



**REPUBLIQUE
FRANÇAISE**

Département
des
LANDES

**EXTRAIT DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL
DE BOSTENS**

Séance du 19 Mars 2024

N° 2024 - 2/04

L'an deux mil vingt quatre et le 19 mars à dix huit heures trente, le Conseil Municipal, dûment convoqué, s'est réuni à la mairie, sous la présidence de Madame Nathalie BOIARDI, Maire.

Membres présents : Mmes BOIARDI, CARRASQUET et MM. CANTEAU, CLAVIER, DASTUGUE, LAURENT, ODINOT.

Membres absents excusés : Mmes GUELLER et RICHA.

Secrétaire de séance : M. ODINOT.

Nombre de conseillers en exercice : 9

Présents : 7

Votants : 7

Date de convocation du Conseil Municipal : 12 mars 2024.

Objet : Sites des 9 Fontaines - Conclusion d'un bail emphytéotique administratif.

Madame le Maire rappelle qu'en réunion du 30 janvier 2024, le bail emphytéotique administratif du site des 9 Fontaines, au profit des nouveaux exploitants Nicolas Arrougé et Anaïs Krausch, avait été présenté en conseil municipal pour avis.

Elle rappelle qu'en 2010, Mont de Marsan Agglomération, dans le cadre de sa compétence « Protection et mise en valeur de l'environnement et du cadre de vie », a entrepris la démarche de valorisation de son identité territoriale : patrimoine architectural et historique et la préservation des espaces agricoles et naturels remarquables.

C'est dans cet esprit que le 1^{er} site « Parc Naturel Urbain » a été réalisé : le site des 9 Fontaines.

Ancienne exploitation agricole de 20ha, où s'exerçait une polyculture, le site rassemble une grande diversité de paysages, de milieux naturels et d'espèces.

Il comprend :

- L'airial Larousse : ferme d'habitation rénovée,
- Une grange bergerie,
- Un bâtiment (grange aménagée) comprenant deux meublés de Tourisme, classés 3 étoiles, un espace d'accueil, espace comprenant une salle de réunion, des toilettes accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR), un laboratoire et un dortoir pour les pèlerins (6 places),
- Les milieux naturels : comprenant des étangs, des pelouses et prairies.

Ce site a été mis à disposition de la communauté d'Agglomération par la commune de Bostens par un procès-verbal en date du 3 septembre 2012, en application des articles L.1321-1, L.1321-2 et L.1321-5 du Code Général des Collectivités Territoriales fixant les modalités de mise à disposition des biens en cas de transfert de compétences.

Le précédent occupant du site ayant quitté les lieux en début d'année 2023, un appel à manifestation d'intérêt a été lancé le 17 février 2023 afin de trouver un exploitant qui a pour



mission de gérer l'intégralité du site (hormis le dortoir des pèlerins)

- gérer l'activité de son choix dans le respect du caractère naturel et agricole du site,
- gérer et valoriser les deux meublés de tourisme en maintenant le classement 3 étoiles et en alimentant à minima le site internet dédié,
- accueillir les visiteurs et leurs proposer des activités afin de favoriser l'attractivité touristique du site (hormis les visites scolaires dans le cadre d'activité pédagogique dont l'animation est prévue par ailleurs),
- entretenir les prairies de pâturage sur le site par des modes de gestion douce, en conformité avec le plan de gestion en cours, coordonné par Mont de Marsan Agglomération et le Conservatoire des Espaces Naturels de Nouvelle-Aquitaine.

Les parcelles concernées sont les parcelles en section B portant les numéros 118, 119, 123, 124, 516, 633, 635, 637 et 639.

L'entretien naturel du site, en dehors des prairies de pâture (végétation, élagage d'arbres, mobilier, chemins d'accès, ...), restera à la charge de la commune de Bostens et de Mont de Marsan Agglomération.

Afin de permettre aux preneurs d'assurer la gestion douce et l'attractivité touristique du site tout en pérennisant les investissements nécessaires à leurs activités, il a été convenu entre les parties de conclure un bail emphytéotique administratif (BEA) pour une durée de 18 ans.

Cet outil contractuel peut être utilisé par les collectivités territoriales et leurs établissements pour la réalisation d'une opération d'intérêt général (gestion douce du site dans le respect du plan de gestion, attractivité touristique, valorisation dans le cadre du Parc Naturel Urbain) relevant de leur compétence (compétences politique locale du tourisme, protection et mise en valeur de l'environnement et du cadre de vie et gestion du paysage).

Le site ayant été inoccupé pendant plusieurs mois, un certain nombre d'interventions est rendu nécessaire afin de permettre aux nouveaux occupants de bénéficier du site dans des conditions normales : nettoyage des parcelles après le départ de l'ancien locataire et une période passée sans occupant, petits travaux de remise en état des immeubles (fuites ayant généré des dégâts des eaux, huisseries à remettre en état...), une liste de ces travaux à la charge de Mont de Marsan Agglomération sera annexée au futur bail.

Le montant du loyer, tenant compte de la superficie des parcelles mises à disposition, de l'ensemble des bâtiments et de leur état lors de l'entrée dans les lieux a été fixé à 750 € mensuels, révisibles dans les conditions fixées par le bail (révision au vu de l'indice du coût de la construction). Ce montant respecte la valeur locative arbitrée par France Domaine dans son avis du 27 novembre 2023.

D'autre part, il est précisé que l'article L. 1321-2 du Code Général des Collectivités Territoriales prévoit que « la collectivité bénéficiaire de la mise à disposition assume l'ensemble des obligations du propriétaire. Elle possède tous pouvoirs de gestion. (...) ». Ce qui signifie, par opposition, qu'elle ne bénéficie d'aucun pouvoir de disposition.

Par ailleurs, les baux emphytéotiques confèrent au preneur des droits réels et ne peuvent être conclus que par des personnes ayant le pouvoir d'aliéner le bien, faculté dont Mont de Marsan Agglomération ne dispose pas seule à l'égard des biens précités.

Le pouvoir d'aliéner étant conservé, dans le cadre des mises à dispositions de biens en cas de transfert de compétences, par la collectivité propriétaire, l'accord préalable de la commune de Bostens à la conclusion du bail emphytéotique envisagé a été sollicité.



Et c'est dans ce cadre qu'il a été demandé au conseil municipal d'autoriser la signature du bail emphytéotique administratif dans les conditions précitées.

**Ayant entendu son rapporteur,
Après en avoir délibéré,**

Le Conseil Municipal, par 5 voix pour, 0 voix contre, 2 abstentions (MM. Dastugue et Laurent),

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,

Vu le Code Général de la Propriété des Personnes Publiques,

Vu les statuts de Mont de Marsan Agglomération et notamment les compétences « politique locale du tourisme », « protection et mise en valeur de l'environnement et du cadre de vie » et « gestion du paysage »,

Vu le projet de bail emphytéotique administratif proposé,

Considérant la nécessité d'assurer l'attractivité touristique du site des 9 fontaines tout en en préservant la faune et la flore par des modes de gestion douce et respectueux de cet espace naturel remarquable,

Considérant le projet porté par M. Nicolas ARROUGÉ et Mme Anaïs KRAUSCH et son adéquation avec les attendus de Mont de Marsan Agglomération pour le site,

- **Approuve** la mise à disposition, au profit de M. Nicolas ARROUGÉ et Mme Anaïs KRAUSCH, par bail emphytéotique administratif, des parcelles numéros 118, 119, 123, 124, 516, 633, 635, 637 et 639 situées sur le site des 9 Fontaines, aux conditions susvisées.
- **Autorise** Madame le Maire, ou son représentant, à intervenir à la signature du bail emphytéotique administratif et de tous documents ou pièces se rapportant à l'exécution de la présente délibération.

Fait et délibéré les jours, mois et an que dessus.

Et ont signé au registre les membres présents.

Pour extrait conforme le 21 mars 2024.

Le Maire,
Nathalie BOIARDI



Transmission électronique en Préfecture le 25/03/2024

Affichage le 25/03/2024

ID Acte : 040-214000507-20240319- 2024-2-04-DE



République Française
Département des Landes
Mont de Marsan Agglomération

Délibération du Conseil Communautaire

Séance du 04 juin 2024

N°2024/06-0093

L'an 2024, le 04 juin à 18 heures, le Conseil Communautaire de Mont de Marsan Agglomération s'est réuni en salle du Conseil, lieu ordinaire de ses séances, sous la présidence de Monsieur Charles DAYOT, Président, en session ordinaire.

Les convocations individuelles et l'ordre du jour ont été transmis par écrit aux conseillers communautaires le 29 mai 2024.

La convocation et l'ordre du jour ont été affichés sur les panneaux d'affichage extérieurs réservés à cet effet le 29 mai 2024.

Présents :

Mme Danielle KUBLER, Mme Nathalie BOIARDI, M. Jean-Guy BACHE, M. Dominique CLAVÉ, M. Frédéric CARRERE, Mme Émilie LABEYRIE, Mme Catherine BERGALET, Mme Marie BARBUT (remplaçante de M. Jean-Paul ALYRE), M. Jean-Louis CHEVASSON, M. Claude COUMAT, M. Benoît AUGUIN, M. Charles DAYOT, Mme Marie-Christine HARAMBAT, M. Pierre MERLET-BONNAN, M. Farid HEBA, Mme Marie-Christine BOURDIEU, Mme Nathalie GASS, M. Bruno ROUFFIAT, Mme Claudie BREQUE, M. Gilles CHAUVIN, M. Philippe DE MARNIX, M. Christophe HOURCADE, Mme Éliane DARTEYRON, M. Jean-Marie BATBY, Mme Marina BANCON, M. Mathieu ARA, Mme Chantal PLANCHENAU, M. Jean-Baptiste SAVARY, Mme Céline PIOT, M. Frédéric DUTIN, Mme Véronique GLEYZE, M. Michel GARCIA, M. Philippe SAES, Mme Monia LABOULAIS, M. Jean-Louis DARRIEUTORT, Mme Sandrine CASINI, M. Joël BONNET, Mme Delphine SALEMBIER, M. Bernard KRZYNSKI, Mme Ghislaine LALLAU, M. Jean-Marie BAYLE, M. Julien PARIS, Mme Patricia BEAUMONT, M. Denis CAPDEVOLLE, M. Bruno MINDE.

Lesquels forment la majorité des membres en exercice et peuvent délibérer valablement en exécution de l'article L. 2121-17 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Excusés avec procuration :

M. Pierre MALLET donne pouvoir à Mme Danielle KUBLER,
M. Alain BACHE donne pouvoir à Mme Céline PIOT,
Mme Geneviève DARRIEUSSECQ donne pouvoir à M. Mathieu ARA,



Mme Janet DELETRE donne pouvoir à M. Dominique CLAVE,
Mme Marie-Pierre GAZO donne pouvoir à Mme Eliane DARTEYRON,
M. Jean-Jacques GOURDON donne pouvoir Mme Claudie BREQUE,
Mme Pascale HAURIE donne pouvoir à M. Jean-Marie BATBY,
Mme Françoise LATRABE donne pouvoir à M. Jean-Baptiste SAVARY,
Mme Marie DENYS BACHO donne pouvoir à Mme Ghislaine LALLAU.

Absents :

M. Hervé BAYARD,
Mme Catherine PICQUET.

Mme Véronique GLEYZE a été nommée secrétaire de séance par le Conseil Communautaire conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Objet : Attribution d'une aide à l'achat pour un vélo à assistance électrique ou un vélo musculaire sans assistance.

Nomenclature Acte :
7.5.4 - Autres

Rapporteur : Marie-Christine BOURDIEU

La loi d'orientation des mobilités a pour ambition d'améliorer la mobilité au quotidien et prévoit dans son titre 2, des mesures permettant d'apporter à tous et partout des solutions alternatives à l'usage de la voiture individuelle.

Mont de Marsan Agglomération est Autorité Organisatrice de la Mobilité (AOM), et à ce titre, elle est compétente pour organiser la mobilité, sous ses différentes formes, et choisit les services et solutions les plus adaptées à son territoire.

L'AOM est ainsi compétente sur son ressort territorial pour concourir au développement des mobilités actives, et verser notamment des aides personnelles à la mobilité.

Compte tenu de ses compétences, il est proposé au Conseil Communautaire de poursuivre la mise en place une aide pour l'achat d'un Vélo à Assistance Électrique et d'instaurer une aide pour l'achat d'un vélo musculaire sans assistance en 2024. L'objectif du dispositif est de favoriser les déplacements doux, réduire la pollution de l'air et inciter les habitants à utiliser un moyen de déplacement alternatif à la voiture.

La subvention proposée s'élève à 250 € TTC pour les vélos à assistance électrique et à 100 € pour les vélos musculaires sans assistance. Une seule prime par foyer fiscal pourra être attribuée et sera destinée aux habitants majeurs du territoire de Mont de Marsan Agglomération afin de procéder à l'acquisition d'un vélo chez un revendeur de cycle du



territoire. Les primes seront attribuées par ordre d'arrivée des dossiers complets jusqu'à épuisement de l'enveloppe budgétaire allouée à l'opération.
Les modalités et dispositions relatives à la mise à œuvre de cette aide sont proposées dans le règlement joint à la présente délibération.

**Ayant entendu son rapporteur,
Après en avoir délibéré,**

**Le Conseil Communautaire,
À l'unanimité,**

Vu la loi n° 2019-1428 du 24 décembre 2019 d'orientation des mobilités,

Vu l'avis de la commission « aménagement du territoire et développement durable » en date du 22 mai 2024,

Approuve le renouvellement du dispositif d'aide à l'achat d'un Vélo à Assistance Électrique,

Approuve le règlement d'attribution d'une aide à l'achat d'un Vélo, joint en annexe,

Autorise Monsieur le Président, ou son représentant, à signer toute pièce ou document relatif à l'exécution de la présente délibération.

POUR EXTRAIT CONFORME AU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE.

Fait à Mont de Marsan, le 04 juin 2024.

Charles DAYOT

Président de Mont de Marsan Agglomération



La présente délibération peut, si elle est contestée dans un délai de deux mois à compter de sa mise en ligne faire l'objet des recours suivants :

- recours administratif gracieux auprès de Monsieur le Président de Mont de Marsan Agglomération,
- recours contentieux pour excès de pouvoir devant le Tribunal Administratif de Pau (par courrier ou par la plateforme www.telerecours.fr).



Règlement d'intervention pour l'aide à l'achat d'un Vélo

Article 1 – Objet de l'aide

L'objet de ce dispositif est d'attribuer une aide à l'achat pour un vélo à assistance électrique (VAE) ou un vélo musculaire sans assistance, et soutenir ainsi les particuliers qui souhaiteraient utiliser ce moyen pour leurs déplacements quotidiens. Cette action s'inscrit dans une démarche globale de développement des modes doux de déplacement initiée par Mont de Marsan Agglomération.

Article 2 – Conditions d'éligibilité au dispositif d'aide

Au terme de la délibération n° du conseil communautaire de Mont de Marsan Agglomération, il a été décidé que les conditions cumulatives suivantes doivent être remplies :

- Le vélo à assistance électrique ou le vélo musculaire sans assistance est acheté chez un revendeur implanté sur le périmètre géographique de Mont de Marsan Agglomération.
- Être domicilié sur l'une des 18 communes de Mont de Marsan Agglomération,
- Le dispositif s'adresse aux particuliers majeurs,
- Le dispositif est limité à une prise en charge par foyer et par adresse physique,
- S'engager à ne pas revendre l'équipement dans un délai de 3 ans,

Article 3 – Investissements éligibles

Les vélos à assistance électrique ainsi que les vélos uniquement musculaire et sans assistance sont éligibles. Seuls les vélos type vélo de ville sont pris en compte dans le dispositif d'aide. Les vélos sportifs type vélo de cyclo-tourisme, vélo de course ou vélo tout terrain ne sont pas éligibles à la subvention.

Le dispositif ne couvre que les achats effectués en 2024 et seules les factures réalisées à compter du 1^{er} janvier 2024 seront prises en compte, jusqu'à épuisement du budget.

Les vélos d'occasions peuvent être éligibles à la subvention à condition d'avoir été achetés chez un professionnel et de disposer d'une facture.

Article 4 – Montant de l'aide

La prime s'élève à 250 € pour les vélos à assistance électrique et à 100 € pour les vélos uniquement musculaires et sans assistance. Le vélo à assistance électrique doit avoir un prix minimum de 500 euros, et le vélo traditionnel sans assistance doit avoir un prix minimum de 200 euros. Les factures inférieures à ces montants ne seront pas retenues. Une seule prime par foyer peut être attribuée dans la limite d'une enveloppe de 35 000 €. Les primes seront distribuées pour les demandes formulées sur l'année 2024 et seront attribuées suivant l'ordre d'arrivée des dossiers.

Ces coûts sont entendus TTC.

Article 5 – Modalités d'octroi de l'aide

La demande de subvention sera adressée à Monsieur le Président de Mont de Marsan Agglomération et comportera les pièces suivantes :

- un imprimé de demande de subvention comprenant les coordonnées du demandeur et celles du revendeur,
- une copie de la facture acquittée mentionnant les caractéristiques du vélo et l'adresse de l'acheteur,
- un justificatif de domicile de moins de 3 mois,
- une attestation sur l'honneur précisant qu'aucun autre membre du foyer ne fait la même demande ou en a déjà bénéficié,
- Une attestation sur l'honneur précisant que le demandeur s'engage à ne pas revendre le vélo dans un délai de 3 ans,
- un relevé d'identité bancaire.

La subvention sera versée en une seule fois dans la limite du budget alloué, au vu de la complétude des documents transmis, par décision du Président de Mont de Marsan Agglomération.

Article 6 – Responsabilité et litiges

Mont de Marsan Agglomération ne peut en aucun cas être tenu pour responsable d'un éventuel dysfonctionnement du vélo acheté par le demandeur.

En cas de litige lié à l'exécution du présent règlement, le Tribunal Administratif de Pau sera compétent pour en connaître et après épuisement des voies amiables.

Demande d'aide à d'un Vélo à Assistance

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0093-DE



En application de la délibération n° 2024-06-0093
du conseil communautaire de Mont de Marsan Agglomération

IDENTIFICATION DU DEMANDEUR

Nom : _____ Prénom : _____

Adresse complète : _____

Code postal : Ville : _____

Téléphone fixe : __ __ / __ __ / __ __ / __ __ / __ __ Téléphone mobile : __ __ / __ __ / __ __ / __ __ / __ __

Adresse mail :

IDENTIFICATION DU REVENDEUR

Adresse complète : _____

Code postal : Ville : _____

Numéro de Téléphone / / / /

INFORMATIONS SUR LE VÉLO

Coût du vélo : € TTC

Type de vélo :

PIÈCES À JOINDRE AU DOSSIER

- une copie de la facture acquittée mentionnant les caractéristiques du vélo et l'adresse de l'acheteur
- un justificatif de domicile de moins de 3 mois
- le relevé d'identité bancaire

ATTESTATION SUR L'HONNEUR

Je m'engage sur l'honneur à ne demander qu'une seule aide pour mon foyer dont l'adresse est mentionnée ci-dessus, et à ne pas céder le vélo ou le revendre avant un délai de 3 ans. Mont de Marsan Agglomération pourra me demander de présenter le matériel acheté pendant ce délai.

J'atteste avoir réglé la facture acquittée dont copie est jointe à la présente.

La subvention est de 250 € par vélo à assistance électrique acheté ou de 100 € pour un vélo musculaire sans assistance.

Ces coûts sont entendus TTC.

Je demande le versement de la subvention sur le compte dont le RIB est joint, conformément au règlement d'intervention validé par le conseil communautaire dont je déclare avoir pris connaissance et que je m'engage à respecter.

Fait à

le

Signature

Merci d'adresser ce document dûment complété ainsi que les justificatifs demandés à l'adresse suivante :

Mont de Marsan Agglomération

Pôle Technique

8 rue du Maréchal Bosquet - 40 000 MONT DE MARSAN

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0093-DE



Protection des données à caractère personnel

Les données à caractère personnel collectées dans le cadre de ce formulaire vont servir à la gestion et au suivi des demandes d'aide à l'acquisition d'un vélo à assistance électrique (VAE), à la réalisation d'enquêtes, à des fins de communication et à la réalisation de statistiques. Les destinataires de ces données sont les élus délégués aux mobilités, la direction des pôles techniques et son service déplacement, la direction des finances et la direction de la communication. Ces données sont confidentielles et ne sont transmises à aucun tiers. Les données des bénéficiaires de l'aide sont conservées 10 ans, et celles des non-bénéficiaires un an.

Conformément au règlement européen sur la protection des données personnelles du 14 avril 2016 (RGPD) et à la loi française informatique et libertés du 6 janvier 1978 modifiée, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, d'effacement, de limitation et de portabilité de vos données.

Pour faire valoir ces droits ou pour toute question sur le traitement de vos données, vous pouvez contacter le pôle technique de Mont de Marsan Agglomération par e-mail pole.technique@montdemarsan-agglo.fr ou par courrier postal :

Direction des pôles techniques mutualisés

8 rue du Maréchal Bosquet, 40 000 Mont de Marsan.

Si vous estimez, après avoir contacté la communauté d'agglomération, que vos droits concernant vos données personnelles ne sont pas respectés, vous pouvez introduire une réclamation auprès de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) : www.cnil.fr.



République Française
Département des Landes
Mont de Marsan Agglomération

Délibération du Conseil Communautaire

Séance du 04 juin 2024

N°2024/06-0094

L'an 2024, le 04 juin à 18 heures, le Conseil Communautaire de Mont de Marsan Agglomération s'est réuni en salle du Conseil, lieu ordinaire de ses séances, sous la présidence de Monsieur Charles DAYOT, Président, en session ordinaire.

Les convocations individuelles et l'ordre du jour ont été transmis par écrit aux conseillers communautaires le 29 mai 2024.

La convocation et l'ordre du jour ont été affichés sur les panneaux d'affichage extérieurs réservés à cet effet le 29 mai 2024.

