la vice-président de la région en charge du tourisme à qui la question a été posée lors du comité de pilotage de janvier 2017. Pour *C. Boisseau* c'est cela qu'il faut faire, ne plus regarder en arrière et se projeter plutôt avec le Marsan, d'autant plus que 2017 a été une année charnière pour l'OT qui vient tout nouvellement de se structurer.

A. Tauzin pense comme elle.

P. Beaumont pense qu'il faut continuer à faire les deux pour le moment, le choix n'a pas encore été fait.

Pour *M. Pruet* la solution idéale est qu'ensemble, avec Terres de Chalosse et Amou, on aille travailler avec le Marsan et Grenade. Pour ça, il faut que l'on sache désormais comment doit fonctionner Landes Chalosse, quelle est sa structuration. Le risque, si Alpa arrive à la conclusion que pour exister il faut que Landes Chalosse se structure (tout en travaillant avec le Marsan et Grenade dans LI), c'est avec qui et dans quel timing. Il ne sent pas toujours que la structuration soit évidente pour les deux autres territoires de LC.

A. Tauzin pense que c'est tous ensemble vers les Landes Intérieures que l'on arrivera à quelque chose. Il rappelle que potentiellement dans les Landes Intérieures peuvent se rajouter, Marquèze, Guérard et Dax. Il faut être lucide d'après lui, les Landes c'est le littoral. En dehors de ça, personne n'existe. Donc pour exister, une seule issue, être tous ensemble. *P. Beaumont* indique que la gestion Landes Chalosse n'est pas simple. Il relate l'anecdote suivante : l'OT Chalosse Tursan a voulu récupérer les chiffres de fréquentation du site @ Landes Chalosse (le seul site @ de l'OT) auprès de l'OT d'Amou qui gère le site @ Landes Chalosse pour le compte des 3 OT engagés. Nous avons besoin de les communiquer à Landes Intérieures dans le cadre de l'étude Atout France. Ces chiffres n'ont pas été transmis par Amou sous prétexte que Mont de Marsan n'est pas dans le dispositif Landes Chalosse. Ce qui peut paraître simple et évident dans la structuration actuelle Landes Chalosse, ne l'est pas.

A. Tauzin demande où ça en est entre un rapprochement Mont de Marsan et Dax ? Nulle part pour le moment.

F. Chevalier souhaite que tout ça soit résolu définitivement car en tant qu'acteur touristique, peu importe la structuration, ce qui compte c'est le fond. Il indique qu'il a été contacté par le CDT pour les Landes gourmandes mais n'a pas bien saisi. *V. Masson* indique que c'est une étude menée par le CDT sur le positionnement du tourisme gourmand et qu'elle concerne l'intégralité du territoire landais.

Pour *A. Tauzin* si Aire rejoint le dispositif Landes Intérieures, nous avons tout intérêt à quitter Landes Chalosse au profit de celui-là. Pour *P. Beaumont*, l'intérêt plutôt est de les faire suivre.

V. Masson conclut le débat en disant que vu la confusion qui règne actuellement, le plan marketing Landes Intérieures prévu en 2017 est reporté à 2018 pour arriver à un nom de destination plus « vendeur ».

- **stratégie Web Landes Intérieures** : instauration d'un blog (site qui relate les « expériences » à vivre en LI et non l'offre exhaustive d'un territoire comme est celui de Landes Chalosse) + page Facebook + référencement du blog (coût OTCT : 1116€)

- **accompagnement à la commercialisation** : l'OT de Mont de Marsan qui a un service dédié à la commercialisation groupe, a reçu 4 groupes en 2017. C'est moins que l'OTCT mais ça reste chez nous aussi un secteur à conquérir. On veut profiter de l'appel à projet régional pour mutualiser des actions sur cette clientèle afin d'être plus fort et plus visibles. Un processus juridique adéquat doit être défini avec un accompagnement venant de l'extérieur. Celui-ci débutera en 2018.

Actions individuelles Landes Intérieures :

- **Beatus de Saint-Sever**, livre numérique au Musée des Jacobins. Reliquat 2016 de recettes qui doit arriver d'ici la fin de l'année

- **Campagne photos en 2017**. Un photographe professionnel a sillonné pendant 5 jours de shooting notre territoire pour nous fournir des photos de qualité (sites, paysages, prestataires, évènementiels). Une demi-journée a par exemple été faite chez Angèle Bazin, Turs'ane. Cette action continuera en 2018.

- **Equipement numérique** : dans le cadre du SADI en 2018, les outils numériques qui en découleront, pourront être subventionnés

- **Logiciel Taxe de séjour et étude de programmation Darqué**, financés également

FIN DES SUJETS DE L'ORDRE DU JOUR

A. Tausin souhaite terminer cette rencontre en indiquant qu'il a rencontré la société Iconem, (start up reconnue qui a notamment travaillé pour l'UNESCO pour le repérage par drones de Palmyre ou encore Pompéi). Dans le cadre des 20 ans du classement de l'abbaye à l'Unesco au titre des chemins de St Jacques de Compostelle, la mairie de Saint-Sever va financer la création d'une maquette 3D de l'abbatiale. *A. Tausin* demande à ce que l'OT saisisse cette opportunité en faisant faire le repérage 3D pour Pimbo et la Crypte de Saint-Girons à Hagetmau. Une fois que l'on a ces repérages 3D on peut en tirer des films, les inclure dans les sites @... Cette action mutualisée peut avoir du sens selon lui. Iconem vient sur le secteur en mars 2018. *V. Masson* pense que dans le cadre du nouvel OT ce genre d'outil peut avoir du sens, encore faut-il que le nouvel OT soit étudié et validé. *P. Beaumont* souhaite connaître l'avis du CE ? *H. Ternus* trouve cela judicieux.

➔ **Le CE valide la demande de devis auprès d'Iconem**

Fin de la réunion 22h

Le prochain CE est fixé à La Cave du Tursan, le 22 janvier 2018