Présents :

Mme Danielle KUBLER, Mme Nathalie BOIARDI, M. Jean-Guy BACHE, M. Dominique CLAVÉ, M. Frédéric CARRERE, Mme Émilie LABEYRIE, Mme Catherine BERGALET, Mme Marie BARBUT (remplaçante de M. Jean-Paul ALYRE), M. Jean-Louis CHEVASSON, M. Claude COUMAT, M. Benoît AUGUIN, M. Charles DAYOT, Mme Marie-Christine HARAMBAT, M. Pierre MERLET-BONNAN, M. Farid HEBA, Mme Marie-Christine BOURDIEU, Mme Nathalie GASS, M. Bruno ROUFFIAT, Mme Claudie BREQUE, M. Gilles CHAUVIN, M. Philippe DE MARNIX, M. Christophe HOURCADE, Mme Éliane DARTEYRON, M. Jean-Marie BATBY, Mme Marina BANCON, M. Mathieu ARA, Mme Chantal PLANCHENAULT, M. Jean-Baptiste SAVARY, Mme Céline PIOT, M. Frédéric DUTIN, Mme Véronique GLEYZE, M. Michel GARCIA, M. Philippe SAES, Mme Monia LABOULAIS, M. Jean-Louis DARRIEUTORT, Mme Sandrine CASINI, M. Joël BONNET, Mme Delphine SALEMBIER, M. Bernard KRZYNSKI, Mme Ghislaine LALLAU, M. Jean-Marie BAYLE, M. Julien PARIS, Mme Patricia BEAUMONT, M. Denis CAPDEVOLLE, M. Bruno MINDE.

Lesquels forment la majorité des membres en exercice et peuvent délibérer valablement en exécution de l'article L. 2121-17 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Excusés avec procuration :

M. Pierre MALLET donne pouvoir à Mme Danielle KUBLER,
M. Alain BACHE donne pouvoir à Mme Céline PIOT,
Mme Geneviève DARRIEUSSECQ donne pouvoir à M. Mathieu ARA,



Mme Janet DELETRE donne pouvoir à M. Dominique CLAVE,
Mme Marie-Pierre GAZO donne pouvoir à Mme Eliane DARTEYRON,
M. Jean-Jacques GOURDON donne pouvoir Mme Claudie BREQUE,
Mme Pascale HAURIE donne pouvoir à M. Jean-Marie BATBY,
Mme Françoise LATRABE donne pouvoir à M. Jean-Baptiste SAVARY,
Mme Marie DENYS BACHO donne pouvoir à Mme Ghislaine LALLAU.

Absents :

M. Hervé BAYARD,
Mme Catherine PICQUET.

Mme Véronique GLEYZE a été nommée secrétaire de séance par le Conseil Communautaire conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Objet : Avenant à la convention d'objectifs et de moyens pour 2021 et 2023 entre l'Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat de Mont de Marsan Agglomération et Mont de Marsan Agglomération.

Nomenclature Acte :
7.6.3 – Contributions Budgétaires

Rapporteur : Joël BONNET

Par délibération en date du 22 février 2021, le conseil communautaire a approuvé la conclusion d'une convention d'objectifs et de moyens avec l'Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat de Mont de Marsan Agglomération (OTCA) pour la période 2021-2023.

La réorganisation des services intervenue en début d'année 2024 a notamment abouti à la mise en place d'un d'un Pôle Attractivité et Rayonnement territorial au sein de l'Agglomération et de la Ville de Mont de Marsan.

Ainsi, l'année 2024 sera marquée par la définition des nouveaux objectifs de ce Pôle Attractivité, qui par voie de conséquence, impactera les objectifs, et donc les moyens, de l'OTCA dans les années à venir.

Dès lors, afin de permettre de re-définir les contours et le contenu de la nouvelle convention d'objectifs et de moyens à conclure entre Mont de Marsan Agglomération et l'OTCA, il est proposé de prolonger la convention 2021-2023 pour l'année 2024 dans le cadre d'un avenant dont le projet figure en annexe.



**Ayant entendu son rapporteur,
Après en avoir délibéré,**

**Le Conseil Communautaire,
À l'unanimité,**

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,

Vu le Code de Tourisme, notamment l'article L. 133-10-1 et suivants, L. 134-5, L. 134-6, R. 133-1 et suivants et R. 134-12 et suivants,

Vu la circulaire du 29 décembre 2009 relative à la mise en œuvre des dispositions réglementaires portant application de la loi n°2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques,

Vu les statuts de Mont de Marsan Agglomération,

Vu les statuts de l'OTCA de Mont de Marsan Agglomération,

Vu la convention convention d'objectifs et de moyens pour 2021 et 2023 conclue entre l'Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat de Mont de Marsan Agglomération et Mont de Marsan Agglomération,

Vu le projet d'avenant joint à la présente délibération,

Vu l'avis de la commission « développement économique, tourisme et enseignement supérieur » en date du 27 mai 2024,

Considérant la délibération du Comité Directeur de l'OTCA de Mont de Marsan Agglomération en date du 26 mars 2024,

Considérant la nécessité de re-définir les contours et le contenu de la nouvelle convention d'objectifs et de moyens à conclure avec l'OTCA pour les années à venir,

Approuve le projet d'avenant à la convention d'objectifs et de moyens entre l'OTCA de Mont de Marsan Agglomération et Mont de Marsan Agglomération pour la période 2021-2023 ci-annexé,

Autorise Monsieur le Président, ou son représentant, à signer toute pièce ou document relatif à l'exécution de la présente délibération.



POUR EXTRAIT CONFORME AU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE.

Fait à Mont de Marsan, le 04 juin 2024.

Charles DAYOT
Président de Mont de Marsan Agglomération



La présente délibération peut, si elle est contestée dans un délai de deux mois à compter de sa mise en ligne faire l'objet des recours suivants :

- recours administratif gracieux auprès de Monsieur le Président de Mont de Marsan Agglomération,
- recours contentieux pour excès de pouvoir devant le Tribunal Administratif de Pau (par courrier ou par la plateforme www.telerecours.fr).



AVENANT n° 1

CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS 2021-2023 ENTRE MONT DE MARSAN AGGLOMERATION ET L'OFFICE DE TOURISME DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE MONT DE MARSAN AGGLOMERATION

La présente convention a pour objet la formalisation des responsabilités mutuelles, des droits et devoirs, qui structurent la relation entre la collectivité et l'Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat de Mont de Marsan Agglomération qui les assurent.

Entre

Mont de Marsan Agglomération, représenté par Monsieur Charles DAYOT, Président agissant en cette qualité, par délibération du Conseil Communautaire du Conseil Communautaire en date du 28 mars 2024,

d'une part,

Et

L'Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat (OTCA), représenté par Monsieur Sylvain COUTY, son Directeur agissant par délibération du Comité de Direction en date 26 mars 2024,

d'autre part,

Contexte

Compte tenu des réorganisations mises en œuvre avec la création d'un Pôle Attractivité au sein de l'Agglomération et de la Ville de Mont de Marsan, il a été décidé de faire un avenant sur l'année 2024 à la convention 2021 – 2023 liant l'OTCA et l'Agglomération de Mont de Marsan.

2024 sera une année pour la définition des nouveaux objectifs de ce Pôle Attractivité, qui par voie de conséquence, va impacter les objectifs et donc les moyens de l'OTCA dans les prochaines années.

Seuls les articles 3 et 10 sont modifiées.

Les autres articles, non expressément modifiés par le présent avenant, restent inchangés.



Il a été convenu et arrêté ce qui suit :

Article 3 modifié – Conditions de la mise en œuvre de la convention

Article 3-1 modifié – Financement des missions liées au Tourisme et au Commerce

Afin de permettre à l'OTCA de remplir les missions de service public, Mont de Marsan Agglomération lui attribuera annuellement les crédits de fonctionnement nécessaires et adaptés aux différentes tâches qui sont les siennes.

Au vu du chapitre des dépenses prévu au budget prévisionnel, les crédits de fonctionnement attribués par Mont de Marsan Agglomération sont fixés à :

2024
456.000,00 €

Le produit de la taxe de séjour collectée par Mont de Marsan Agglomération sera reversé au quadrimestre à l'OTCA de Mont de Marsan Agglomération en sus en crédit de fonctionnement versé mensuellement selon le montant défini actuellement par la convention d'objectifs et de moyens.

Article 3-2 modifié – Modalités de versement

Les crédits de fonctionnement alloués à l'OTCA seront mandatés par Mont de Marsan Agglomération selon les procédures comptables en vigueur, à compter du 1^{er} janvier 2024.

Article 10 modifié – Durée de la convention

La présente convention est signée pour l'année 2024.

Fait à Mont de Marsan, le

Pour Mont de Marsan Agglomération
Le Président,

Monsieur Charles DAYOT

Pour l'OTCA
Le Directeur,

Monsieur Sylvain COUTY



CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS 2021-2023 ENTRE MONT DE MARSAN AGGLOMERATION ET L'OFFICE DE TOURISME DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT DE MONT DE MARSAN AGGLOMERATION

La présente convention a pour objet la formalisation des responsabilités mutuelles, des droits et devoirs, qui structurent la relation entre la collectivité et l'Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat de Mont de Marsan Agglomération qui les assurent.

Entre

Mont de Marsan Agglomération, représenté par Monsieur Charles DAYOT, Président agissant en cette qualité, par délibération du Conseil Communautaire du Conseil Communautaire en date du 22 février 2021,

d'une part,

Et

L'Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat (OTCA), représenté par Monsieur Sylvain COUTY, son Directeur agissant par délibération du Comité de Direction en date 18 mars 2021,

d'autre part,

Il a été convenu et arrêté ce qui suit :

Article 1 – Missions confiées à l'OTCA

En se basant sur l'article L.133-3 du code du Tourisme ainsi que sur la délibération prise le 17 avril 2016 pour la prise de compétence en matière de Commerce et Artisanat, les missions suivantes sont confiées à l'OTCA de Mont de Marsan Agglomération :

- Assurer l'accueil et l'information des touristes sur le territoire communautaire,
- Assurer la promotion touristique du territoire et des équipements communautaires,
- Coordonner les interventions des divers partenaires intéressés au développement touristique du territoire communautaire,
- Apporter un concours technique à la conception et à la réalisation de projets et d'opérations touristiques à caractère structurant : réalisation d'événements, participation à des manifestations d'intérêt communautaire, gestion d'équipements touristiques déclarés d'intérêt communautaire,
- Dans le cadre d'une convention ou un contrat spécifique, assurer l'exploitation et la gestion d'équipements touristiques déclarés d'intérêt communautaire jouant un rôle structurant dans le développement touristique du territoire,
- Elaborer et mettre en œuvre la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, de l'animation des loisirs, de l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles,



- Animer le montage et la commercialisation de produits touristiques dans les conditions prévues par la loi n°92-645 du 13 juillet 1992, et de commercialiser des prestations de services pour le compte de tiers,
- Soutenir l'amélioration et le développement du commerce et de l'artisanat en répondant aux objectifs communautaires afin de favoriser la coordination de l'action commerciale entre les pouvoirs publics et le tissu commercial privé, accroître l'image et la notoriété du commerce en lien avec le programme Actions Cœur de ville.

L'ensemble de ces actions est mené en cohérence avec le Comité Départemental du Tourisme des Landes, le Comité Régional du Tourisme Nouvelle-Aquitaine, la Mission des Offices de Tourisme Nouvelle-Aquitaine, ainsi qu'ADN Tourisme.

Article 2 – Objectifs

Les Objectifs Généraux

Les missions de l'OTCA auront pour objectifs globaux :

- D'améliorer de façon permanente l'accueil, l'information, la communication, la commercialisation et la promotion auprès des clientèles touristiques et des résidents afin d'accroître les retombées économiques directes et indirectes sur Mont de Marsan Agglomération et les territoires de proximité des Landes Intérieures tout en développant son autofinancement.
- Améliorer l'attractivité commerciale du Cœur de ville par l'accompagnement des porteurs de projets, la coordination des commerçants ainsi que des projets d'animation qui contribueront à attirer de nouveaux flux de visiteurs dans le cœur de ville.
- Préserver la marque Qualité Tourisme et le classement en catégorie 1 pour le classement en commune touristique de Mont de Marsan

Article 2-1 – Accueil et information

L'OTCA doit disposer de locaux directement accessibles, y compris aux personnes en situation de handicaps. Mont de Marsan Agglomération mettra à disposition les bâtiments situés :

- 1 place Charles de Gaulle – 40 000 Mont de Marsan

→ Les Objectifs à atteindre par l'Office de Tourisme pour 2023 :

- Proposer un traitement homogène de l'accueil et de l'information adapté aux touristes et obligatoirement 7 jours sur 7 en haute saison touristique uniquement (du 1^{er} juillet au 31 août) ;
- Assurer toute l'année un service permanent de réponses aux demandes au guichet et à distance en 3 langues (français, anglais et espagnol) ;
- Favoriser l'accessibilité de l'information aux touristes 24h/24 grâce aux outils numériques, site internet avant, pendant et après le séjour ;
- Développer l'accueil pour les nouvelles clientèles (personnes en situation de handicap, cyclo) ;
- Poursuivre la professionnalisation du personnel de l'OTCA et de la destination dans le cadre de la démarche Qualité.

→ Les actions à mener sur 3 ans :

- Proposer une boutique avec une offre de produits à l'image du territoire,



- Maintenir l'obtention de la marque Qualité renouvelé en 2019 ainsi que le classement en catégorie 1,
- Innover pour mettre en place de nouveaux outils de découverte de la ville et de l'Agglomération.

- **Article 2-2 – Promotion et Communication**

→ Les Objectifs à atteindre par l'Office de Tourisme pour 2023 :

- Utiliser la marque « Mont de Marsan la parenthèse inattendue » en s'appuyant sur l'offre de l'Agglomération ainsi que celle des Landes Intérieures et des territoires voisins (notamment Landes d'Armagnac et le PNR) pour développer l'attractivité de la Destination ;
- Concentrer nos efforts de communication et de promotion sur 4 clientèles prioritaires familles, camping-caristes, résidents et non-résidents, randonneurs et cyclo ;
- Cibler le marché bordelais pour les weekend et offres d'excursion ;
- Valoriser l'offre culturelle de l'Agglomération en s'appuyant notamment sur le projet de développement du musée ;
- Renforcer les relations presse et via des circuits alternatifs (bloggers) afin de positionner Mont de Marsan Agglomération comme une destination à la journée et de courts séjours ;

→ Les actions à mener sur 3 ans :

- Refondre intégralement le site internet de Destination pour être en cohérence avec « la Marque Mont de Marsan, une parenthèse inattendue » et le rendre accessible sur les supports mobiles ;
- Accroître notre visibilité et sur les réseaux sociaux en ciblant Facebook et Instagram ;
- Poursuivre les accueil presse en lien avec la direction communication mutualisée de Mont de Marsan Agglomération et le CDT des Landes ;
- Sur la base du partenariat entre les 2 Intercommunalités, renforcer le partenariat avec Bordeaux Métropole pour toucher ce marché de proximité
- Repenser nos outils de communication PRINT dans une logique de service client et les adapter aux nouveaux modes de consommation ;
- Favoriser la mise en avant de nos hébergements afin de permettre une augmentation des nuitées touristiques marchandes.

- **Article 2-3 – Coordination de la politique locale du tourisme, animations des acteurs et développement des filières**

→ Les Objectifs à atteindre par l'Office de Tourisme pour 2023 :

- Être un acteur incontournable de Mont de Marsan Agglomération et des communes membres pour favoriser l'installation de nouveaux porteurs de projets (publics ou privés) ;
- Permettre une meilleure évaluation des retombées économiques du tourisme et du commerce ;
- Favoriser les synergies et les partenariats avec les acteurs institutionnels (CDT Landes, CRT Nouvelle-Aquitaine, OTF, Maison de la Nouvelle-Aquitaine...) afin de favoriser le rayonnement de la destination ;



- Accentuer les coopérations avec les territoires de proximité dans le cadre des Landes Intérieures pour proposer une alternative au littoral ;
- Participer à la veille des dispositifs départementaux, régionaux susceptibles de contribuer à la structuration de l'offre, la professionnalisation des acteurs le développement des filières et la mobilisation de ressources techniques et/ou financières au bénéfice du territoire.

→ Les actions à mener sur 3 ans :

- Sur la base des décisions de Mont de Marsan Agglomération, finaliser la structuration de l'offre de randonnée pour en assurer sa promotion
- Mettre en place de nouveaux outils d'observation de l'activité Tourisme et Commerce ;
- Concevoir de nouveaux outils d'itinérance avec le territoire de coopération des Landes intérieures ;
- Assurer la promotion de certaines animations locales vecteurs d'images et de flux et contribuer à l'émergence de nouvelles (Printemps des Landes, Arte Flamenco, Fêtes de la Madeline, Octobre Rose...).
- Eviter la fracture numérique entre les acteurs du territoire afin de rester compétitif face aux destinations émergentes ;
- Favoriser la consommation des nuitées touristiques marchandes sur Mont de Marsan Agglomération.

Article 2-4 – Commercialisation de produits touristiques

→ Les Objectifs à atteindre par l'Office de Tourisme pour 2023 :

- Réorganiser le service commercial dans une logique d'apporteur d'affaires et de rentabilité pour la structure ;
- Développer une offre pour la cible Groupes et constituer un fichier clients pour engager une démarche proactive sur ce secteur ;
- Poursuivre le développement de l'offre de billetterie
- Structurer l'offre Affaires pour permettre un positionnement, à minima, Départemental pour le tourisme d'affaires et Régional pour de l'Évènementiel

→ Les actions à mener sur 3 ans :

- Réorganiser la politique commerciale en contractualisant avec les territoires voisins ;
- Proposer des offres de partenariat payantes aux socio-professionnels
- Rechercher de nouvelles recettes (développer de nouveaux outils dans le cadre de la régie publicitaire autour du numérique, mécénat privé, dons participatifs...) ;
- Développer la billetterie des sites et activités à l'année en recherchant de nouveaux partenaires ;
- Créer de nouvelles gammes de produits rentables autour de la fêria et du musée ;

Article 2-5 – Gestion d'équipements touristiques

→ Les Objectifs à atteindre par l'Office de Tourisme pour 2023 :

- Assurer la gestion directe de l'aire de camping-cars et, jusqu'à la fin de l'année 2021, assurer celle des Meublés de Bostens



- Veiller à la qualité des prestations, du service rendu et de la rentabilité commerciale des équipements.
- Accompagner l'Agglomération et les Communes sur les projets d'équipement qui pourraient avoir un impact touristique pour le territoire

→ Les actions à mener sur 3 ans :

- Sous couvert d'un investissement de l'Agglomération pour augmenter les capacités d'accueil de l'aire de camping-cars, poursuivre le développement et la rentabilité de cet équipement ;
- Accompagnement de l'Agglomération sur une étude de reconfiguration des Halles de Nahuques pour en faire un équipement permettant d'accueillir des événements professionnels ou de loisirs.

Article 2-6 – Commerces et Artisanat :

→ Les Objectifs à atteindre par l'Office de Tourisme pour 2023 :

- Proposer une politique de promotion et de communication en faveur du Cœur de Ville afin d'accroître sa notoriété commerciale et artisanale ;
- Mettre en place des outils d'observation du commerce et de l'artisanat local ;
- Rechercher de nouveaux financements en capacité d'appuyer le développement du commerce et de l'artisanat local ;
- Poursuivre l'animation du réseau des commerçants
- Mettre en place de nouveaux outils propices à développer le chiffre d'affaires commercial de la destination sur le cœur d'agglomération prioritairement.

→ Les actions à mener sur 3 ans :

- Accompagner les associations de commerçants et travailler avec elles pour faire émerger de nouvelles animations en cœur de ville ;
- Poursuivre le travail d'accompagnement des porteurs de projet afin de réduire le taux de vacance du cœur de ville ;
- Accompagner les commerçants face aux enjeux du numériques afin qu'ils se professionnalisent. La création d'une plateforme numérique dédié au cœur de ville n'est pas pour le moment un objectif en soi.
- Poursuivre les actions de communication structurées autour du futur site Web (où le Cœur de Ville devra trouver sa place comme offre à part entière d'attractivité du territoire), les réseaux sociaux et les actions de communication diverses (presse, print, etc.)
- Etoffer l'offre de chèques cadeaux initié en 2020

Article 3 – Conditions de la mise en œuvre de la convention

Article 3-1 – Financement des missions liées au tourisme

Afin de permettre à l'OTCA de remplir les missions de service public, Mont de Marsan Agglomération lui attribuera annuellement les crédits de fonctionnement nécessaires et adaptés aux différentes tâches qui sont les siennes.



Au vu du chapitre des dépenses prévu au budget prévisionnel, les crédits de fonctionnement attribués par Mont de Marsan Agglomération sont fixés à :

2021	2022	2023
428 500,00 €	428 500,00 €	428 500,00 €

Le produit de la taxe de séjour collectée par Mont de Marsan Agglomération sera reversé au quadrimestre à l'OTCA de Mont de Marsan Agglomération en sus en crédit de fonctionnement versé mensuellement selon le montant défini actuellement par la convention d'objectifs et de moyens.

Article 3-2 – Financement des missions liées au commerce et à l'artisanat

2021	2022	2023
67 500,00 €	67 500,00 €	67 500,00 €

Article 3-3 – Modalités de versement

Les crédits de fonctionnement alloués à l'OTCA seront mandatés mensuellement par Mont de Marsan Agglomération selon les procédures comptables en vigueur, à compter du 1^{er} janvier 2021.

Article 4 – Mise à disposition d'équipements et de personnel

Mont de Marsan Agglomération s'engage à mettre à disposition de l'OTCA à titre gracieux :

- Les locaux du personnel situés : 1, place du Général de Gaulle à Mont de Marsan,
- Le mobilier d'accueil, de travail et de présentation,
- Le matériel informatique et de logiciels professionnels,
- Les équipements touristiques mis à disposition par l'Office de Tourisme pour la gestion commerciale,
- Le personnel nécessaire pour venir en appui de l'organisation d'une manifestation demandée par Mont de Marsan Agglomération.

Elle s'engage également à mettre à disposition de l'OTCA à titre onéreux le personnel nécessaire à l'élaboration de ces missions. Chaque agent fera l'objet d'une convention de mise à disposition entre l'OTCA et Mont de Marsan Agglomération.

Article 5 – Financements complémentaires

Des crédits complémentaires pourront être alloués à tout moment à l'EPIC pour tout autre tâche précise ponctuelle ou permanente, confiée à l'OTCA par Mont de Marsan Agglomération. Ces missions feront l'objet d'avenants à cette convention, stipulant la nature, la durée du service et le montant des crédits spécifiques accordés.



Article 6 – Gestion des moyens humains

L'OTCA assume la mise en œuvre et la gestion des moyens humains et financiers nécessaires à la réalisation des missions précitées en liaison avec Mont de Marsan Agglomération.

Article 7 – Gestion des locaux et des équipements

L'OTCA de Mont de Marsan Agglomération :

- assume directement la responsabilité des locaux et des installations techniques,
- prend en charge les frais correspondants à l'entretien des locaux et du matériel et les frais de fonctionnement : eau, gaz, électricité, chauffage, téléphone, fournitures administratives, consommables informatiques, entretien journalier.

Article 8 – Revenus propres à l'OTCA

L'OTCA s'engage à trouver des revenus supplémentaires aux crédits de fonctionnement de Mont de Marsan Agglomération :

- des prestations aux professionnels, aux associations seront perçues auprès des différents prestataires touristiques, commerçants et artisans selon une grille établie en amont en fonction des services sollicités,
- le produit de la taxe de séjour qui s'ajoutera aux crédits de fonctionnements alloués par Mont de Marsan Agglomération,
- les subventions provenant des partenaires de l'OTCA (région Nouvelle-Aquitaine, Département des Landes, Caisses des Dépôts et Consignation),
- les participations des Offices de Tourisme ou des collectivités dans le cadre de l'appel à projet des Landes intérieures.

Ces ressources supplémentaires seront directement réinjectées dans les actions de développement touristique et commercial de l'EPIC.

Article 9 – Compte rendu de l'emploi des crédits alloués

Chaque année, l'OTCA, par l'intermédiaire de son Directeur donnera à Mont de Marsan Agglomération un compte-rendu de l'emploi des crédits alloués assorti de toutes les justifications nécessaires (déclaration URSAFF, bilan financier, compte de résultat, rapport d'activités établi sur les objectifs fixés par la convention). Ce rapport sera préalablement soumis au Comité de Direction de l'EPIC par son Président, puis au Conseil Communautaire.

Article 10 – Durée de la convention

La présente convention est signée pour une période de 3 ans renouvelable 3 mois avant son terme.

Fait à Mont de Marsan, le

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0094-DE



Pour Mont de Marsan Agglomération
Le Président,

Pour l'OTCA
Le Directeur,

Monsieur Charles DAYOT

Monsieur Sylvain COUTY





République Française
Département des Landes
Mont de Marsan Agglomération

Délibération du Conseil Communautaire

Séance du 04 juin 2024

N°2024/06-0095

L'an 2024, le 04 juin à 18 heures, le Conseil Communautaire de Mont de Marsan Agglomération s'est réuni en salle du Conseil, lieu ordinaire de ses séances, sous la présidence de Monsieur Charles DAYOT, Président, en session ordinaire.

Les convocations individuelles et l'ordre du jour ont été transmis par écrit aux conseillers communautaires le 29 mai 2024.

La convocation et l'ordre du jour ont été affichés sur les panneaux d'affichage extérieurs réservés à cet effet le 29 mai 2024.

Présents :

Mme Danielle KUBLER, Mme Nathalie BOIARDI, M. Jean-Guy BACHE, M. Dominique CLAVÉ, M. Frédéric CARRERE, Mme Émilie LABEYRIE, Mme Catherine BERGALET, Mme Marie BARBUT (remplaçante de M. Jean-Paul ALYRE), M. Jean-Louis CHEVASSON, M. Claude COUMAT, M. Benoît AUGUIN, M. Charles DAYOT, Mme Marie-Christine HARAMBAT, M. Pierre MERLET-BONNAN, M. Farid HEBA, Mme Marie-Christine BOURDIEU, Mme Nathalie GASS, M. Bruno ROUFFIAT, Mme Claudie BREQUE, M. Gilles CHAUVIN, M. Philippe DE MARNIX, M. Christophe HOURCADE, Mme Éliane DARTEYRON, M. Jean-Marie BATBY, Mme Marina BANCON, M. Mathieu ARA, Mme Chantal PLANCHENAU, M. Jean-Baptiste SAVARY, Mme Céline PIOT, M. Frédéric DUTIN, Mme Véronique GLEYZE, M. Michel GARCIA, M. Philippe SAES, Mme Monia LABOULAIS, M. Jean-Louis DARRIEUTORT, Mme Sandrine CASINI, M. Joël BONNET, Mme Delphine SALEMBIER, M. Bernard KRZYNSKI, Mme Ghislaine LALLAU, M. Jean-Marie BAYLE, M. Julien PARIS, Mme Patricia BEAUMONT, M. Denis CAPDEVOLLE, M. Bruno MINDE.

Lesquels forment la majorité des membres en exercice et peuvent délibérer valablement en exécution de l'article L. 2121-17 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Excusés avec procuration :

M. Pierre MALLET donne pouvoir à Mme Danielle KUBLER,
M. Alain BACHE donne pouvoir à Mme Céline PIOT,
Mme Geneviève DARRIEUSSECOQ donne pouvoir à M. Mathieu ARA,



Mme Janet DELETRE donne pouvoir à M. Dominique CLAVE,
Mme Marie-Pierre GAZO donne pouvoir à Mme Eliane DARTEYRON,
M. Jean-Jacques GOURDON donne pouvoir Mme Claudie BREQUE,
Mme Pascale HAURIE donne pouvoir à M. Jean-Marie BATBY,
Mme Françoise LATRABE donne pouvoir à M. Jean-Baptiste SAVARY,
Mme Marie DENYS BACHO donne pouvoir à Mme Ghislaine LALLAU.

Absents :

M. Hervé BAYARD,
Mme Catherine PICQUET.

Mme Véronique GLEYZE a été nommée secrétaire de séance par le Conseil Communautaire conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales.

**Objet : Candidature appel à projet régional « Landes Intérieures » :
Accompagnement aux Changements des Territoires Touristiques (ACTT).**

Nomenclature Acte :
9.2.2 – Tourisme

Rapporteur : Joël BONNET

Sous l'impulsion de la Région Nouvelle Aquitaine et la mise en œuvre des appels à projet Nouvelle Organisation des Territoires Touristiques (NOTT), Mont de Marsan Agglomération, les Communautés de Communes du Pays Grenadois, de Chalosse Tursan depuis 2015 et de Coteaux et Vallées des Luys depuis 2020, se sont coordonnées pour mener à bien de nombreux projets à vocation touristique.

Aujourd'hui, les 3 Offices de Tourisme NOTT, qui fédèrent 4 intercommunalités, ont atteint les objectifs fixés en 2015, à savoir créer et travailler à l'échelle d'un territoire touristique pertinent avec une volonté de devenir une destination à part entière, communément appelée : Landes Intérieures.

Fort du travail engagé il y a maintenant plusieurs années, d'autres offices de tourisme se sont rapprochés du collectif initial Landes Intérieures, afin de travailler ensemble de manière plus efficace et durable sur notre destination touristique commune. Il s'agit des Offices de Tourisme affiliés aux Communautés de Communes du Pays Tarusate, de Terres de Chalosse et d'Aire-sur-l'Adour.

Convaincu que tous ces EPCI partagent des valeurs touristiques communes et que collectivement ils arriveront à faire émerger une image de marque de destination



touristique, le collectif Landes Intérieures est candidat au nouvel appel à projet régional « Accompagnement aux Changements des Territoires Touristiques »_ACTT.

Par ce maintien de collaboration, les Offices de tourisme s'accordent à développer des actions répondant à deux axes majeurs :

- Mettre de la cohérence dans la destination Landes Intérieures,
- Développer l'économie locale et l'accessibilité des Landes Intérieures.

Ayant entendu son rapporteur,

Après en avoir délibéré,

Le Conseil Communautaire,

À l'unanimité,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,

Vu la validation par le Conseil Régional d'Aquitaine en octobre 2015 de la candidature des « Landes Intérieures » à l'appel à projet régional pour la structuration touristique des territoires,

Vu la validation par le Conseil Régional d'Aquitaine en novembre 2019 de la candidature des « Landes Intérieures » à l'appel à projet régional NOTT,

Vu la délibération n°2019-12-0302 du Conseil Communautaire en date du 12 décembre 2019 renouvelant le partenariat entre les différentes collectivités membres du collectif Landes Intérieures,

Vu la candidature « Landes Intérieures » à l'appel à projet régional ACTT,

Vu l'avis de la commission « développement économique, tourisme et enseignement supérieur » en date du 27 mai 2024,

Considérant le nouveau règlement d'intervention de la Région Nouvelle-Aquitaine 2023/2026,

Considérant le nouveau périmètre des Landes Intérieures, qui vient s'aligner sur le territoire de cohésion territoriale du PETR Adour Chalosse Marsan,

Considérant la nécessité de travailler à l'échelle d'une destination touristique pertinente, plus particulièrement à l'échelle de l'Est du département des Landes, au niveau de la professionnalisation des acteurs, du développement de l'offre touristique, de la modernisation des lieux d'accueil et de la mutualisation des moyens,



Considérant l'appel à projet régional NOTT arrivé à son échéance au 31 décembre 2023,

Approuve la candidature Landes Intérieures à l'appel à projet régional ACTT, telle que présentée en annexe n°1 de la présente délibération,

Autorise Monsieur le Président, ou son représentant, à signer toute pièce ou document relatif à l'exécution de la présente délibération.

POUR EXTRAIT CONFORME AU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE.

Fait à Mont de Marsan, le 04 juin 2024.

Charles DAYOT
Président de Mont de Marsan Agglomération

La présente délibération peut, si elle est contestée dans un délai de deux mois à compter de sa mise en ligne faire l'objet des recours suivants :

- recours administratif gracieux auprès de Monsieur le Président de Mont de Marsan Agglomération,
- recours contentieux pour excès de pouvoir devant le Tribunal Administratif de Pau (par courrier ou par la plateforme www.telerecours.fr).



Mont de Marsan Agglomération

Conseil communautaire du 12 décembre 2019 Délibération n°2019-12-0302

Nombre de conseillers communautaires en exercice : 55

Nombre de conseillers communautaires présents : 42

Nombre de votants : 51

Date de la convocation : 25 Novembre 2019

Président : Charles DAYOT,

Membres titulaires présents :

Pierre MALLET, Marie-Christine LAMOTHE, Jean-Yves PARONNAUD, Jean-Marie ESQUIÉ, Guy SIBUT, Jean-Pierre ALLAIS, Claude COUMAT, Catherine DEMEMES, Hervé BAYARD, Muriel CROZES, Bertrand TORTIGUE, Marie-Christine BOURDIEU, Chantal DAVIDSON, Farid HEBA, Éliane DARTEYRON, Antoine VIGNAU-TUQUET, Catherine PICQUET, Jean-Paul GANTIER, Gilles CHAUVIN, Chantal COUTURIER, Bruno ROUFFIAT, Chantal PLANCHENAU, Pascale HAURIE, Jean-Marie BATBY, Renaud LAHITETE, Élisabeth SOULIGNAC-GERBAUD, Michaël AULNETTE, Véronique GLEYZE, Michel GARCIA, Philippe SAES, Jean-Louis DARRIEUTORT, Régine NEHLIG, Joël BONNET, Delphine SALEMBIER, Bernard KRUYZYSKI, Marie DENYS, Olivier BOISSÉ, Éric MEZRICH, Denis CAPDEVOLLE.

Absents :

Christian CENET,
Nicolas TACHON,
Guy PARELLA,
Didier SIMON,

Excusés :

Frédéric CARRERE, représenté par Joël MALLET,
Jean-Paul ALYRE, représenté par Maylis ETCHEVERREY,

Pouvoirs :

Dominique CLAVÉ, donne pouvoir à Pierre MALLET,
Janet DELÉTRÉ, donne pouvoir à Régine NEHLIG,
Geneviève DARRIEUSSECQ, donne pouvoir à Charles DAYOT,
Catherine DUPOUY, donne pouvoir à Catherine PICQUET,
Stéphanie CHEDDAD, donne pouvoir à Pascale HAURIE,
Marina BANCON, donne pouvoir à Hervé BAYARD,
Florence THOMAS, donne pouvoir à Philippe SAES,
Lætitia TACHON, donne pouvoir à Marie DENYS,
Maryline ROUSSEAU, donne pouvoir à Eric MEZRICH,

Secrétaire de séance :

Michel GARCIA

Nature de l'Acte :

7.5.2 – convention

Objet : Convention de partenariat des Landes Intérieures sur la prise en charge du poste de coordination 2020-2021.

Rapporteur : Joël BONNET



Note de synthèse et délibération :

Le règlement d'intervention 2007-2013 de la Région Nouvelle-Aquitaine proposait la mise en œuvre d'un dispositif contractuel ouvert à tous les Pays (Loi dite « Voynet ») souhaitant s'engager dans une convention d'organisation et de développement touristique des territoires, articulée autour de deux axes : la structuration et la valorisation de filières majeures et prioritaires du territoire.

Pour la période 2014-2020, la Région Nouvelle-Aquitaine a souhaité soutenir des projets partagés à l'échelle de territoires touristiques pertinents, dotés d'une maîtrise complète des compétences Tourisme engendrant la mutualisation des moyens appropriés et l'élaboration de stratégies communes de développement.

L'appel à projet avait pour objet :

- La professionnalisation des agents et des prestataires touristiques,
- L'équipement du territoire en technologies du e tourisme (outils numériques pour l'accueil, site internet, technologie de diffusion de l'information),
- La modernisation des structures (aménagement des locaux, développement de l'autofinancement, logiciel d'observation de l'activité),
- La mise en qualité des structures touristiques sur le territoire.

La réponse à ce concours de la Région Nouvelle Aquitaine permet à Mont de Marsan Agglomération et aux Communautés de Communes de Chalosse Tursan et du Pays Grenadois, les trois établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) concernés par les Landes Intérieures de bénéficier d'aides financières directes pour la mise en place d'une stratégie commune de développement touristique des territoires.

Dans le cadre de cette démarche et pour assurer le bon déroulement de la démarche des Landes Intérieures, il a conjointement été décidé par ces trois établissements de coopération intercommunale de créer un poste de chargé de mission.

La Région Nouvelle-Aquitaine avait décidé d'apporter son soutien financier aux territoires des Landes Intérieures, par le subventionnement de ce poste à hauteur de 50%.

Par les délibérations respectives des 1^{er}, 14 et 15 décembre 2015, Mont de Marsan Agglomération et les Communautés de Communes de Chalosse Tursan et du Pays Grenadois, s'étaient donc engagées dans une convention tripartite, sur la prise en charge du poste de coordination des Landes Intérieures, dans le cadre de l'Appel à Projet Régional pour la structuration touristique des territoires.

Cette première convention, qui permet de définir les objectifs de ce poste, son montant, ainsi que la répartition de sa prise en charge financière par les trois territoires selon une clé de répartition bien précise, arrivera à échéance le 31 décembre 2019.

Les trois EPCI souhaitent néanmoins poursuivre leur coopération jusqu'au 31 décembre 2021, date de fin du financement accordé par la Région pour le subventionnement du poste de chargé de mission.

Par ailleurs, le 8 novembre 2019, les Offices de Tourisme de Chalosse Tursan et des Luys ont fusionné pour devenir « Landes Chalosse ».

La Communauté de Communes des Coteaux et Vallées des Luys vient donc s'ajouter aux trois autres structures de l'appel à projet régional des Landes Intérieures.

Une nouvelle convention de partenariat doit donc être signée pour la période comprise entre le 1^{er} janvier 2020 et le 31 décembre 2021 entre les 4 établissements publics.

La convention doit notamment permettre de redéfinir la clé de répartition de la prise en charge financière du poste de chargé de mission par les quatre territoires.

**Ayant entendu son rapporteur,
Après en avoir délibéré,**



**Le Conseil Communautaire,
A l'unanimité des membres présents,**

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,

Vu le nouveau règlement d'intervention de la Région Nouvelle Aquitaine 2014-2020,

Vu la validation par le Conseil Régional d'Aquitaine en octobre 2015 de la candidature des « Landes Intérieures » à l'Appel à Projet Régional pour la structuration touristique des territoires,

Vu les statuts de la communauté de communes des Coteaux et vallées des Luys en matière touristique,

Vu la délibération du conseil communautaire en date 1^{er} décembre 2015 relative au partenariat sur les Landes Intérieures,

Vu la convention de partenariat du 31 décembre 2015 modifiée entre Mont de Marsan Agglomération et les Communautés de Communes de Chalosse Tursan et du Pays Grenadois,

Vu la délibération du Conseil Communautaire des Coteaux et vallées des Luys du 14 novembre 2019 approuvant son engagement dans l'Appel à Projet Régional pour la structuration touristique des territoires,

Considérant la nécessité de travailler à l'échelle d'une destination touristique pertinente, plus particulièrement à l'échelle de l'est du département des Landes, au niveau de la professionnalisation des acteurs, du e-tourisme, de la modernisation des lieux d'accueil, de l'optimisation des moyens financiers, de l'observation locale et de la démarche qualité,

Considérant que la convention de partenariat conclue le 31 décembre 2015 arrivera à échéance le 31 décembre 2019 et qu'il convient par conséquent de conclure une nouvelle convention pour la durée comprise entre le 1^{er} janvier 2020 au 31 décembre 2021, date jusqu'à laquelle la Région s'est engagée à apporter son soutien financier dans le cadre de l'appel à projet,

Considérant que le périmètre du partenariat conclu en décembre 2015 doit être modifié pour tenir compte de la fusion des deux offices du tourisme de Chalosse Tursan et des Luys et être élargi à la communauté de communes des Coteaux et vallées des Luys,

Approuve les termes du projet de convention de partenariat entre Mont de Marsan Agglomération, et les communautés de Communes de Chalosse Tursan, du Pays Grenadois, et des Coteaux et Vallées des Luys ci-annexé.

Autorise Monsieur le Président ou son représentant à signer la convention de partenariat précitée et toute pièce ou document relatif à l'exécution de la présente délibération.

Pour extrait conforme,
A Mont de Marsan, le 13 Décembre 2019

**Le Président,
Charles DAYOT**



Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-24400808-20240604-2024_06_0095-DE





**CONVENTION DE PARTENARIAT
DES LANDES INTERIEURES DANS LE CADRE DE L'APPEL A PROJET**

Entre les soussignés,

La communauté d'Agglomération « Mont de Marsan Agglomération »,
Sis, 575 avenue du Maréchal Foch, 40000 Mont de Marsan,
Représenté par son président, Monsieur Charles DAYOT, habilité à signer la présente convention par
la délibération du2019.

ET

La Communauté de Communes « Chalosse Tursan »,
Sis, 1 rue du Bellocq, 40500 Saint Sever,
Représenté par son président, Monsieur Marcel PRUET, habilité à signer la présente convention par
délibération en date du

ET

La Communauté de Commune « du Pays Grenadois »,
Sis, 1 rue Jules Ferry, 40270 Grenade sur l'Adour,
Représenté par son président, Monsieur Pierre DUFOURCQ, habilité à signer la présente convention
par délibération en date du

ET

La Communauté de Communes « des Coteaux et Vallées des Luys »,
Sis, 19 rue de la Tecouere, 40330 Amou,
Représenté par son président, Madame Christine FOURNADET, habilitée à signer la présente
convention par délibération en date du

Il a été convenu et arrêté ce qui suit

Préambule

Depuis 2015, La Région Nouvelle Aquitaine soutient les projets partagés de territoires touristiques pertinents, dotés d'une maîtrise complète des compétences Tourisme engendrant la mutualisation des moyens appropriés et l'élaboration de stratégies communes de développement.

Dans le cadre de la Clause Générale de Compétences et des compétences exercées par les Régions, la Nouvelle Aquitaine souhaite afficher ses priorités, via les actions de professionnalisation-formation, d'innovation et d'e-tourisme, d'observation économique et touristique.



La région Nouvelle Aquitaine soutient sous forme d'appel à projet, les territoires souhaitant s'engager dans une volonté d'amélioration de l'organisation générale touristique et dans un processus :

- De consolidation des actions de professionnalisation,
- De déploiement collectif et partagé d'opérations destinées à développer la qualité des services, notamment pour l'engagement des démarches collectives, l'évolution des outils numériques, le suivi de l'observation, l'amélioration du fonctionnement et des lieux d'information touristique.

C'est dans ce contexte que Mont de Marsan Agglomération, la Communauté de Communes de Chalosse Tursan, la Communauté de Communes du Pays Grenadois ont décidé conjointement de répondre au présent appel à projet en 2015.

La réponse à ce concours de la Région permet aux structures de bénéficier d'aides financières directes par la mise en place d'une stratégie commune de développement touristique des territoires.

Dans le cadre de la réponse à cet appel à projet, Mont de Marsan Agglomération bénéficie d'une aide financière de la Région pour le subventionnement d'un poste de chargé de mission.

Une première convention de partenariat établie en 2015 pour 4 ans engageait les 3 structures dans cette démarche de projet de territoire.

Cette convention s'achève au 31 décembre 2019. Les parties souhaitant poursuivre leur coopération, il y a lieu de conclure une nouvelle convention applicable à compter du 1er janvier 2020 et s'achevant au 31 décembre 2021, date jusqu'à laquelle la Région s'est engagée à apporter son soutien financier.

Le 8 novembre 2019, les Offices de Tourisme de Chalosse Tursan et des Luys ont fusionné pour devenir « Office de Tourisme Landes Chalosse ». La Communauté de Communes des Coteaux et Vallées des Luys a donc intégré l'appel à projet régional par la délibération du 14 novembre 2019.

Une nouvelle convention de partenariat doit être signée entre les quatre structures afin de définir les contours du projet commun de développement touristique des quatre territoires.

Par délibérations respectives en date dudécembre 2019, Mont de Marsan Agglomération, la Communauté de Communes de Chalosse Tursan, la Communauté de Communes du Pays Grenadois, et la Communauté de Communes des Coteaux et Vallées des Luys, ont acté la conclusion d'une nouvelle convention de partenariat relative à la réalisation de l'Appel à Projet Régional pour la structuration touristique des territoires.

ARTICLE 1 : OBJET

Mont de Marsan Agglomération, la Communauté de Communes de Chalosse Tursan, la Communauté de Communes du Pays Grenadois, et la Communauté de Communes des Coteaux et Vallées des Luys sont les quatre territoires de l'appel à projet régional.

Pour l'exercice de la compétence « Développement touristique », ces établissements publics disposent d'Offices de Tourisme communautaires (L'OTCA de Mont de Marsan Agglomération sous statut Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial, l'Office de Tourisme du Pays Grenadois en Service Public Administratif) et un Office de Tourisme Intercommunautaire de Landes Chalosse en Service Public Local.



Ces quatre intercommunalités se sont réunies pour développer une nouvelle organisation des territoires.

Dans le cadre de cette démarche, la Région Nouvelle Aquitaine a décidé d'apporter un soutien financier à l'Agglomération de Mont de Marsan, chef de file de la démarche, par le subventionnement d'un poste de chargé de l'appel à projet régional.

Dans le cadre d'un projet de territoire touristique commun et en vue de satisfaire la réponse à l'appel à projet, les 4 structures concernées ont décidé d'établir une convention de partenariat.

Le développement touristique commun et la réponse à l'appel à projet régional reposent notamment sur :

- La professionnalisation des agents et des prestataires touristiques
- Le développement de l'e-tourisme sur le territoire (outils numériques pour l'accueil et l'information touristique)
- La modernisation des Offices de Tourisme (développement de l'autofinancement, de l'observation de l'activité...)
- La mise en qualité à travers les démarches existantes.

ARTICLE 2 : CONTENU DU PARTENARIAT

Mont de Marsan Agglomération désigné comme chef de file de l'appel à projet Régional en lien avec l'Office de Tourisme de Mont de Marsan Agglomération délégataire de la compétence « Développement touristique », s'engage avec les Communautés de Communes de Chalosse Tursan, du Pays Grenadois, et des Coteaux et Vallées des Luys, à réaliser les opérations suivantes :

Pour la partie administrative de l'appel à projet :

- Mettre en place des réunions de suivi de l'appel à projet (COTECH, COPIL) en lien avec les différents intervenants concernés,
- Mettre en application les fiches actions de l'appel à projet pour les 4 territoires en lien étroit avec les Offices de Tourisme et les acteurs intéressés (suivi des demandes de subventions, réalisation et évaluation).

Pour la partie « : professionnalisation des agents et des prestataires touristiques » :

- Mettre en place un programme de professionnalisation pluriannuel pour les agents des Offices de Tourisme et les prestataires touristiques des 4 territoires (actions de sensibilisation, accompagnement collectif et formation).

Pour la partie « Le développement de l'e-tourisme sur le territoire (outils numériques pour l'accueil et l'information touristique) :

- Proposer une stratégie de communication et de promotion des 4 territoires, notamment sur le numérique, cohérente et en lien avec la stratégie existante des collectivités et des Offices de Tourisme au sein de la destination,
- Développer des outils communs à la destination.

Pour la partie « la modernisation des Offices de Tourisme (développement de l'autofinancement, de l'observation de l'activité, réflexion globale autour de l'accueil...) :

- Poursuivre le travail engagé sur la commercialisation en mutualisant les outils utilisés,
- Mettre en place un SADI de la destination (Schéma d'accueil et de destination) sur la destination « Landes Intérieures »,
- Assurer un suivi de l'observation touristique de la destination.
- Accompagner le projet d'aménagement du nouvel Office de Tourisme « Maison Darqué ».

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



Pour la partie « mise en qualité » :

- Assurer un appui aux Offices de Tourisme pour accompagner la destination dans la qualification de l'offre touristique.

ARTICLE 3 : DUREE

La convention ainsi rédigée a pour objet l'engagement des parties pour 2 ans, soit du 1^{er} janvier 2020 au 31 décembre 2021.

ARTICLE 4 : CLAUSES FINANCIERES

Le coût du présent partenariat, dont le principal objet consiste en la réponse à l'appel à projet régional et à la mise en place d'un projet de développement touristique des territoires communs des quatre structures, est estimé à 80 000 € pour 2 ans.

Le coût du présent partenariat qui correspond essentiellement à la rémunération d'une chargée de mission, est réparti entre les 4 structures selon les critères suivants : nombre d'habitants, nombre de communes, et potentiel fiscal.

Le financement du traitement du chargé de mission pour l'Appel à Projet Régional est assuré par le Conseil Régional de la Nouvelle Aquitaine par l'octroi d'une subvention à l'Agglomération de Mont de Marsan à hauteur de 25% pour l'année 2020 et 20% pour l'année 2021. Dans le cas du présent partenariat, les cocontractants s'engagent à assurer la partie du traitement non pris en charge, soit 75% en 2020 et 80% en 2021.

La répartition du montant dû par ces derniers est opérée selon les critères suivants :

- Nombre d'habitants 40%
- Nombre de communes du territoire communautaire 30%
- Potentiel fiscal 30%

Une annexe à la présente convention détermine les montants estimatifs qui doivent être engagés annuellement par les co contractants selon les critères ci-dessus exposés.

Les autres frais concourant à la réalisation du projet de territoire et permettant de répondre à l'appel à projet seront répartis intégralement entre les cocontractants durant la période d'exécution de la présente convention selon, les mêmes critères de répartition.

Sur la base des critères préalablement définis, Mont de Marsan Agglomération adressera annuellement aux établissements concernés un titre de recettes.

ARTICLE 5 : ASSURANCES

Mont de Marsan Agglomération, la Communauté de Communes de Chalosse Tursan, la Communauté de Communes du Pays Grenadois, et la Communauté de Communes des Coteaux et Vallées des Luys devront faire leur affaire personnelle de souscrire toute police d'assurance (responsabilité civile,

dommages aux biens notamment) pour les risques leur incombant et ce du présent partenariat.

Envoyé en préfecture le 10/06/2024
Reçu en préfecture le 10/06/2024
Publié le 10/06/2024
ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE

ARTICLE 6 : ANNULATION / RESILIATION

En cas de non-respect par les cocontractants des engagements respectifs inscrits dans la présente convention, celle-ci pourra être résiliée de plein droit par l'un de ces derniers au 1^{er} janvier de chaque année d'exécution par l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception valant mise en demeure, 3 mois avant le terme annuel.

ARTICLE 7 / RECOURS

Le Tribunal Administratif de Pau sera compétent pour connaître de tout litige relatif à la présente convention qui pourrait intervenir entre les cocontractants, seulement après épuisement des voies amiables.

Fait en 4 exemplaires originaux, le

**Pour Mont de Marsan Agglomération,
Le Président,**

**Pour la communauté de
Communes du Pays Grenadois,
Le Président,**

Charles DAYOT

Pierre DUFOURCQ

**Pour la Communauté de Communes
De Chalosse Tursan,
Le Président,**

**Pour la Communauté de
Communes des Coteaux et Vallées
des Luys,
La Présidente,**

Marcel PRUET

Christine FOURNADET

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-24400808-20240604-2024_06_0095-DE



Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



2019	Répartition des charges salariales en %	montant salaire annuel	poste en %
EPCI			
MDM Agglo	70 %	27 944,21 €	100 %
CC Chalosse Tursan	50,30 %	14 055,94 €	50,30 %
CC Pays Grenadois	38,70 %	10 814,41 €	38,70 %
	11 %	3 073,86 €	11 %
Région Nouvelle Aquitaine	30 %	11 976,09 €	0
Salaire annuel 2019 (brut+CP)	100 %	39 920,33 €	100 %

2020	Répartition des charges salariales en %	montant salaire annuel	répartition des frais de poste en %
EPCI			
MDM Agglo	75 %	29 940,24 €	100 %
CC Chalosse Tursan	46,50 %	13 922,00 €	46,50 %
CC Pays Grenadois	34,00 %	10 179,00 €	34,00 %
CC Coteaux et Vallées des Luys	10 %	2 994,00 €	10 %
	9,50 %	2 844,00 €	9,50 %
Région Nouvelle Aquitaine	25 %	9 980,08 €	0
Salaire annuel 2020 (brut+CP)	100 %	39 920,33 €	100 %

2021	Répartition des charges salariales en %	montant salaire annuel	répartttion des frais de poste en %
EPCI			
MDM Agglo	80 %	31 936,26 €	100 %
CC Chalosse Tursan	46,50 %	14 850,00 €	46,50 %
CC Pays Grenadois	34,00 %	10 858,00 €	34,00 %
CC Coteaux et Vallées des Luys	10 %	3 193,00 €	10 %
	9,50 %	3 033,00 €	9,50 %
Région Nouvelle Aquitaine	20 %	7 984,07 €	0
Salaire annuel 2021 (brut+CP)	100 %	39 920,33 €	100 %



part de la Région 30% **11 976,09 €**

	population (nb d'hab)		Nb de communes		Superficie (km²)		potentiel fiscal (€)* en 2016	
	40 %	30 %		0 %	30 %	source préfecture		
2020	8043	11	0,12	166,7	0,12	3 057 823,00 €	0,1	
CC Pays Grenadois	25673	50	0,53	586,97	0,41	7 805 825,00 €	0,25	
CC Chalosse Tursan	53575	18	0,19	480	0,34	18 582 419,00 €	0,61	
Agglomération Mont de Marsan	7798	16	0,17	186,6	0,13	1 203 387,00 €	0,04	
CC Coteaux et vallée des Luys								

2 994,00 € 10 %
 10 179,00 € 34,00 %
 13 922,00 € 46,50 %
 2 844,00 € 9,50 %
29 940,24 €

39 920,33 €
 Salaire brut chargé
 part des territoires **29 940,24 €**
 part de la Région 25% **9 980,08 €**

	population (nb d'hab)		Nb de communes		Superficie (km²)		potentiel fiscal (€)* en 2016	
	40 %	30 %		0 %	30 %	source préfecture		
2021	8043	11	0,12	166,7	0,12	3 057 823,00 €	0,1	
CC Pays Grenadois	25673	50	0,53	586,97	0,41	7 805 825,00 €	0,25	
CC Chalosse Tursan	53575	18	0,19	480	0,34	18 582 419,00 €	0,61	
Agglomération Mont de Marsan	7798	16	0,17	186,6	0,13	1 203 387,00 €	0,04	
CC Coteaux et vallée des Luys								

3 193,00 € 10 %
 10 858,00 € 34,00 %
 14 850,00 € 46,50 %
 3 033,00 € 9,50 %
31 936,26 €

39 920,33 €
 Salaire brut chargé
 part des territoires **31 936,26 €**
 part de la Région 20% **7 984,07 €**

part de la Région 30% **11 976,09 €**

2020	population (nb d'hab)	Nb de communes	Superficie (km ²)		potentiel fiscal (€)* en 2016 source: prefecture		
	40 %		0 %	30 %			
CC Pays Grenadois	8043	11	0,09	0,12	166,7	3 057 823,00 €	0,1
CC Chalosse Tursan	25673	50	0,27	0,53	586,97	7 805 825,00 €	0,25
Agglomération Mont de Marsan	53575	18	0,56	0,19	480	18 582 419,00 €	0,61
CC Coteaux et vallée des Luys	7798	16	0,08	0,17	186,6	1 203 387,00 €	0,04

Salaire brut chargé	39 920,33 €
part des territoires	29 940,24 €
part de la Région 25%	9 980,08 €

2 994,00 € 10 %
 10 179,00 € 34,00 %
 13 922,00 € 46,50 %
 2 844,00 € 9,50 %
29 940,24 €

2021	population (nb d'hab)	Nb de communes	Superficie (km ²)		potentiel fiscal (€)* en 2016 source: prefecture		
	40 %		0 %	30 %			
CC Pays Grenadois	8043	11	0,09	0,12	166,7	3 057 823,00 €	0,1
CC Chalosse Tursan	25673	50	0,27	0,53	586,97	7 805 825,00 €	0,25
Agglomération Mont de Marsan	53575	18	0,56	0,19	480	18 582 419,00 €	0,61
CC Coteaux et vallée des Luys	7798	16	0,08	0,17	186,6	1 203 387,00 €	0,04

Salaire brut chargé	39 920,33 €
part des territoires	31 936,26 €
part de la Région 20%	7 984,07 €

3 193,00 € 10 %
 10 858,00 € 34,00 %
 14 850,00 € 46,50 %
 3 033,00 € 9,50 %
31 936,26 €

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le: 10/06/2024

ID : 040-24400808-20240604-2024_06_0095-DE





CANDIDATURE 2023

Appel à projet ACTT



Projet de coopération pour agir à l'échelle d'une destination

Mont de Marsan Tourisme - Landes Chalosse Tourisme -

Office de Tourisme Pays Grenadois

Terres de Chalosse Tourisme - Tourisme Aire Eugénie -

Tourisme en Pays Tarusate Le Coeur des Landes





SOMMAIRE

I. ELÉMENTS DE CONTEXTE	Pages 3-10
A. Le projet initial "Landes Intérieures"	Pages 3-6
B. La nouvelle candidature 2024 : Un territoire renforcé	Pages 6-9
II. DONNEES SYNTHETIQUES DU TERRITOIRE	Pages 10-11
III. GRILLE ENVIRONNEMENTALE COMMUNE (annexe)	Pages 12-38
IV. FICHES ACTION COMMUNES	Pages 39-58
V. TEMPORALITÉ	Page 60
VI. FICHES ACTIONS INDIVIDUELLES	Page 61-101

I. ELÉMENTS DE CONTEXTE



A/ Le projet initial “Landes Intérieures”

L'initiative Landes Intérieures, née en 2015, trouve son origine dans la volonté partagée de plusieurs offices de tourisme situés dans l'arrière-pays des Landes, de collaborer en vue de promouvoir cette région intérieure. Cette démarche reposait sur la conviction que, collectivement, ils pouvaient avoir un impact bien plus significatif que s'ils opéraient de manière isolée.

1. La genèse du projet : une volonté de collaboration

Les prémices de cette collaboration remontent aux années 2013-2014, lorsque les directeurs des offices de tourisme de Mont de Marsan, du Cap de Gascogne (désormais Landes Chalosse), des Landes d'Armagnac et du Pays Grenadois ont entamé une coopération informelle. Cette collaboration a donné lieu à des actions conjointes, dont la création d'une programmation commune de visites guidées, bien que le concept de “Landes Intérieures” ne soit pas encore né.

L'année 2015 marque un tournant majeur avec le lancement par la Nouvelle Aquitaine d'un appel à projet régional axé sur la structuration des pôles touristiques territoriaux aquitains. L'essence de cet appel à projets résidait dans la volonté de la région de dépasser les limites administratives territoriales et de favoriser le travail sur des zones d'influence étendues, au-delà des contraintes administratives locales. Cette démarche s'alignait parfaitement avec ce que les offices de tourisme avaient déjà entrepris au cours des deux années précédentes.

La candidature conjointe Landes Intérieures groupant l'OT de Mont de Marsan, l'OT du Pays Grenadois et celui du Cap de Gascogne (actuel Landes Chalosse) a été déposée auprès de la Région au cours du 1er semestre 2015 et démontre clairement l'engagement et la détermination à travailler en tandem dans le but de renforcer la visibilité et la promotion de l'arrière-pays landais.

En synthèse, les territoires concernés y ont vu 4 avantages :

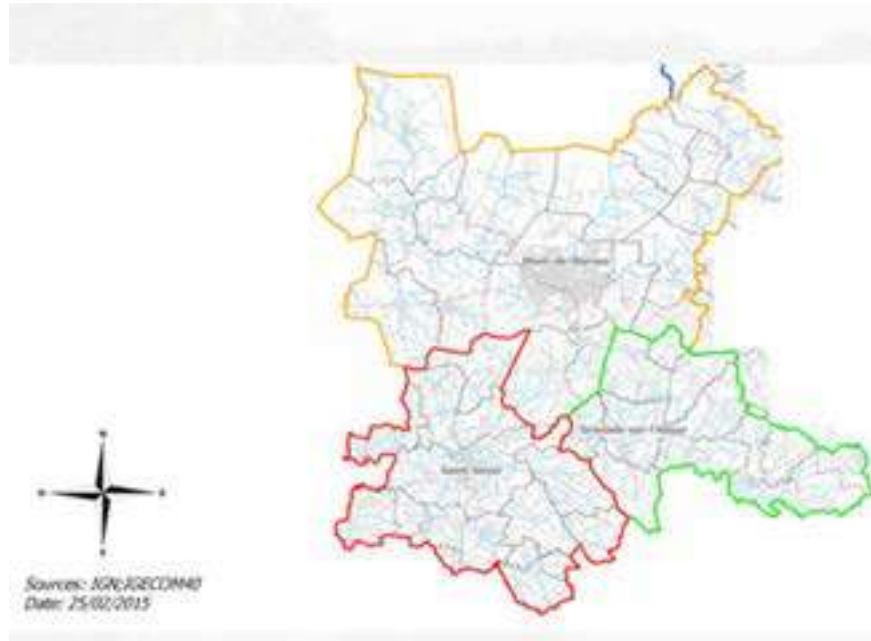
1. Suivre un cadre régional préalablement sur 4 axes prioritaires et financer plusieurs actions par le biais de subventions régionales.
2. Ne pas remettre en cause les organisations administratives des OT (c'est sur la base d'un conventionnement clair entre les 3 collectivités et la région que les actions sont définies et pilotées).
3. Ouvrir à tout autre territoire de l'intérieur des Landes qui souhaitait collaborer au projet.
4. Avoir le mérite de “positionner” un territoire méconnu, Landes Intérieures, 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.

2. Evolution des périmètres de partenariat

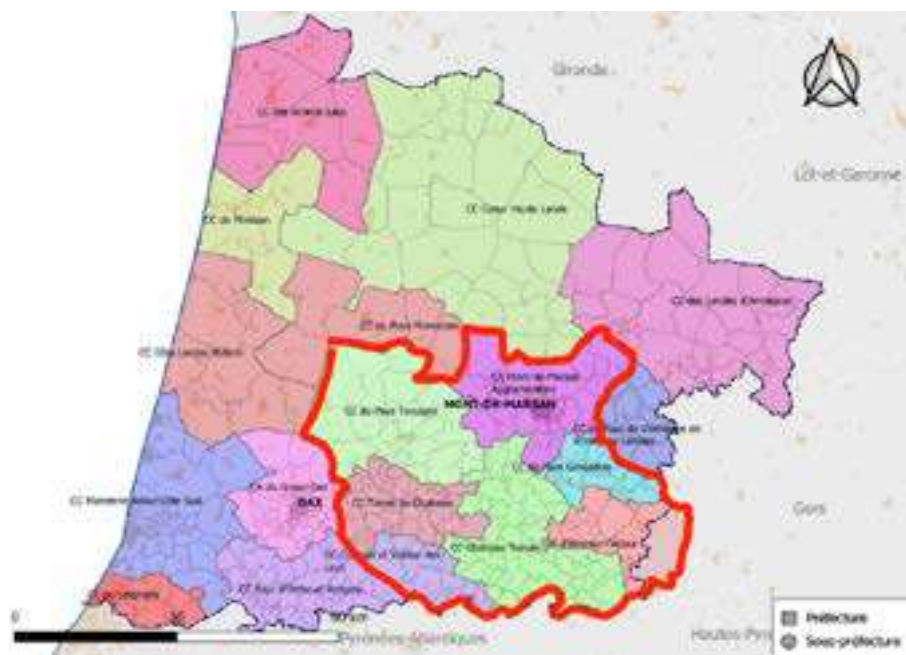


A noter que depuis 2015, année de la candidature Landes Intérieures, le périmètre a évolué 2 fois :

- Une 1ere fois en 2017 quand la communauté de communes (CDC) Cap de Gascogne a fusionné avec Hagetmau et Geaune pour devenir la CDC Chalosse Tursan, intégrant de fait les anciens zonages de la CDC d'Hagetmau et du Tursan



- Une 2eme fois quand l'OT Chalosse Tursan est devenu un OT extracommunautaire en fusionnant avec celui d'Amou, intégrant de fait l'EPCI Coteaux et Vallées des Luys





3. Synthèse des missions menées entre 2015 et 2022

- **Les actions collectives**

- E-tourisme
 - blog expérientiel “Landes Intérieures”
 - Page Facebook partagée “Landes intérieures”
 - Campagne photo partagée
 - Chasse au trésor “Bubulle”
- Démarche Qualité
 - Accompagnement à la Qualité : obtention du label pour les 3 OT de départ
- Professionnalisation
 - Accompagnement des socio-pros et des équipes pour la création d’une carte expérientielle
 - Accompagnement au SADI Landes Intérieures
 - Eductour copartagés

- **Les actions individuelles**

- Professionnalisation
 - Acquisition du Logiciel de Taxe de séjour “Aloa” (Pays Grenadois)
 - Labellisation Tourisme et Handicap (Pays Grenadois)
- Modernisation des OT
 - Landes Chalosse : AMO Maison Darqué
 - Mont-de-Marsan : acquisition de mobilier de boutique

4. Exemple de résultats : des supports de valorisation d’un territoire commun

Ces démarches stratégiques confirment l'engagement continu envers le projet Landes Intérieures et son impact positif sur la région. Le projet Landes Intérieures a abouti à des réalisations concrètes et variées.

- **La carte touristique Landes Intérieures - depuis 2020**

Cette carte qui se veut “expérientielle” met en lumière les sites incontournables de l’ensemble du territoire des Landes Intérieures. Le format privilégié est celui de l’illustration. Cette approche permet de simplifier la représentation du territoire en mettant en avant l’essentiel.

La carte donne également la parole aux habitants des Landes Intérieures. Ces témoignages, sous forme de courtes phrases, évoquent aussi bien les traditions landaises que des endroits insolites à découvrir, ou encore des spécialités gastronomiques.

Cette carte se veut être non exhaustive pour faire place davantage aux sensations, aux ressentis, aux expériences. Cette caractéristique lui confère une pérennité plus importante, permettant ainsi de mieux satisfaire les visiteurs et de valoriser le territoire sur le long terme.

Ce support partagé incarne la volonté commune de faire découvrir et apprécier l’arrière-pays landais d’une manière authentique et immersive, contribuant ainsi à son attractivité touristique durable.



● Collection de livrets jeux Bubulle - depuis 2018

Il s'agit de livrets jeux, entièrement gratuits conçus pour offrir une approche ludique à l'exploration du patrimoine sous la forme de "Chasse au trésor". Actuellement, cette collection compte quatre itinéraires disponibles et un cinquième en cours de développement : Mont de Marsan, Saint Sever, Grenade-sur-l'Adour, Bascons et Hagetmau (en cours de création).

Les livrets sont structurés sous la forme d'énigmes à résoudre, créant ainsi une expérience de jeu de piste à la manière d'une chasse au trésor. Deux niveaux de difficulté de questions sont proposés, adaptés respectivement aux enfants de 5 ans et plus, et aux enfants de 7 ans et plus. Une fois le livret "Bubulle" terminé, les participants retournent à l'office de tourisme de départ où ils se voient remettre de petits cadeaux.

Les livrets de jeux "Bubulle" présentent plusieurs avantages : ils offrent aux offices un support accessible aux enfants pour découvrir la ville (une alternative innovante aux traditionnels plans patrimoine, généralement destinés aux adultes) et permettent aux participants d'avoir accès gratuitement à une activité ludique et participative pour leurs enfants. ● **Le blog et le Facebook Landes Intérieures - depuis 2015**

Le blog Landes Intérieures se veut totalement "affinitaire et expérientiel" et ne vise en aucun cas à concurrencer les sites web des offices de tourisme, mais plutôt à créer une "expérience Landes Intérieures". Le site publie régulièrement des articles de blog, couvrant une gamme diversifiée de sujets tels que les retours d'expérience, les agendas du mois, les rencontres avec des acteurs locaux (producteurs, restaurateurs, entreprises de loisirs), des conseils pratiques, des quiz, etc. De plus, une page Facebook associée au blog poursuit la même ambition : créer une expérience immersive des Landes Intérieures.

Ces deux plateformes sont alimentées par les offices de tourisme participants au projet global Landes Intérieures. Malgré la diversité des contributeurs et des rédacteurs, une charte éditoriale est respectée pour maintenir une cohérence éditoriale. Les articles sont programmés tous les trois à quatre mois, avec chaque office de tourisme contribuant pendant une semaine à la publication. Les thèmes des articles sont choisis stratégiquement en fonction de la saison ou des événements à venir.

Depuis sa création en 2015, le blog a connu une croissance constante en termes de nombre de visiteurs et de pages visitées. Après avoir atteint un pic de 35 370 visiteurs en 2021, en raison de l'engouement post-COVID, ce chiffre est redescendu à 28 267 visiteurs en 2023. Cette progression continue est encourageante et témoigne de la montée en notoriété du projet Landes Intérieures.

B/ LA NOUVELLE CANDIDATURE 2024 : Un territoire renforcé



Fort d'une collaboration exemplaire entre 2015 et 2020, les OT voisins ont souhaité rejoindre la dynamique Landes Intérieures afin de gagner en efficacité et en lisibilité et ainsi tous ensemble candidater au nouvel appel à projets ACTT

1. Nouveau périmètre de collaboration

Les premiers territoires :

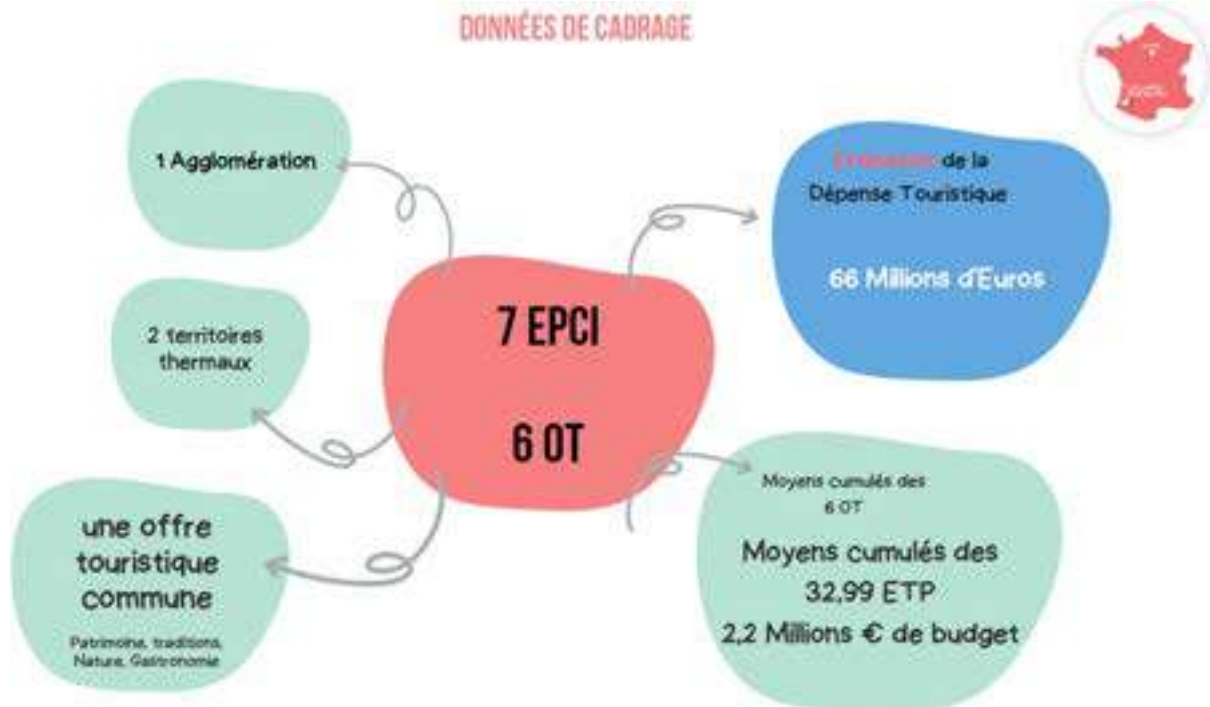
- Mont-de-marsan agglomération
- Landes Chalosse
- Pays Grenadois

Les nouveaux territoires :

- Communauté de communes Aire Eugénie
- Communauté de communes Pays Tarusate
- Communauté de communes Terres de Chalosse



2. Données de cadrage



3. Ce qui nous lie

Nous partageons le constat suivant : seul, chaque EPCI ne dispose pas d'une offre touristique assez forte et visible. En revanche à 7, partageant les mêmes offres en termes d'économie touristique, nous pensons légitimement envisager de travailler dans une logique de destination, celle de l'arrière-pays landais, les Landes Intérieures.

Cette dernière se structure autour des éléments suivants :

Une ville moyenne - Mont de Marsan - disposant d'une notoriété relative comme Capitale des Landes, ville de Rugby qui permet de positionner la Destination sur une carte de France ;

Un territoire avec une forte identité gasconne pétri de traditions : une langue, des fêtes patronales, course landaise, une gastronomie locale fortement identifiée, des espaces naturels présents sur tous les territoires...

Un anti tourisme de masse revendiqué et assumé. Ce n'est ni notre possibilité, ni notre ambition. Le covid nous a prouvé que nous avons une place à prendre touristiquement parlant. Les touristes, comme les locaux et les excursionnistes recherchent des espaces préservés, chaleureux, authentiques avec un bon rapport qualité-prix. C'est ce que les Landes Intérieures proposent. Nous estimons que le territoire landais a besoin d'essaimer et de faire ruisseler son économie touristique.

Notre volonté de coopération dans une logique de destination : ce territoire des Landes Intérieures offre des opportunités de coopération sur 2 axes majeurs :

- Proposer une offre de loisirs et de découverte autour de nos "cathédrales locales" Musée Despiau Wlérick, Abbatiale de Saint-Sever, Musée de la Chalosse etc. qui permet de créer une offre de séjour.
- Proposer des offres adaptées pour les clientèles longue durée présentes sur le territoire mais également à proximité : les curistes.



Nos ingrédients de bonne coopération : les offices de tourisme du territoire de projet ont l'habitude de travailler ensemble et ont surtout l'envie de collaborer au sein d'un collectif puissant, harmonieux et bienveillant. Ce collectif initial Landes Intérieures a l'ambition de grossir. 3 nouveaux territoires se sont d'ores et déjà agrégés. Les 7 EPCI concernés n'ont donc pas attendu l'opportunité ACTT pour se regrouper ; le travail collectif est déjà engagé. La candidature ACTT est donc un cadre de travail, qui légitime un peu plus les actions menées jusqu'à présent.

Moments clés

En septembre 2022 : à l'initiative des offices de tourisme, l'ensemble des élus et techniciens en charge du Tourisme des 7 EPCI se sont réunis pour partager ce constat et ont validé à l'unanimité la pertinence d'une action collective des 6 OT pour agir pour le développement d'une Destination Landes Intérieures élargie.

En juin 2023 : 1 séminaire de travail piloté par la MONA a permis aux équipes techniques des offices d'identifier collectivement les axes de travail prioritaires qui sont synthétisés dans les fiches annexées à ce document.

4. Nos valeurs :

- **L'esprit collectif** : "seul on va plus vite, à plusieurs on va plus loin"
- **La créativité** : la volonté de partager nos traditions, faire découvrir à "l'Autre" notre qualité de vie du Sud-Ouest.
- **La positivité** car nous sommes collectivement conscients de l'importance de travailler pour un avenir durable de nos territoires.
- **L'engagement** pour lancer le travail de fond qui sera nécessaire pour structurer notre territoire en destination.

5. La Gouvernance de l'Appel à Projet

Celle-ci reste inchangée par rapport au dispositif NOTT à savoir :

- 1 Comité Technique (COTECH), composé des responsables de chaque Office de Tourisme. Il se réunira autant de fois que nécessaire
- 1 Comité de Pilotage (COFIL) composé des membres du COTECH et des élus référents de chaque territoire (ex : Vice-Président en charge du Tourisme, Président de l'OT, etc.). Il est également composé de représentants techniques et élus de la Région Nouvelle-Aquitaine. La composition définitive sera faite si la candidature à ACTT des Landes Intérieures est acceptée

6. Ingénierie touristique

Compte-tenu des orientations opérationnelles définies collectivement qui peut se décomposer en 2 types d'actions :

- poursuite des actions cœur de métier de nos offices (communication, éducatif collectif, etc.)
- les programmes opérationnels attendus dans l'appel à projet ACTT qui donneront davantage un rôle d'animateur de la démarche que producteur du service

Il a été décidé collectivement que la poursuite des actions "cœur de métier" ne nécessite pas de recrutement de personnel, la coordination étant déjà organisée depuis plusieurs années. Il en est de même pour la seconde partie des missions qui reposent sur le COTECH et le rôle d'animation de la démarche qui va en découler.



	<i>OT Mont de Marsan</i>	<i>OT Landes Chalosse</i>	<i>OT Aire- Eugénie les Bains</i>	<i>OT Pays Grenadois</i>	<i>OT Terres de Chalosse</i>	<i>OT Pays Tarusate</i>	<i>Landes Intérieures</i>
Statuts juridiques	EPIC	SPL	ASSOCIATION	SPA	ASSOCIATION	ASSOCIATION	
Nombre ETP à l'année (hors saisonniers)	10	8	5	2,8	3,65	2,5	21,95
Nature des contrats	Fonctionnaire mis à disposition / CDI droit privé	Fonctionnaires et CDI de la FP mis à disposition / CDI de droit privé	CDI et CDD droit privé	Fonctionnaires de la Fonction publique	1 fonctionnaire mis à disposition / CDI et CDD droit privé	1 fonctionnaire 1 CDI de droit privé 1 alternante	
Nombre BIT à l'année	1	3	2	1	1	1	9
Nombre BIT saisonniers	0	3	0	0	2	0	5
Gestion d'équipements	1	2	0	0	0	0	3
Budget	790 000,00 €	564 000,00 €	206 808,00 €	80 000,00 €	175 047,00 €	120 000,00 €	1 935 855,00 €
Montant Taxe de séjour	160 000,00 €	47 000,00 €	243 717,00 €	10 000,00 €	16 359,00 €	20 000,00 €	497 076,00 €
Nombre de prestataires partenaires sur le territoire	367	250	259	60	186	NC	NC
Nbre nuitées payantes	119855	60400	194612	NC	NC	NC	
Nbre de communes	18	66	22	11	34	17	168
Nbre habitants	55 000	34 000	13 575	8 000	18 145	17 000	145 720
Subventions	446 000€	498000	140000	70000	160394	86000	1 400 394
Nbre jours ouverture	316	254	296	291	251	260	1 668
Nbre visiteurs OT (physiquement)	23 000	11 000	17 269	4 000	2 140	NC	57 409
Accueil hors les Murs	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI
Nombre fans Facebook	98 500	9 000	3 300	1 700	3 152	1 700	17 000 pages dédiée 117 352 fans
Nbre followers Instagram	14 000	2 200	647	844	2 002	0	19 693 fans
Label Démarche Qualité	OUI	OUI	OUI	OUI	En cours pour 2024	NON	
Label Tourisme et	NON	NON	NON	OUI	NON	NON	

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



Handicap							
Label Accueil Vélo	OUI	NON	NON	NON	OUI	OUI	
Terra Aventura	1	6	2	1	3	2	15
Gare	1	0	0	0	0	0	1
Autoroute	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI	
Visites Guidées/animations OT	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI	
Nombre de boutique à l'année	1	3	2	1	1	1	9
Service Billetterie	OUI	OUI	OUI	OUI	NON	OUI	



III. GRILLE ENVIRONNEMENTALE COMMUNE

DÉCHETS / ECONOMIE CIRCULAIRE	
Quels sont vos enjeux? (Par exemple, conduire les socio professionnels et clientèles touristiques dans des démarches de réduction, recyclage et réemploi des déchets)	
<p>Les offices de tourisme Landes Intérieures vont s'appuyer sur le plan d'action du PCAET et des actions structurées au sein du PETR</p> <p>Concernant le PCAET, l'action 3.4 Structurer une démarche pour une trajectoire « zéro déchet / gaspillage » qui s'appuiera sur une initiative des EPCI et des 3 syndicats gérant les déchets</p>	
Quels sont les freins/contraintes/besoins?	
<p>Sur des territoires intérieurs comme les nôtres ,les OT ne sont pas visibles sur ces sujets auprès des acteurs du Tourisme. La mise en œuvre des actions dépendra donc du rythme que les EPCI donneront à ces actions. Les OT pourront relayer, mobiliser et motiver les acteurs du Tourisme pour s'engager dans les démarches collectives et bénéficier des actions mises en œuvre par les EPCI.</p>	
Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
Politique des petits gestes dans les locaux des OT	
Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
PCAET au sein de Mont de Marsan Agglomération	
Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
- Atelier de sensibilisation	
Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
- Atelier de sensibilisation	
Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT, ou autres..) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir



BIODIVERSITÉ/ PRÉSERVATION DU PAYSAGE/ ESPACES NATURELS (PNR, OGS, Démarche agroécologie)

Quels sont vos enjeux? (Par exemple, favoriser un développement touristique respectueux de la biodiversité et des paysages)

La biodiversité et l'environnement sont des atouts touristiques de nos territoires ruraux : les grands espaces naturels, les sports et activités et plein air ont une place importante dans l'offre touristique des Landes Intérieures. La préservation de l'environnement est essentielle pour maintenir le paysage qui fait l'image du territoire variés des Landes Intérieures.

Quels sont les freins / contraintes / besoins?

Les Offices de tourisme ne sont pas légitimes dans les actions concrètes de préservation de l'environnement. Les actions possibles engagées se tourneront vers la sensibilisation des publics à travers d'animations tout public et des prestataires dans la promotion et préservation des espaces naturels du territoire. Ces derniers, peu sensibles à cette question de préservation du paysage, pourraient pourtant être garant de la bonne pratique de consommation touristique des espaces naturels, de la part de leurs clients.

Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<p>Événements/animation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pays Grenadois : <p>Fête de la nature et des Saligues à Cazères-sur-l'Adour (labellisé fête nationale de la nature)</p> <p>Programme d'animations sur le thème de la nature en collaboration avec les partenaires institutionnels départementaux : Syndicat Adour Midouze, techniciens naturalistes du département</p>	<p>Continuité des animations déjà menées.</p>

Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - Plan climat-air-énergie territorial : axe 5 aménager le territoire pour favoriser son adaptation au changement climatique - Adapter l'aménagement urbain au contexte climatique <ul style="list-style-type: none"> • Végétaliser les espaces urbains • Limiter l'artificialisation des sols et rendre perméables les espaces 	<ul style="list-style-type: none"> - Plan climat-air-énergie territorial : axe 5 aménager le territoire pour favoriser son adaptation au changement climatique - Aménager durablement le territoire <ul style="list-style-type: none"> • Sanctuariser les espaces naturels et corridors de biodiversité



Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
Aucune action engagée car ne relève pas de la compétence des Offices de tourisme. Les prestataires peuvent s'engager dans des démarches de réduction des déchets et gestion des ressources énergétiques.	

Quelle démarche auprès des visiteurs/touristes?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
Sensibilisation des conduites à adopter sur la consommation des espaces naturels : rester sur les sentiers, ne pas jeter ses déchets par terre, interdiction des véhicules motorisés...	Maintien de la sensibilisation des publics à l'accueil des Offices de tourisme

Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
Les grandes entreprises du territoire possèdent leur propre programme de préservation de l'environnement et de compensation de leur activité par des actions de développement durable.	Non concernés : actions individuelles de chaque structure/entreprises/commerces

Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT, ou autres..) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - PLUI - Scot 	



EAU/ENERGIE

Quels sont vos enjeux? (Par exemple, favoriser une démarche de consommation responsable de l'eau/énergie dans le secteur touristique, préserver la qualité de l'eau..)

Le territoire des 6 EPCI a choisi d'accentuer la transition énergétique du territoire par le biais de 2 actions majeures à savoir :

- Le développement des énergies renouvelables sur le territoire :
 - En favorisant le thermique et photovoltaïque (hors espaces naturels, agricoles et forestiers)
 - Poursuivre la production de gaz vert
 - Continuer la mobilisation de la chaleur renouvelable du sous-sol
 - Mobiliser le potentiel de la filière biomasse
 - Soutenir les filières innovantes de production
- L'intensification de la sobriété énergétique :
 - Accentuer la rénovation énergétique de l'habitat privé
 - Intensifier les travaux de rénovation énergétique des bâtiments publics
 - Diminuer la consommation énergétique du réseau d'éclairage
 - Faire évoluer la flotte de véhicules des collectivités
 - Sensibiliser sur la sobriété énergétique et encourager les économies d'énergie

Quels sont les Freins/contraintes/besoins?

Le coût des investissements est un réel frein.

Les besoins de préservation sont forts pour la durabilité du territoire

Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - Economies d'eau et d'énergie en interne - Sensibilisation des visiteurs et des partenaires - Mise en valeur des initiatives sur les documents promotionnels - Utilisation d'ampoules LED - Remplacement des appareils électroménager par des classe A - Mise en place d'un nettoyage informatique régulier pour libérer du stockage informatique - Régulation de la température dans les bâtiments - Sensibilisation du personnel aux éco-gestes 	<ul style="list-style-type: none"> - Ateliers - Conférence

Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)

Actions réalisées/en cours	Action à venir
----------------------------	----------------



- Schéma local - PLUI	
Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
- Ateliers de sensibilisation - Mise en lumière des gestes à adopter	- Ateliers - Conférences

Quelle démarche auprès des visiteurs/touristes?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
- Mise à disposition de livret pratique - Atelier de sensibilisation	
Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
- Atelier de sensibilisation - Mise à disposition de livret pratique	
Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT, ou autres..) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir



ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE (risques naturels/climatiques)

Quels sont vos enjeux? (Par exemple, adapter les pratiques touristiques en tenant compte du changement climatique voire des risques climatiques)

Les EPCI Landes Intérieures ont conscience des enjeux du changement climatique et des risques naturels. Bordés par l'Adour et la Midouze le territoire a une longue histoire de gestion des risques climatiques et des risques d'inondation. Les pistes de travail envisagées sont :

A. AMÉNAGER DURABLEMENT LE TERRITOIRE

6. Créer un « Plan Arbres » avec un système de parrainage ou des arbres de naissance, pour mobiliser les citoyens dans la végétalisation des espaces.

B. ADAPTER L'AMÉNAGEMENT URBAIN AU CONTEXTE CLIMATIQUE

1. Végétaliser les espaces urbains pour Mont de Marsan
2. Limiter l'artificialisation des sols et rendre perméables les espaces sur l'ensemble des EPCI Landes Intérieures.

Pour les Offices de tourisme, l'appropriation du sujet du changement climatique sera étendue dans la filière tourisme à travers le développement et le partage de connaissances visant à faire de l'adaptation la norme et non plus l'exception grâce aux partenaires impliqués du territoire. L'objectif sera d'accompagner les différentes filières hébergeur, restaurateurs dans le développement d'activités résilientes et respectueuses des écosystèmes sur lesquels ces filières s'appuient.

1. Communiquer et sensibiliser les différents publics (partenaires, visiteurs)
 - Animer des espaces dédiés à la transition écologique
 - Organiser des événements de sensibilisation
 - Communiquer sur la qualité de l'environnement

Quels sont les Freins/contraintes/besoins?

Établir un audit des structures régionales impliquées pouvant intervenir sur des évènements de sensibilisation.

Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire

Actions réalisées/en cours	Action à venir
Relais des initiatives et ateliers du SIETOM et SICTOM et SICTOM Ouest au sein des offices de tourisme	Animer des espaces dédiés à la transition écologique Communiquer et sensibiliser les différents publics (partenaires, visiteurs) Organiser des événements de sensibilisation

Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)



Actions réalisées/en cours	Action à venir
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Végétaliser les espaces urbains pour Mont de Marsan 2. Limiter l’artificialisation des sols et rendre perméables les espaces sur l’ensemble des EPCI Landes Intérieures. 3. Élaborer un plan de végétalisation afin d’aboutir à une liste de préconisations d’aménagement pour végétaliser et déminéraliser les espaces publics, pour réduire les îlots de chaleur mais aussi améliorer la qualité de vie des habitants et l’attractivité des centres-villes et centres-bourgs) sur la base des résultats de l’étude Smart Green. 4. Renforcer le cahier des charges des aménagements sur le volet « végétalisation » (palette de végétaux avec des essences locales et adaptées et point de vigilance sur les espèces exotiques envahissantes, listées au PLUi). 5. Les EPCI Landes Intérieures ont 80% de leurs sentiers de randonnées non goudronnés afin de respecter limiter l’artificialisation des sols et les rendre perméables. 6. Développer une stratégie foncière pour identifier de nouveaux espaces naturels en zone urbaine (agriculture urbaine, jardins partagés, espaces verts,...) pour l’agglomération de Mont de Marsan. 7. Mettre en place un plan pluriannuel de plantation d’arbres (essences locales et arbres fruitiers)

Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
	Organiser des événements de sensibilisation communs, tous les 2 ans, regroupant acteurs de la filière hébergement dans un premier temps.

Quelle démarche auprès des visiteurs/touristes?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir



	<p>Mettre en place un plan de sensibilisation commun sur nos sites internet et à disposition en offices de tourisme</p>
<p>Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?</p>	
<p>Actions réalisées/en cours</p>	<p>Action à venir</p>
<p>non concerné</p>	<p>non concerné</p>
<p>Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT, ou autres..) ?</p>	
<p>Actions réalisées/en cours</p>	<p>Action à venir</p>



MOBILITÉ DURABLE

Quels sont vos enjeux? (Par exemple, développer des pratiques de mobilité décarbonée dans le secteur touristique)

Le territoire landais est un territoire rural où l'activité touristique et durable est intégrée à l'activité économique intrinsèque au territoire.

A contrario ce territoire bénéficie de peu d'infrastructures de mobilité à la fois durable et collective.

Se déplacer à l'intérieur des Landes nécessite souvent d'avoir une voiture et y venir (outre la voiture) n'est possible que par la gare de Mont de Marsan et gare de dax.

Se déplacer en mobilité durable et douce est possible chez nous

- **par le bus:** quelques lignes relient nos pôles principaux. Cf le site départemental RDTL
- **par le vélo:** outre la Scandibérique qui traverse Mont de Marsan et Tartas, la vois verte traverse également les territoires de Landes Chalosse et Terre de Chalosse
- **par les chemins de randonnées** (inscrits au PDIPR), existe le Sentier de l'Adour (géré par le SIMAL) qui traverse Terres de Chalosse, Chalosse Tursan, Le pays Grenadois et Aire sur l'Adour

Par ailleurs, à titre d'exemples, le rapport de concertation du Plan Air Energie de la CDC Chalosse Tursan indiquent que les principales attentes des entreprises sont:

- organiser les transports, le covoiturage à l'échelle de la communauté
- les bornes électriques pour véhicule électrique
- l'autoconsommation d'énergie dans les zones d'activité
- l'achat groupé d'énergie par zone d'activité

Quels sont les freins/contraintes/besoins?

L'intérieur des Landes a besoin d'avoir plus de services de mobilité douces et/ ou collectives à la fois pour :

- faire venir les touristes jusqu'à chez nous
- leur permettre de se déplacer

Le besoin le plus important serait d'avoir une offre de transport ferroviaire et bus plus importante, et développée sur l'ensemble du territoire. Mais ce niveau d'ambition ne peut être porté par nos structures institutionnelles.

Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - Produit packagé commercialisé pour individuel permettant de découvrir la Chalosse à vélo vendu par l'OT Landes Chalosse. Ce produit a été présenté par l'OT candidaté au challenge des "territoires insoupçonnés" initié par ADN tourisme - Location de vélo à l'OT de Grenade (classiques) et Aire sur l'Adour (classiques) 	<ul style="list-style-type: none"> - Acquisition de vélos et obtention du label Accueil Vélo pour les autres OT



<p>et électriques), financés par les entreprises locales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Label Accueil Vélo à l'OT de Mont de Marsan - Création de divers parcours de découverte d'itinérance pédestre (les circuits patrimoine / les chasses au trésor "Bubulle" des OT / les Terra Aventura... - Instauration du télétravail dans chacun des OT afin de limiter notamment les déplacements domicile-travail 	
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - Toutes nos collectivités ont réalisées un PLUI, et deux d'entre elles ont réalisées un Plan Climat Air Energie (CDC Chalosse Tursan et Mont de Marsan Agglomération) 	<p>Le plan Climat Air Energie de la CDC Chalosse Tursan et de l'agglomération de Mont de Marsan prévoient et</p> <ul style="list-style-type: none"> - la création de parkings de covoiturage à proximité des principaux axes pour faciliter le covoiturage lors de déplacements domicile travail - le déploiement de bornes de recharge pour véhicules électriques. - L'aménagement de l'ancienne voie ferrée Mont de Marsan-Hagetmau en voie verte par le département

Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - Informations de l'offre existante 	Idem, cf ci dessus

Quelle démarche auprès des visiteurs/touristes?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - Informations dans nos OT (front office, site @...) de l'ensemble de nos offres de transports communs (bus), pédestres et cyclables 	Location de vélos

Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir



<p>- location de vélos dans quelques OT</p>	<p>- location de vélo dans tous les OT et partenariats (maillage, logistique...) entre chacun d'entre eux</p>
<p>Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT, ou autres..) ?</p>	
<p>Actions réalisées/en cours</p>	<p>Action à venir</p>
<p>NR</p>	<p>NR</p>



ENGAGEMENT DES SOCIO-PROS DU TERRITOIRE DANS DES DÉMARCHES D'ÉCO-TOURISME

Nombre d'hôtels engagés et sur quels types de label (clé verte, ecolabel, green globe, autre...)
Hôtel la Petite Couronne à Saint-Cricq-Chalosse
Nombre de campings engagés, idem
aucun
Nombre de meublés et chambres d'hôtes, idem
aucun
Nombre de sites de visites ou équipement de loisirs (green globe, NF environnement sites de visites,...)
aucun
Nombre de restaurants (circuit court, labels spécifiques),
des démarches engagées chez certains mais pas de labels (ex : Le Renaissance à Mont d'E Marsan)
Nombre de propriétés agricoles ou viticoles faisant du tourisme et engagées sur du Bio, de l'agriculture raisonnée, Bee Friendly, certification HVE, ...)
Pente de Barennes (Pimbo)
Nombre d'entreprises ou artisans engagés dans le tourisme de découverte économique, labellisés « entreprise du patrimoine vivant », ou « tourisme et découverte »
aucun
Nombre de structures touristiques accessibles pour les PMR (tourisme et handicap, j'accède, autre),
Le Logis d'Augustin / La Villa Mirasol / La Chambre d'hôtes La Terrasse / Le Gîte de Sylvie / L'Auberge du Laurier / Hôtel La Petite Couronne / Meublé chez Zélinde / Ponton de pêche Aire sur L'Adour / Hôtel Le Feu de Bois / Gîtes des 9 Fontaines / La maison de Demeter / OT Pays Grenadois / Au Petit Pédégouaty / Domaine du Grand Loustau / Gîte de Sansouriou / Les Chambres d'Eugénie / Hôtel Première Classe / Cap Landes
Nombre de structures touristiques acceptant le chèque vacances,
incalculable
Nombre d'hébergement du tourisme social (auberge de jeunesse, village de vacances, CIS, centre de vacances...)

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



centre de vacances Equilandes

Autres démarches en lien avec le tourisme éco-responsable



TRANSITION ÉCONOMIQUE

Quels sont vos enjeux? (Par exemple, repenser l'offre de services des offices de tourisme, tendre vers un tourisme 4 saisons, tendre vers un développement touristique équilibré sur l'ensemble du territoire, accompagner le développement économique touristique vers une transition durable)

Les OT des Landes Intérieures, du fait de leur offre et de leur touristicité, sont déjà sur un tourisme 4 saisons structuré autour de l'offre Pleine Nature, nos traditions landaises et une saison estivale - qui reste la saison la plus importante.

Chaque OT dispose d'un club Qualité : chacun va engager un diagnostic RSE auprès de ses prestataires pour recenser les initiatives et se baser sur cela pour proposer un plan d'actions en conséquence mûrement réfléchi.

Quels sont les Freins/contraintes/besoins?

Le manque de sensibilité des acteurs locaux sur ces sujets qui sont en attente d'actions de communication / promotion et d'augmentation des flux pour avoir davantage de clientèle : il y a un écart majeur entre une stratégie de développement potentiellement "verte et durable" et l'attente des prestataires qui sont dans un raisonnement d'augmentation des flux.

Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire

Actions réalisées/en cours	Action à venir
club Qualité	diagnostic des initiatives et valorisation des plus pertinentes

Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)

Actions réalisées/en cours	Action à venir
validation d'une action au sein du plan climat sur "Soutenir les projets économiques en lien avec la transition écologique"	valoriser les aides et dispositifs d'accompagnement prévu par les EPCI et Consulaires pour accompagner les entreprises

Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
en attente du plan d'action des EPCI pour le décliner auprès des acteurs du Tourisme	valoriser les aides et dispositifs d'accompagnement prévu par les EPCI et Consulaires pour accompagner les entreprises

Quelle démarche auprès des visiteurs/touristes?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
----------------------------	----------------



non concerné	
Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
en attente du plan d'action des EPCI pour le décliner auprès des acteurs du Tourisme	valoriser les aides et dispositifs d'accompagnement prévu par les EPCI et Consulaires pour accompagner les entreprises
Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT, ou autres..) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir



ECONOMIE LOCALE

Quels sont vos enjeux? (Par exemple, favoriser les retombées de l'économie touristique directes et indirectes sur le territoire, tendre vers la mesure des retombées générées par l'activité touristique sur votre territoire)

- travailler à partir de l'indice de touristicité et l'outil proposé par ADN Tourisme pour construire un "état des lieux de départ pour 2024" de nos destinations

Quels sont les Freins/contraintes/besoins?

L'observation touristique : une vraie difficulté surtout sur des territoires de proximité

Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire

Actions réalisées/en cours	Action à venir
Chaque OT dispose d'indicateurs	Définir entre 5 à 10 indicateurs communs considérés comme crédibles pour estimer l'impact économique du Tourisme dans les Landes Intérieures

Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)

Actions réalisées/en cours	Action à venir
PCAET Mont de Marsan Agglomération	Mise en oeuvre des plans d'actions en pièce jointes de ce document

Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
rien à ce jour	exemple d'action possible : un tableau de bord de l'activité touristique de la Destination chaque année

Quelle démarche auprès des visiteurs/touristes?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
pas concerné	

Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir



rien à ce jour	exemple d'action possible : un tableau de bord de l'activité touristique de la Destination chaque année
Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT, ou autres..) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir



TRANSITION NUMÉRIQUE

Quels sont vos enjeux? (Par exemple, accompagner les démarches de transition numérique et résiliente dans le secteur du tourisme)

Notre territoire travaille peu sur cette thématique, les zones blanches sont encore nombreuses. Néanmoins, l'expansion de la fibre devrait apporter un meilleur niveau de service.

Quels sont les Freins/contraintes/besoins?

Zones blanches sur une grande partie du territoire ne permettant pas de bien mailler numériquement parlant le territoire.

Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - Road Book de Mont de Marsan qui permet de limiter les éditions papier - Nettoyage des données numériques dans chacun des Ot de manière, à minima, annuelle - développement de la visioconférence sur l'ensemble des actions des OT 	<ul style="list-style-type: none"> - Blog Landes intérieur, retravaillé pour avoir un impact- carbone réduit - Refonte de l'ensemble de nos sites internet propres pour limiter l'impact carbone

Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)

Actions réalisées/en cours	Action à venir
Non concerné	Non concerné

Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
Développement des visioconférences avec les prestataires	

Quelle démarche auprès des visiteurs/touristes?

Actions réalisées/en cours	Action à venir



<ul style="list-style-type: none"> - Offre de WIFI gratuit et sécurisé dans chacun de nos OT - Offre de rechargement électriques pour batteries de téléphone dans quelques OT 	<ul style="list-style-type: none"> - Road Books dans les autres OT
Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
Non réalisés	<ul style="list-style-type: none"> - Ateliers à venir sur le digital responsable
Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT, ou autres..) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
Non concerné	Non concerné



ACHATS/CONSUMMATION RESPONSABLE

Quels sont vos enjeux? (Par exemple, favoriser une consommation responsable dans le secteur touristique)

Peu concerné au niveau de cet Appel à Projet, nos EPCI structurant une action au sein du PETR, ceci ferait doublon.

Des actions sont également menées par Landes attractivités à travers l'engagement Tourisme Gourmand et par la Chambre d'agriculture départementale avec les marchés de producteurs de Pays.

Quels sont les Freins/contraintes/besoins?

Des actions sont déjà engagées par des organismes et institutions départementales, auprès desquelles les Offices de tourisme sont déjà partenaires.

Pour ne pas faire doublon avec les initiatives déjà en place, les Office de tourisme ne sont pas légitimes à avoir un propre plan d'actions : ils s'intègrent dans ces démarches suivant leur compétence.

Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire

Actions réalisées/en cours	Action à venir
Mise en vente de produits locaux et/ou landais dans les boutiques des OT	Mutualisation des achats selon un cahier des charges responsable pour fournir les boutiques des Offices de tourisme

Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - application de la loi EGAlim sur les territoire - programme d'accueil des maraîchers sur des surface agricoles tests 	

Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
Mise à disposition de la liste des producteurs locaux du territoire	

Quelle démarche auprès des visiteurs/touristes?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
Mise en avant des producteurs et artisans locaux et des marchés locaux	

Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?



Actions réalisées/en cours	Action à venir
Intégration des commerçants et producteurs locaux dans les programmes d'animation : faire connaître l'activité économique locale pour une consommation centrée sur le territoire et auprès des petits commerces	
Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT, ou autres..) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir



INCLUSION SOCIALE (personnes empêchées permanentes ou temporaires, personnes à revenus modestes)

Quels sont vos enjeux? (Par exemple, favoriser un tourisme accessible à tous les publics)

L'ensemble du travail mené par les offices de tourisme pour structurer et organiser une offre de séjour (donc destinée aux visiteurs) est également pensé pour être accessible aux habitants et devenir donc des offres de loisirs.

Quels sont les Freins/contraintes/besoins?

Faire connaître ces offres car les habitants pensent déjà tout connaître localement
Les populations locales n'ont pas le réflexe d'entrer dans les locaux ou de contacter les Offices de tourisme pour rechercher ces informations.

Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire

Actions réalisées/en cours	Action à venir
Communiquer dans les supports locaux (presse, sites web, etc.) Création d'outils de communication commun sur cette offre (site web et Facebook Landes Intérieures) Application de tarifs adaptés dans les offres de visites/animations : tarification modeste, gratuité...	poursuite des actions déjà engagées

Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)

Actions réalisées/en cours	Action à venir
actions menées au sein des Directions Sociale, Politique de la Ville Site de loisirs de Menasse sur Mont de Marsan Agglomération qui offrent un espace de baignade et une panel d'activités pour les "non partants" estivaux	poursuite des programmes actuels

Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir

Quelle démarche auprès des visiteurs/touristes?

Actions réalisées/en cours	Action à venir



plusieurs parcours Terra Aventura commun	création d'un parcours Terra Aventura collectivement à l'échelle de la Destination
Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
réalisation d'une offre de visites guidées à petits prix, accessibles au plus grand nombre	poursuite de l'action
Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT, ou autres..) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir



EMPLOI/BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Quels sont vos enjeux? (Par exemple, rendre les emplois du secteur touristique attractifs : formation, emplois, rémunération, accueil et fidélisation des saisonniers, ergonomie au travail)

accompagner les prestataires face à la difficulté de recrutement dans les métiers en tension

Quels sont les Freins/contraintes/besoins?

manque de visibilité des OT comme acteur pertinent pour aider les entreprises sur ces sujets.

Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire

Actions réalisées/en cours	Action à venir
OTCA Mont de Marsan est partenaire de l'association La BARRE qui fédère 82 entreprises (sur l'intérieur des Landes) pour accompagner les initiatives face aux difficultés de recrutement	développement des opérations de job dating forum de l'emploi collecte CV pour mutualisation des demandes

Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)

Actions réalisées/en cours	Action à venir
aucune action	

Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
actuellement aucune	job dating "centrale des CV" au sein des OT

Quelle démarche auprès des visiteurs/touristes?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
non concerné	

Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
OTCA Mont de Marsan est partenaire de l'association La BARRE qui fédère 82 entreprises (sur l'intérieur des Landes) pour accompagner les initiatives face aux difficultés de recrutement	développement des opérations de job dating forum de l'emploi collecte CV pour mutualisation des demandes

Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT,

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



ou autres..) ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
La BARRE des territoires	



Stratégie Landes Intérieures à l'échelle des 7 EPCI

La liste des fiches action présentée dans ce dossier n'est pas une liste exhaustive, notre collectif se laisse la possibilité d'ajouter au cours des 5 années à venir de nouvelles fiches actions entrant dans le cadre du projet ACTT et répondant aux besoins de nos territoires.

Axe 1 : Mettre de la cohérence dans la destination Landes Intérieures

Le territoire des 7 EPCI des Landes Intérieures est un territoire aux divers atouts et aux multiples facettes. Doté d'une agglomération qu'est Mont de Marsan, le territoire est traversé par 2 voies jacquaires celle du Puy en Velay et de Vézelay. Il bénéficie également d'une activité thermique avec 2 établissements thermaux et d'une ouverture sur la forêt landaise avec l'activité économique du Pays Tarusate. Le patrimoine architectural et naturel n'a rien à envier puisque nous disposons de sites UNESCO de sites incontournables et de l'Adour et autres fleuves propices aux activités nautiques. Cet axe a été choisi pour travailler l'identité du territoire.

Actions possibles :

1. Travailler la thématique de Terra Aventura pour favoriser les déplacements entre nos territoires
2. Professionnaliser les équipes des 6 OT à la connaissance de l'offre touristique globale
3. Réaménager les lieux d'accueil des OT pour imprégner les locaux de notre identité
4. Affirmer l'identité des Landes Intérieures dans nos outils de communication

Axe 2 : Développer l'économie locale et l'accessibilité des Landes Intérieures

La destination des Landes Intérieures base son économie sur des piliers que sont l'agriculture avec la filière volaille et des cultures et le tertiaire avec notamment la base aérienne à Mont de Marsan. D'autres activités économiques ne sont pas à négliger et sont créatrices de nombreux emplois. Le territoire est mal desservi et assez isolé. Au-delà de la gare ferroviaire de Mont de Marsan il n'existe que quelques lignes de bus et l'autoroute A65 est en marge du territoire. Cet axe a été choisi pour partager et mutualiser les process et travailler l'accessibilité.

Actions possibles :

1. Mutualiser les achats selon un cahier des charges responsable
2. Créer des expériences en fonction de nos clientèles prioritaires
3. Identifier les forces de notre territoire
4. Mutualiser les missions des OTs
5. Référencer les offres de notre territoire en matière d'accessibilité
6. Travailler l'offre d'accessibilité des publics empêchés physiquement ou financièrement
7. Envisager la commercialisation avec la marque Landes Intérieures



COMMUNICATION (avec approche éco-responsable)

Quels sont vos enjeux? (Par exemple, tendre vers une communication engagée de tourisme éco responsable)

La communication responsable est un enjeu collectif qui nécessite de prendre en compte les urgences sociales et environnementales de notre territoire.

L'enjeu est d'anticiper et prendre en compte l'impact que nous avons pour le rendre le plus positif possible en intégrant les principes du développement durable et même aller plus loin.

Nos objectifs sont :

- rendre responsable nos messages
- concevoir éco sociologiquement nos supports
- être éthique et efficace
- l'inclusion de toutes les personnes concernées et créer un lieu de proximité

Quels sont les Freins/contraintes/besoins?

Nos besoins : l'accessibilité de nos contenus, l'inclusivité de notre communication, le respect de la vie privée de notre audience, le partage du contenu à un rythme adapté, l'intéressement à notre audience et la transparence et l'honnêteté.

La promotion des offres plus éthiques et bas carbone est un besoin, tout comme d'apporter de la valeur dans sa communication engagée.

Nous avons également besoin de créer des retombées positives à travers nos supports de communication tout en fixant des indicateurs de performance pour que notre marketing soit plus responsable.

Politique interne menée dans le ou les offices de tourisme de votre territoire

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - roadbook à l'OT de Mont de Marsan - impression à la demande - promotion des bons plans gratuit et de proximité - QRCode 	

Politique menée par la collectivité de rattachement? (schémas, documents, plans d'action, articulation avec l'OT)

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - Atelier de sensibilisation 	

Quelle démarche auprès des acteurs touristiques (prestataires) ?

Actions réalisées/en cours	Action à venir
<ul style="list-style-type: none"> - Atelier de sensibilisation 	

Quelle démarche auprès des visiteurs/touristes?



Actions réalisées/en cours	Action à venir
- Atelier de sensibilisation	
Quelle démarche auprès des partenaires (commerçants, producteurs locaux..) et habitants ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir
- Atelier de sensibilisation	
Est ce que vous identifiez d'autres initiatives portées par votre territoire (opérations collectives inter OT, ou autres..) ?	
Actions réalisées/en cours	Action à venir



IV. FICHES ACTIONS

FICHE PROJET - Axe 1-1 Terra Aventura

Travailler la thématique de Terra Aventura pour favoriser les déplacements entre nos territoires

RAISON / CONTEXTE

Depuis ces 10 dernières années la région Nouvelle Aquitaine a développé une application Terra Aventura permettant d'allier découverte touristique de nos territoires, géocaching et gratuité. Comptabilisant aujourd'hui plus de 3 millions de découvertes depuis 2011, Terra Aventura a su s'imposer et séduire plus de 2,5 millions de joueurs en 2021.

Le département des Landes déploie ce dispositif et nos 6 offices de tourisme ont tous développé ces dernières années des parcours.

Notre territoire bénéficie d'un maillage de 15 parcours aux thématiques diverses offrant ainsi une vraie pertinence de séjour s'associant à des arguments de taille répondant aux tendances actuelles du marché : territoire rural, gastronomie, offre de randonnée, activités nautiques et traditions locales. A cela s'ajoute l'argument financier avec proposition d'une activité gratuite sur un territoire abordable.

Travailler la thématique Terra Aventura pour favoriser le déplacement entre nos territoires devient un enjeu de taille pour générer de la nuitée et de fait du séjour.

OBJECTIFS

- Créer une expérience unique avec gain d'un poiz spécial sous conditions de réalisation de parcours en Landes Intérieures
- Développer les déplacements entre nos 7 EPCI et générer de la nuitée et des dépenses sur nos territoires
- Au delà des touristes, inciter les locaux, à découvrir les territoires voisins sans impliquer un déplacement important
- Réussir une coopération et un partage des flux pour inciter à la découverte mutuelle des territoires
- Réussir à créer de la nuitée chez des touristes de passage ne pensant faire qu'un parcours

MODE OPÉRATIONNEL

- Répertorier les thématiques et les parcours
- Identifier une thématique commune aux 7 territoires
- Étudier les propositions de Terra Aventura pour voir si elles correspondent à nos besoins
- Étudier la faisabilité en interne de la gestion d'une opération commune durable sur le long terme
- Faire un choix sur la proposition sélectionnée
- Mise en place de l'opération de communication
- Mesurer les impacts localement parlant



PUBLICS VISÉS

- Joueurs Terra Aventura
- Touristes de passage ou en séjour de préférence famille mais pas que
- Locaux, résidents du territoire

TEMPORALITÉ

Année 2025 partenariat avec Terra Aventura pour micro aventure.

Année 2026 pour faire vivre ce poïz spécial en distribution autonome gérée par nos 6 OT.

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Moyens financiers :

25 000€ pour coût opération micro aventure avec maintenance, 3 000 poïzs, création graphique et communication de l'opération (20 000€ pour terra aventura et poïzs et 5 000€ pour communication et création graphique.

Soit 4 200€ par structure en année 1 pour faire connaître.

Année 2 prévoir uniquement frais poïzs 3000 poïzs soit 500 par OT et coût de 1 500€ soit 250€ par structure à prévoir auquel il faut ajouter des frais de communication sur la même enveloppe on a un coût à 500€ par OT.

Moyens humains :

Il conviendra de dédier 8h de travail en groupe pour déterminer les modalités du projets et la communication adaptée. Soit 2 demies journées de travail pour avancer le projet, travailler entre 2 rdv et fixer des délais et prise de décision.

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- Nombre de poïzs distribué sera un indicateur de performance du succès de l'opération
- Relais de la communication au niveau départemental
- Echos dans la presse et sur les réseaux sociaux



FICHE PROJET - Axe 1-2 Professionnaliser les équipes des Offices de tourisme

Professionnaliser les équipes des 6 OT à la connaissance de l'offre touristique globale

RAISON / CONTEXTE

Accueillir oui, conseiller encore plus !

Les Offices de tourisme sont des portes d'entrée pour les visiteurs arrivant sur nos territoires. La qualité des bureaux d'information est primordial mais la qualité de l'information l'est encore plus. Comment passer de l'accueil au conseil pour répondre au mieux aux attentes des visiteurs mais surtout pour bien valoriser les atouts de notre Destination ?... La formation des équipes, notamment de conseillers en séjour, à la connaissance continue de l'offre touristique, culturelle et événementielle de nos territoires.

OBJECTIFS

- Mettre en place un processus de connaissance du territoire afin que les personnels travaillant en office de tourisme disposent de la même connaissance de l'offre touristique à l'échelle de la Destination et non pas de leur territoire de compétence (périmètre EPCI).
- Mise en place d'un tableau de bord de suivi (nombre de visites réalisées, nombre de réunions inter-offices, Educ'tour, etc.).
- Chaque office doit réaliser une vingtaine de visites par an (soit 120 au total chaque année)
- Compte tenu des tailles très diverses des équipes, de la taille du territoire regroupant les 7 EPCI, il semble peu pertinent d'envisager plus de visites terrains.
- Cette action récurrente doit se répéter de manière à peu près identique tous les ans, l'offre évoluant tout le temps.

MODE OPÉRATIONNEL

Tous les ans et tout au long de l'année, un programme de visite de prestataires, des réunions inter-offices pour partager les connaissances et les informations, déploiement d'outils partagés (boutique, roadbook, etc.).

Dans l'absolu, le travail se fera à partir des équipes des offices et selon les sujets, des socioprofessionnels seront associés. A titre d'exemple, les sujets boutique sont vraiment spécifiques aux offices et doivent être construits ensemble. Le déploiement d'outils type Roadbook peuvent être construits avec les socioprofessionnels dans un temps 2. Par contre, toutes les opérations de diffusion de l'information, connaissance de l'offre sous forme d'Educ'Tour, les socioprofessionnels peuvent être associés dès le départ:

PUBLICS VISÉS



Temps 1 : les personnels salariés des offices de tourisme. Possibilité d'associer les socioprofessionnels

Temps 2 : les outils d'information à la disposition des socioprofessionnels

TEMPORALITÉ

Tous les ans et tout au long de l'année, un programme de visite de prestataires, des réunions inter-offices pour partager les connaissances et les informations, déploiement d'outils partagés

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

L'intégralité des agents ayant pour mission l'accueil et le conseil

Les frais de déplacement à la charge de chaque office (le covoiturage sera privilégié)

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- Nombre de prestataires rencontrés chaque année par office
- Nombre de réunions de travail sur la connaissance du territoire entre les équipes
- Nombre d'Educ'Tour
- Nombre de réunion de Travail pour les saisonniers



FICHE PROJET - Axe 1-3 Réaménagement des Offices de tourisme

Réaménagement des lieux d'accueil des offices de tourisme pour imprégner les locaux de notre identité

RAISON / CONTEXTE

Les offices de tourisme sont devenus ces dernières années non plus des vitrines du territoire ou de simples lieux d'accueil mais des véritables lieux expérientiels qui attirent autant les touristes que les locaux (référence: Marmande, le Seignanx, Bergerac, Agen...).

Quand on sait que 9 touristes sur 10 ne passent pas par un OT (source ?), il est crucial de travailler son office de tourisme en ce sens pour en faire un passage obligé du parcours clients (mixant conseil personnalisé, espace de rencontre, espace boutique, ateliers et expériences, immersion etc...). C'est dans cette veine que s'inscrit le collectif Landes Intérieures. Certains OT ont déjà été repensés (ex: Terres de Chalosse, Mont de Marsan); les autres doivent suivre ce mouvement de fond.

OBJECTIFS

- **Spécifique**: donner accès à nos visiteurs en mode de "découverte privilégiée" de notre territoire; nos OT doivent être beaux, authentiques et immersifs
- **Mesurable**: repenser le parcours clients, afin in fine d'en augmenter la fréquentation (tant des touristes que des locaux, auprès de qui le sentiment de fierté et d'appartenance doit être prégnant);
- **Atteignable** : d'être honnête et juste dans les actions commerciales que nous allons fixer l'histoire que nous allons raconter
- **Réaliste** : d'être honnête et juste dans l'histoire que nous allons raconter. L'idée n'est pas de "survendre" un territoire mais bien d'en expliquer toutes les subtilités avec une forte volonté esthétique
- **Temporaire** (fixer la durée): développer des outils de développement touristique pérennes voués à être des structures qui durent dans le temps

MODE OPÉRATIONNEL

Fort de l'expérience des OT déjà menés sur le territoire, ainsi que des expériences réussies en Nouvelle Aquitaine, le travail de Travaux et réaménagement des OT est un travail complexe qui mêle à la fois gros œuvre, aménagements intérieurs et paysagers et scénographie.

PUBLICS VISÉS



Les OT nouvelle génération sont des outils de séduction destinés tant aux touristes qu'aux locaux. Les prestataires de l'OT peuvent aussi y trouver leur intérêt.

TEMPORALITÉ

Chaque projet a sa propre temporalité. cela peut aller des quelques mois pour une simple réhabilitation à plusieurs années dans la cadre par exemple des travaux très importants prévus pour l'OT Landes Chalosse

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Chaque projet ayant ses propres ambitions et contraintes, cela peut aller de quelques milliers d'euros (achat de petits mobiliers par exemple) à un projet très ambitieux de près de 2 millions d'euros (entre gros oeuvres et scénographie) pour le projet en cours de l'OT Landes Chalosse

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs de fréquentation,
- niveau de satisfaction des publics visés,
- retombées presse,
- chiffres d'affaires boutique et autres actions commerciales



FICHE PROJET - Axe 1-4 L'identité Landes Intérieures

Affirmer l'identité des Landes Intérieures dans nos outils de communication

RAISON / CONTEXTE

L'appel à projet Landes Intérieures répond à un besoin de visibilité des territoires de l'intérieur du département, face à l'attractivité de la côte landaise. Nos territoires seuls, n'ayant aucune visibilité et reconnaissance face aux destinations littorales, auront plus d'impact sous une bannière commune.

Cette identité partagée, sans pour autant occulter les particularités de chaque territoire, permettra à l'ensemble de se positionner dans le paysage touristique des Landes. Les visiteurs n'ayant pas connaissance des frontières administratives, ont besoin d'avoir des informations sur un territoire vaste en fonction de leur déplacement. Il paraît donc important de parler d'une seule et même voix auprès du public.

OBJECTIFS

- **Spécifique**
 - Mutualisation des moyens pour avoir une communication commune impactante, avec une portée plus large
 - Créer une charte graphique commune, déclinable pour chaque territoire, afin de porter l'image commune Landes Intérieures
- **Mesurable**
 - Intégration des outils dans chacun des supports propres
- **Atteignable**
 - Appropriation des nouveaux outils par l'ensemble des structures Landes Intérieures
 - Mise à jour des outils de communication commun existants
 - Création de nouveaux outils mutualisés
- **Réaliste**
 - Renouvellement de la carte XXL des Landes intérieures pour affichage dans les OT
 - Carte de visite papier
 - Vidéos de promotion des territoires pour diffusion
 - Création d'une brochure commune
 - Création de goodies à mettre en vente dans les boutiques de chaque OT
- **Temporaire** (fixer la durée)
 - 1er semestre 2024 : travail de recherche sur l'image du territoire, que devra renvoyer la marque
 - Fin 1er semestre / début 2nd semestre 2024 : création d'une charte graphique
 - 2025 : déploiement de la charte sur chaque support territorial



- o 2025 : création d'outils de communication communs

MODE OPÉRATIONNEL

- Réalisation du SADI 2024
- Travail en interne sur les éléments de communications et les valeurs territoriales à mettre en avant
- Appel à une agence de communication pour la création de la marque et des visuels Landes Intérieures
- La pertinence de déployer le Roadbook déjà présent à Mont de Marsan sur l'ensemble des territoires sera étudiée avec comme objectif premier de valoriser le Conseil plus que l'information et réduire l'impression sur support papier d'informations ayant une temporalité courte (toutes les animations en premier lieu). Un travail sur Open Street Maps est en cours avec les Landes Attractivité dans la même optique

PUBLICS VISÉS

- Visiteurs français et étrangers
- Population locale

TEMPORALITÉ

- 2024 : réflexion sur le contenu et les valeurs du territoire Landes Intérieures
- 2025 : création de la marque et l'identité visuelle du territoire
- 2025 : intégration des visuels sur les outils de com de chaque territoire
- 2026 : création de support de communication propre à Landes Intérieures

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

- moyens humains :
 - o temps de travail commun à toutes les équipes
- moyens financiers :
 - o Frais d'agence de communication : 15 000 €
 - o Impression supports de com (carte brochure) : 5 000 €
 - o Création de goodies : 10 000 €

→ retombées financières des produits en vente à l'OT

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- qualitatif :
 - o appropriation de la marque par l'ensemble des territoires
 - o chaque territoire retrouve image dans l'identité Landes Intérieures
- quantitatif :
 - o outils développés avec l'identité Landes Intérieures, aussi bien en supports de communication qu'en produits boutiques



FICHE PROJET - Axe 2-1 Mutualisation des achats

Mutualiser les achats selon un cahier des charges responsable

RAISON / CONTEXTE

Une analyse des 6 structures qui composent les Landes Intérieures a prouvé qu'un schéma similaire existait dans la logique de consommation et de fonctionnement peu importe les modalités de gestion des différentes entités.

En effet, la logique de consommation responsable est une valeur partagée par l'ensemble des structures.

De fait, il nous paraît évident de mettre en place une procédure de mutualisation de nos achats dans l'objectif d'économies d'échelle et de développement d'économie locale.

OBJECTIFS

- La mutualisation a pour but de réduire les coûts pour nos structures tout en développant les achats locaux et le gain de temps pour développer d'autres missions.
- La mutualisation passera dans un premier temps sur les consommables puis dans un second temps il pourra être envisagé de négocier des coûts auprès de prestataires pour l'impression par exemple.
- Un référent sera nommé pour prendre en charge la mission et un cadre sera défini pour faciliter les échanges et les limites de la mutualisation.
- En année 1 la mutualisation sera faite sur les consommables puis en année 2 une négociation des coûts à échelle de 6 structures pourra être envisagée.

MODE OPÉRATIONNEL

Pour réussir la mutualisation un diagnostic sera fait de tous les achats gérés par les offices de tourisme. De là les achats communs seront identifiés et une personne sera nommée référente.

Une charte sera co-rédigée pour fixer les limites et le cadre d'action de la mutualisation permettant d'éviter tout aléas au cours des achats groupés.

Le référent de l'opération présentera aux 6 directeurs les coûts et interlocuteurs et un choix sera fait sur une sélection de partenaires avec qui travailler.

Le référent globalise les besoins individuels et se charge de la répartition par structures puis une facturation sera faite individuellement.

Dans un second temps la négociation pourra être envisagée pour un coût fixe identifié par toutes nos structures à savoir l'impression (flyers, brochures) et la procédure pourra être renouvelé sur le long terme pour d'autres achats.

PUBLICS VISÉS

- Le référent pourra être un membre de l'équipe d'une des 6 offices.



- Les directeurs forment le groupe décisionnaire pour trancher sur les choix des partenaires
- Les entreprises locales seront favorisées dans la sélection des partenaires donc de fait les acteurs locaux seront touchés.

TEMPORALITÉ

L'année 2024 est une phase de diagnostic et de mise en place de la méthodologie de travail. Cette année permettra d'identifier les achats à mutualiser avec un ordre d'importance et priorité.

L'année 2025 permettra de constater les économies réalisées en termes humain ou financier dans le cadre de la mutualisation et de chiffrer l'économie développée en apporteur d'affaires pour les partenaires locaux.

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Les coûts pour cette opération sont essentiellement humains.

Le temps passé à faire le diagnostic des achats de chaque structure, à identifier les achats pouvant être mutualisés et démarcher les entreprises locales pour savoir avec qui travailler.

Cofinancement avec un système de facturation entre les 6 structures et avance de frais.

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

Analyse des économies faites à l'échelle de chaque structure.

Chiffrage des volumes d'affaires apportés collectivement à des entreprises locales.



FICHE PROJET - Axe 2-2 Créer des expériences

Créer des expériences en fonction de nos clientèles prioritaires

RAISON / CONTEXTE

Dans l'objectif de répondre au mieux aux clientèles présentes sur le territoire Landes Intérieures, ces dernières seront identifiées grâce au SADI, en fonction des données de chacun. Des clientèles communes permettront de créer des offres touristiques et/ou de services, en collaboration avec l'ensemble des OT. D'autres cibles, plus spécifiques à certains territoires, pourront faire l'objet d'offres complémentaires.

Le terme d'expérience fait appel au domaine du sensoriel. C'est un souvenir qui va marquer le visiteur et dont il va se rappeler après son séjour sur le territoire. Il est donc primordial que cette expérience soit positive. Cela passe par le côté novateur, insolite, inédit... qui apportera une émotion chez le visiteur.

Une cohérence ainsi qu'une complémentarité, entre les offres de tous les territoires permettra aux visiteurs de circuler sur l'ensemble des Landes Intérieures et de vivre pleinement son expérience sur la totalité de leur séjour.

OBJECTIFS

- **Spécifique**
 - Avoir une offre touristique qui corresponde aux attentes de la clientèle présente sur le territoire
 - Avoir une offre touristique novatrice permettant de positionner le territoire dans le paysage touristique départemental
- **Mesurable**
 - Satisfaction client : enquête des offices de tourisme, avis google, tripadvisor et réseaux sociaux
 - Nombres d'expériences (offres touristiques) développées sur le territoire
 - Fréquentation/consommation des expériences créées
 - Satisfaction des prestataires intégrés dans les actions développées
- **Atteignable**
 - Mise en place d'une nouvelle expérience à l'échelle des Landes Intérieures
 - Mise en place d'une nouvelle activité sur chacun des territoires des Landes Intérieures
- **Réaliste**
 - Création d'une expérience à l'échelle du territoire pour 1 clientèle cible, jugée prioritaire par l'ensemble des territoires
 - Basée sur l'existant, cette offre devra contenir un caractère innovant afin de séduire le visiteur et qu'il puisse en assurer la promotion autour de lui.
- **Temporaire**



- o Réalisation des actions 2026
- o Pérennisation des actions développées suivant les résultats obtenus, sur les années futures, avec possibilité d'adaptation/modification du contenu...

MODE OPÉRATIONNEL

- Choisir une cible prioritaire parmi les personas identifiés dans le SADI
- Faire l'état des lieux de l'offre existante pouvant répondre aux attentes de la cible choisie
- Brainstorming sur l'expérience pouvant être développée grâce à l'existant ou sur une nouvelle création
- Réalisation du projet : appel à des partenaires externes si besoin, conception de l'offre, communication...
- Commercialisation de l'offre grâce aux structures en capacité de vendre des séjours et prestations

PUBLICS VISÉS

- Personas identifiés dans le SADI
- Visiteurs potentiels
- Résidents des territoires

TEMPORALITÉ

- 2ème semestre 2024 : réflexion sur les nouvelles offres possibles et conception du projet
- 1er semestre 2025 : finalisation du projet et communication/diffusion auprès du public
- Saison estivale 2025 : mise en place de la nouvelle expériences

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

- Moyen humain :
 - o agents des OT : recherche, création de concept
- Moyen financiers :
 - o Ressources des OT Landes Intérieures
 - o Leader
 - o Département

Engagements financiers à prévoir	Retombées économiques possibles
- frais de conception de l'offre	- ventes de(s) offre(s) dans les Office de tourisme
- frais de communication	- consommation annexe suite à l'achat de la nouvelle offre

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



- Nombre de nouvelles offres proposées
- Nombre de ventes effectuées
- Satisfaction client (visiteurs et locaux)
- Diffusion de l'image du territoire sur le département



FICHE PROJET - Axe 2-3 SADI

Identifier les forces de notre territoire : SADI

RAISON / CONTEXTE

L'appel à projet ACTT faisant suite au précédent appel à projet NOTT mené conjointement par les Offices de tourisme du Marsan Agglomération, Landes Chalosse et Pays Grenadois, voit son périmètre d'actions agrandi à l'échelle du PETR Adour Chalosse Tursan et Marsan.

Ainsi, les porteurs de projets passent de 3 OT (pour 4 EPCI), à 6 OT (pour 7 EPCI), réunissant :

- Terres de Chalosse
- Pays Tarusate
- Landes Chalosse
- Marsan Agglomération
- Pays Grenadois
- Aire Eugénie

Un premier SADI avait été réalisé afin de bien comprendre les territoires de Landes Chalosse, Marsan et Pays Grenadois. Face au nouveau périmètre d'intervention, la mise à jour de ce document est nécessaire afin de mener des projets concrets et adaptés au territoire des Landes Intérieures.

OBJECTIFS

- **Spécifique**
 - Identifier les points forts du périmètre Landes Intérieures pour pouvoir faire circuler les visiteurs sur l'ensemble du territoire.
 - Connaître la clientèle présente sur le territoire pour pouvoir répondre au mieux à ses attentes, dans la mise en place d'offres et services touristiques.
- **Mesurable**
 - Utilisation des flux vision: : avoir une lisibilité des déplacements des personnes sur le périmètre de collaboration
 - Fréquentation des offices de tourisme : connaître les établissements qui peuvent le plus diffuser les flux de visiteurs et les informations
 - Fréquentation des parcours terra aventura : identifier les activités communes qui drainent le plus, afin de capter cette clientèle et de l'orienter vers les autres territoires
 - Utilisation des données de nuitées touristiques : connaître les communes de résidence des visiteurs pour apporter de l'information sur leur lieu de séjour.
- **Atteignable** (*fixe la barre pas trop bas, mais pas trop haut non plus. On reste sincère*)



- o Production d'un document de travail, permettant à l'ensemble des OT de proposer des offres touristiques en adéquation avec les visiteurs susceptibles de venir sur son territoire, depuis une des portes d'entrée identifiées.

- **Réaliste** (*tient compte du contexte, pas de fantasme*)

- o Créer de nouvelles offres touristiques communes
- o Mutualiser les offres existantes sous forme de package touristique à commercialiser afin de promouvoir les partenaires sous une offre globale.

- **Temporaire**

La réalisation du SADI se fera sur le 1er semestre 2024, permettant l'utilisation et le développement des premières actions communes, dès la saison estivale.

Sur cette phase de travail, une journée d'accompagnement de la MONA permettra de cadrer le travail en cours.

MODE OPÉRATIONNEL

- Utilisation du SADI existant à l'échelle du premier appel à projet Landes Intérieures - NOTT
 - o Mise à jour des données pour les territoires du Marsan Landes Chalosse et Pays Grenadois
 - o Ajout des données des 3 nouveaux territoires : Aire Eugénie, Pays Tarusates et Terres de Chalosse
 - o Définition des personas pour l'ensemble du territoire (accompagnement MONA)
- Journée d'accompagnement de la MONA pour avoir un outils de travail opérationnel

PUBLICS VISÉS

- Visiteurs du territoire, en fonction des personas identifiés dans le SADI
- Locaux en recherche d'activités de loisirs

TEMPORALITÉ

- réalisation du SADI : 1er semestre 2024
- 2024/2025 mise en place des premières actions découlant de l'analyse du SADI
- Document qui sera mis à jour tous les cinq ans

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

- Moyens humains :
 - o temps de travail des agents : 1 agent référent du dossier + participation d'autres agents du réseau pour la collecte des données
- Journée d'accompagnement de la MONA

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- Production d'un dossier, document de travail permettant aux OT de définir leur stratégie et de développer leur offre
- Appropriation du dossier par les OT et les agents d'accueil
- Intégrer le SADI dans le rapport d'activité de chaque territoire



FICHE PROJET - Axe 2-5 ACCESSIBILITÉ DES OFFRES

Référencer les offres de notre territoire en matière d'accessibilité

RAISON / CONTEXTE

Nos territoires doivent favoriser l'émergence de produits et de services touristiques ouverts à tous et garantir un accès à l'information aux touristes empêchés physiquement en leur permettant un maximum d'autonomie. Il s'agit d'une démarche volontaire que nous souhaitons mener.

OBJECTIFS

- Cartographier et offrir une liste d'hébergements, activités, musées, sites, fêtes et manifestations pouvant accueillir des touristes empêchés.
- Sensibiliser nos acteurs touristiques et nos conseillers en séjour à la démarche tourisme et handicap.
- Travailler avec une association locale et représentative des personnes empêchées physiquement pour nous permettre d'améliorer notre offre.

MODE OPÉRATIONNEL

- Questionnaire auprès de nos partenaires pour obtenir une liste la plus exhaustive possible.
- Implémenter notre base de données Tourinsoft
- Cartographier les offres disponibles
- Création d'une cartographie pour le territoire Landes Intérieures avec QR code disponible sur l'ensemble des sites Landes Intérieures et à l'accueil des Offices de Tourisme
- Création d'une page de contenu dédiée sur chaque site internet mettant en valeur l'offre du territoire et celui du blog Landes Intérieures + posts réseaux sociaux.
- Mettre en place un rendez-vous de sensibilisation auprès de nos sociaux professionnels au sein du Musée de la Chalosse qui a obtenu sa labellisation Tourisme et handicap.

PUBLICS VISÉS

Les visiteurs empêchés, les associations leur venant en aide, les sociaux-professionnels, les conseillers en séjour.

TEMPORALITÉ

- Questionnaire et compilation de l'offre pour septembre 2024
- Création de la cartographie janvier 2025



- Sensibilisation des conseillers en séjour et socio professionnels en février 2025 au Musée de la Chalosse

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

- temps de travail des conseillers en séjour : 1 agent référent du dossier + participation d'autres agents du réseau pour la collecte des données.
- Temps de travail des référents communication des Offices de tourisme Landes Intérieures
- Coût humains des équipes - Base 35 heures de travail /an

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- Analyse GA4 de la page internet dédiée des Offices de Tourisme et du blog.
- Nombre des labellisations Tourisme Handicap ou nombre des sites accessibles.



FICHE PROJET - Axe 2-6 ACCESSIBILITÉ DES PUBLICS EMPÊCHÉS

Offre et accessibilité des publics empêchés financièrement

RAISON / CONTEXTE

Une étude, publiée le 12 juillet 2023 par la fondation Jean Jaurès*, révèle que plus de 50 % des Français avec enfants renoncent aux vacances par manque de moyens. Quand on parle de vacances 35 % citent un moment de déconnexion du quotidien, 28% un temps consacré à la famille, 13 % une dépense d'argent importante. Dans ce contexte, nos 6 offices de tourisme Landes Intérieures ont souhaité travailler sur ce sujet : Proposer une offre touristique à un public empêché pour visiter les Landes Intérieures.

OBJECTIFS

- Mettre en valeur notre offre d'activités gratuites voir peu onéreuses pour les habitants des Landes, les associations d'actions sociales et également pour les visiteurs aquitains. Avoir un communication non stigmatisante pour ce public empêché financièrement.

MODE OPÉRATIONNEL

- Création d'une zone landes intérieures sur Tourinsoft permettant un filtrage commun (Support Technique Landes Attractivités)
- Identification via notre base de données Tourinsoft des activités gratuites ou à moins de 5 euros.
- Réflexion sur le nom de notre communication "version originale" telle l'émission "Nus et culottés" ou Pékin Express ou comment voyager avec 0 euros en poche.
- Création d'un support de communication adapté

PUBLICS VISÉS

Les habitants, les associations, les écoles, habitants des départements limitrophes

TEMPORALITÉ

- 2025

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

- Temps de travail des agents d'accueils : 1 agent référent du dossier + participation d'autres agents du réseau pour la collecte des données
- Référent communication pour créer page gabarit de l'offre sur chaque site internet
- Equipe de communication Landes Intérieures pour création du post qui sera diffusé avant chaque vacances scolaires (timing à définir)
- Coût humains des équipes - Base 35 heures de travail /an

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- Nombre d'activités, nombre de sites gratuits



FICHE PROJET - Axe 2-7 COMMERCIALISATION

Commercialisation de la marque Landes Intérieures

RAISON / CONTEXTE

L'analyse du comportement des visiteurs, affirme que ces derniers ne tiennent pas compte des périmètre géographique durant leur séjour, quels que soient les territoires fréquentés. Ainsi, communiquer sous un nom commun permettra d'avoir un impact marketing fort, face à l'attractivité du littoral landais et certaines autres zones départementales à forte notoriété (PNR, , Dax, Armagnac...). Les noms de chacune des destinations composant les Landes Intérieures n'ayant que peu de notoriété à grande échelle, l'utilisation d'une bannière commune permettra d'exister pleinement dans le paysage touristique landais.

Dans cet objectif d'identité commune, tout en gardant les marqueurs territoriaux propres, la mutualisation d'outils permettra de diffuser la marque auprès des publics. Un travail d'appropriation locale de cette marque sera également nécessaire, pour un bon ancrage auprès des prestataires.

Cette diffusion d'identité passe par des outils de communication mais également par la création d'offres et de goodies marqués. Ces produits, seront la concrétisation du travail commun menés par toutes les équipes. Chaque office de tourisme pourra alors proposer les goodies dans sa boutique et les structures ayant les capacités de vendre des séjours pourront assurer la commercialisation des offres touristiques.

OBJECTIFS

- **Spécifique** (propre à toi, te correspond totalement. En 1 phrase, tu dois comprendre le sujet, pas de doute possible)
 - Développer une identité visuelle commune qui retranscrit les valeurs de chacun des territoires sous une même bannière
 - Être reconnu en tant que destination touristique dans le département des Landes
- **Mesurable**
 - Création d'une charte graphique commune déclinable sur les outils de communication communs et personnels
 - Déclinaison de produits de promotion (goodies)
 - Création de séjours Landes Intérieures
- **Atteignable** (fixe la barre pas trop bas, mais pas trop haut non plus. On reste sincère)
 - Intégration de la charte graphique sur les outils de chacun
- **Réaliste** (tient compte du contexte, pas de fantasme)
 - Mettre à jour les outils communs existants avec la nouvelle charte graphique
 - Création de 2 offres de séjours touristiques Landes Intérieures
 - Achat communs de goodies marqués Landes Intérieures



- **Temporaire** (fixer la durée)

- 1er trimestre 2024 : travail sur l'identité du territoire ; travail sur la construction d'un visuel
- 2ème trimestre : mise à jour des outils déjà en place ; première réflexion sur une offre de produits commune
- 4ème trimestre : création des offres / goodies à commercialisation ; mise en place d'une politique de vente entre tous les OT

L'ensemble des offres développées par le collectif pourront perdurer et être renouvelées sur la durée de l'appel à projet et motivation des structures.

MODE OPÉRATIONNEL

- Création d'un groupe de travail interne
- Sollicitation de l'ensemble des équipes pour valider l'identité commune
- Présentation des résultats aux élus et de l'offre de commercialisation qui en découle

PUBLICS VISÉS

- Visiteurs français et internationaux
- Public local

TEMPORALITÉ

- Fin 2023 / début 2024 : travail de recherche et conceptualisation
- 2024 : conception des offres
- 2024 / 2025 : commercialisation

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

- Moyen humain : temps de travail des agents missionnés
- Moyen financiers : agence de communication, graphiste, fournisseur, imprimeur

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- Nombre de produits/séjours créés
- Nombre de vente des nouveaux produits



V. TEMPORALITÉ

	2023	2024	2025	2026	Long Terme
Création Terra Aventura Commun LI		Définition et cadrage	Mise en place opérationnelle	Suivi	Suivi
Mutualisation des achats			Définition et cadrage	Mise en place opérationnelle	Suivi
Créer des expériences en fonction des clientèles prioritaires en fonction du SADI		Définition et cadrage	Mise en place opérationnelle	Suivi	Suivi
Professionaliser nos équipes OT à notre offre touristique globale		Définition et cadrage	Mise en place opérationnelle	Suivi	Suivi
Mutualiser l'emploi au sein des OT			Définition et cadrage	Mise en place opérationnelle	Suivi
Mutualiser les outils de communication	Définition et cadrage et mise en place opérationnelle	Suivi	Suivi	Suivi	Suivi
Réaménager nos lieux d'accueil		Mise en commun	Définition et cadrage	Mise en place opérationnelle	Suivi
Travailler l'offre et l'accessibilité des publics empêchés physiquement				Définition et cadrage	Mise en place opérationnelle



VI. FICHES ACTIONS INDIVIDUELLES

FICHES INDIVIDUELLES - TOURISME AIRE SUR L'ADOUR

Fiche action individuelle 1 - Tourisme Aire Eugénie : Réaménagement de l'OT d'Eugénie les Bains pour imprégner les locaux de notre identité

RAISON / CONTEXTE

Les offices de tourisme sont devenus ces dernières années non plus des vitrines du territoire ou de simples lieux d'accueil mais des véritables lieux expérientiels qui attirent autant les touristes que les locaux (référence: Marmande, le Seignanx, Bergerac, Agen...).

L'Office de Tourisme Communautaire d'Aire sur l'Adour travaille depuis le début d'année 2023 à la professionnalisation de l'équipe de l'office de tourisme en vue d'asseoir la position sur le territoire de la structure au sein de la destination.

Le repositionnement et le réaménagement de l'Office de Tourisme sont aujourd'hui une nécessité de part l'évolution de la structure et de ses missions et du renouveau de la clientèle.

La station d'Eugénie les Bains doit s'adapter aux tendances actuelles et l'Office de Tourisme nuit aujourd'hui à l'image du territoire aux valeurs fortes.

Mettre en valeur l'économie locale est une priorité : mise en place d'une boutique, espace dédié à l'accueil des partenaires et porteurs de projet, être moteur d'une image moderne pour dynamiser le parc d'hébergement, être aux côtés des acteurs locaux en proposant des services adaptés (billetteries, accompagnement, ...).

Le parcours clients (mixant conseil personnalisé, espace de rencontre, espace boutique, ateliers et expériences, immersion etc...) s'inscrit dans une réelle stratégie de territoire et plus largement de destination et c'est dans cette veine que s'inscrit le collectif Landes Intérieures. Certains OT ont déjà été repensés (ex: Terres de Chalosse, Mont de Marsan); les autres doivent suivre ce mouvement de fond.

OBJECTIFS

- **Spécifique:** Offrir au visiteur une expérience unique, en venant à l'Office de Tourisme d'Eugénie il n'est pas n'importe où et il identifie les valeurs de notre territoire il est plongé dans une ambiance que reconnaît immédiatement la population locale !
- **Mesurable:** repenser le parcours clients, le but est que locaux et visiteurs soient fier du territoire et le fréquentent davantage afin de rendre incontournables les services proposés
- **Atteignable** : d'être honnête et juste dans les actions commerciales que nous allons fixer l'histoire que nous allons raconter, chaque service est identifié
- **Réaliste** : Les services et la force de l'Office de Tourisme dans ces multiples missions devront être identifiés : la boutique, la billetterie, les accompagnements partenaires et surtout l'identité de notre territoire



- **Temporaire:** développer des outils de développement touristique pérennes voués à être des structures qui durent dans le temps et évolutives avec la structure

MODE OPÉRATIONNEL

Fort de l'expérience des OT déjà menés sur le territoire, ainsi que des expériences réussies en Nouvelle Aquitaine, le travail de travaux et réaménagement des OT est un travail complexe qui mêle à la fois gros œuvre, aménagements intérieurs et scénographie.

Un cahier des charges découlant de la stratégie de la structure définit les travaux à effectuer pour procéder à la mise aux normes du bâtiment.

Les travaux devront prendre en compte une mise aux normes électriques, une prise en compte environnementale de ce bâtiment énergivore tout en proposant des locaux aux services multiples.

Les années 2021 et 2022 ont fait l'objet de travaux d'étanchéité du toit terrasse.

La priorité a été donnée de mettre hors d'eau le bâtiment pour mener en 2023-2024 un travail de mise à jour de la stratégie touristique pour répondre aux besoins actuels de notre territoire et de nos interlocuteurs.

En 2025 le projet sera voté au budget avec choix des entreprises pour intervenir et l'objectif est l'ouverture de saison thermale 2026 avec des locaux adaptés.

Évidemment le nouvel espace fera place au maximum d'économie d'énergie possible, aux matériaux durables, autant que faire se peut aux industries locales, et les nouvelles conditions de travail rendues optimales répondront aux exigences de QVT et de RSE.

PUBLICS VISÉS

L'Office de Tourisme d'Eugénie les Bains est destiné tant aux touristes, qu'aux partenaires de l'OT et aux locaux et habitants. L'OT doit être un incontournable pour le territoire en termes de services et d'image véhiculée.

TEMPORALITÉ

2023 et 2024 seront dédiés à la professionnalisation de l'équipe de l'office de tourisme en vue d'asseoir la position sur le territoire de la structure au sein de la destination.

Une fois la stratégie mise en place, elle pourra être déclinée en 2025 sur les travaux de réaménagement de l'OT.

2025 sera l'année travaux dans les locaux et l'objectif est l'ouverture de saison 2026 dans des locaux réaménagés et adaptés.

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Le projet de réaménagement de l'OT ne porte pas sur de gros œuvres puisque les murs ne bougent pas.

Les plus grosses dépenses concernent la mise aux normes du bâtiment (énergétique, environnementale, RSE, électrique). La seconde partie concerne l'aménagement et la scénographie.

Le porteur de projet et financeur est la Communauté de Communes d'Aire sur l'Adour au bénéfice de l'antenne de son Office de Tourisme à Eugénie les Bains et pour l'image de la station thermale d'Eugénie les Bains.



Les co-financeurs de ce projet qui seront contactés seront le département des Landes, le PETR et la DETR.

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs de fréquentation,
- niveau de satisfaction des publics visés,
- retombées presse,
- chiffres d'affaires boutique et autres actions commerciales



FICHES INDIVIDUELLES - TOURISME AIRE SUR L'ADOUR

Fiche action individuelle 2 - Tourisme Aire Eugénie: Ré-aménagement et scénographie de l'antenne d'Aire sur l'Adour

RAISON / CONTEXTE

Une fois l'antenne d'Eugénie les Bains réaménagée et mise au goût du jour, l'antenne d'Aire sur l'Adour va nécessiter des travaux d'embellissement pour avoir une cohérence sur le territoire. Les travaux concernent surtout du mobilier et de la scénographie compte tenu de la différence de clientèle et de la taille des locaux.

OBJECTIFS

- **Spécifique:** Offrir au visiteur une expérience unique, en venant à l'Office de Tourisme d'Aire sur l'Adour il n'est pas n'importe où et il identifie les valeurs de notre territoire il est plongé dans une ambiance que reconnaît immédiatement la population locale !
- **Mesurable:** repenser le parcours clients, le but est que locaux et visiteurs soient fier du territoire et le fréquentent davantage afin de rendre incontournables les services proposés
- **Atteignable** : d'être honnête et juste dans les actions commerciales que nous allons fixer l'histoire que nous allons raconter, chaque service est identifié
- **Réaliste** : Les services et la force de l'Office de Tourisme dans ces multiples missions devront être identifiés : la boutique, la billetterie, les accompagnements partenaires et surtout l'identité de notre territoire
- **Temporaire:** développer des outils de développement touristique pérennes voués à être des structures qui durent dans le temps et évolutives avec la structure

MODE OPÉRATIONNEL

Une fois que l'antenne d'Eugénie les Bains sera ouverte, l'OT d'Aire sur l'Adour devra transmettre la même image et les mêmes valeurs qui se ressentiront dans le mobilier et la scénographie. C'est l'histoire et l'ambiance que nous voulons offrir qui va être développée. Les travaux d'Eugénie les Bains auront lieu en 2025 avec une ouverture saison 2026 et celui d'Aire sur l'Adour sera sur l'année 2026.

Évidemment le nouvel espace fera place au maximum d'économie d'énergie possible, aux matériaux durables, autant que faire se peut aux industries locales, et les nouvelles conditions de travail rendues optimales répondront aux exigences de QVT et de RSE.

PUBLICS VISÉS

Les mêmes publics qu'à Eugénie les Bains auxquels on ajoute les pèlerins de Saint Jacques de Compostelle. L'OT est destiné tant aux touristes, qu'aux partenaires de l'OT et aux locaux et



habitants. L'OT doit être un incontournable pour le territoire en termes de services et d'image véhiculée.

TEMPORALITÉ

2026 : Mise à niveau esthétique avec réaménagement avec du mobilier et scénographie à Aire sur l'Adour

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Il s'agit d'une remise à niveau esthétique: repeindre les murs, acquérir du mobilier Boutique et Accueil en adéquation avec l'image et les valeurs de notre territoire en lien avec Eugénie les Bains.
Financeurs: Communauté de Communes et/ ou Office de Tourisme Communautaire d'Aire sur l'Adour

Co financeurs: département des Landes / Région Nouvelle Aquitaine / Programme Leader

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs de fréquentation,
- niveau de satisfaction des publics visés,
- retombées presse,
- chiffres d'affaires boutique et autres actions commerciales



FICHES INDIVIDUELLES - TOURISME AIRE SUR L'ADOUR

Fiche action individuelle 3 - Tourisme Aire Eugénie:

Nouveau site internet Tourisme Aire Eugénie

RAISON / CONTEXTE

Notre site internet actuel aura 10 ans en 2026. Même si des opérations d'améliorations ont été effectuées, il est temps de repenser à une nouvelle interface plus enclin avec les tendances graphiques actuelles et plus propices à développer les diverses missions de notre structure.

OBJECTIFS

- **Spécifique**: site dédiée aux richesses de notre territoire
- **Mesurable**: augmentation du trafic, augmentation des ventes (billetterie notamment)
- **Atteignable** : outil indispensable à notre activité mais totalement maîtrisée de part notre spécificité de "communicant"
- **Réaliste** : il s'agit d'être réaliste dans les coûts qui seront pratiqués
- **Temporaire**: 10 ans

MODE OPÉRATIONNEL

- 2026: définition d'un cahier des charges et recherche d'un partenaire
- 2027: développement et bascule de l'interface.
- fin 2027: opérationnalité du site

PUBLICS VISÉS

Le site doit accompagner tout le parcours client: l'avant séjour, le séjour, l'après séjour
Il doit être adapté à nos différentes cibles aux besoins très différents.
Il doit aussi être un outil de découverte et de consommation des habitants.

TEMPORALITÉ

- 2026: définition d'un cahier des charges et recherche d'un partenaire
- 2027: développement et bascule de l'interface.
- fin 2027: opérationnalité du site

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Aux alentours de 40 000€

Co financeurs: Office de Tourisme Communautaire d'Aire sur l'Adour / Conseil départemental / Région service TIC



EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs d'audience et de trafic
- avis
- niveau de satisfaction des publics visés,
- retombées presse,
- chiffres d'affaires boutique et autres actions commerciales



FICHES INDIVIDUELLES - GRENADE SUR L'ADOUR

Fiche action individuelle 1 - Pays Grenadois : Réaménagement des lieux d'accueil des offices de tourisme pour imprégner les locaux de notre identité

RAISON / CONTEXTE

Les offices de tourisme sont devenus ces dernières années non plus des vitrines du territoire ou de simples lieux d'accueil mais des véritables lieux expérientiels qui attirent autant les touristes que les locaux (référence: Marmande, le Seignanx, Bergerac, Agen...).

Quand on sait que 9 touristes sur 10 ne passent pas par un OT (source ?), il est crucial de travailler son office de tourisme en ce sens pour en faire un passage obligé du parcours clients (mixant conseil personnalisé, espace de rencontre, espace boutique, ateliers et expériences, immersion etc...). C'est dans cette veine que s'inscrit le collectif Landes Intérieures. Certains OT ont déjà été repensés (ex: Terres de Chalosse, Mont de Marsan); les autres doivent suivre ce mouvement de fond.

Dans sa stratégie de promouvoir ses potentiels touristiques et de se positionner en tant que "passeur de mémoire", le réaménagement de l'OT du Pays Grenadois vient directement traduire la nouvelle stratégie de développement touristique du territoire.

En effet, différents travaux de recherche et d'analyse du territoire, son patrimoine, son histoire et sa culture, ont permis de dégager des thématiques porteuses et fondatrices de l'identité du territoire. Ainsi, le futur OT se voudra "passeur de mémoire" et sera un vrai espace de promotion de l'ensemble des acteurs du territoire. L'espace répondra donc à différents objectifs afin de devenir un lieu de curiosité tant pour les touristes que pour les populations locales.

OBJECTIFS

- **Spécifique:** faire de l'Office de tourisme une activité touristique à part entière sur le territoire
- **Mesurable:** augmenter la fréquentation de l'Office de tourisme tant envers les touristes que les habitants
- **Atteignable :** améliorer l'expérience client dès leur entrée dans l'Office de tourisme en définissant des zones et en proposant un aménagement adapté aux comportements clients.
- **Réaliste :** retranscrire les différentes missions de l'Office de tourisme dans l'aménagement de l'espace accueil. Le volet touristique, actuellement minime par rapport à l'espace d'exposition artistique, devra reprendre le dessus, sans pour autant occulter la partie culturelle.
- **Temporaire (fixer la durée):** l'aménagement sera pérenne mais devra éventuellement pouvoir s'adapter aux tendances et besoins des visiteurs et différents publics



MODE OPÉRATIONNEL

Après avoir défini un cahier des charges s'appuyant sur le travail de recherche et d'analyse du territoire mené par l'Office de tourisme, un appel à un prestataire extérieur sera fait afin de procéder à l'aménagement et la scénographie de l'espace accueil.

PUBLICS VISÉS

touristes et publics locaux (habitants et associations)

TEMPORALITÉ

Chaque projet a sa propre temporalité. cela peut aller des quelques mois pour une simple réhabilitation à plusieurs années dans la cadre par exemple des travaux très importants prévus pour l'OT Landes Chalosse

2024 rédaction du cahier des charges

2025 réalisation de l'aménagement

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Pas de gros œuvres uniquement de l'aménagement et de la scénographie.

Tarif évolutif en fonction des mobiliers et technologies de scénographie adaptées en fonction des besoins évoqués.

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs de fréquentation,
- niveau de satisfaction des publics visés,
- retombées presse,
- chiffres d'affaires boutique et autres actions commerciales



FICHES INDIVIDUELLES - PAYS GRENADOIS

Fiche action individuelle 2 - Pays Grenadois :

Développement des sentiers de randonnées

RAISON / CONTEXTE

Face aux ambitions nationales de promouvoir les mobilités douces et au vue de la volonté territoriale d'identifier et mettre en valeur les sentiers pédestres sur le Pays Grenadois, l'Office de tourisme se donne pour objectif de développer un sentier sur chaque commune à termes. L'idée est de pouvoir raccorder chaque commune entre elles, en s'appuyant sur le réseau déjà en place (PDIPR et sentier de l'Adour).

OBJECTIFS

- **Spécifique** : créer un maillage pédestre et cyclo sur l'ensemble du territoire afin de relier chaque commune entre elles via les mobilités douces

Mesurable : chaque commune accueillera un parcours de mobilité douce

- **Atteignable** : créer des connexions entre les sentiers déjà existant
- **Réaliste** : identifier et valoriser l'offre pédestre et cyclo sur le territoire
- **Temporaire** (fixer la durée) : plusieurs années de travail directement en lien avec les Mairies seront nécessaires afin d'atteindre le maillage complet du territoire

MODE OPÉRATIONNEL

Travail de repérage cartographique et physique des sentiers de randonnées, chemins ruraux et chemins communaux. Travail en collaboration étroite avec les services d'urbanisme et les Mairies, ainsi que tout acteur souhaitant s'impliquer dans le projet (associations, conseil des jeunes...)

Démarchage d'une société afin de réaliser une signalétique directionnelle et d'information touristique

PUBLICS VISÉS

Les populations locales, les visiteurs et les futurs habitants

TEMPORALITÉ

La temporalité dépendra de la faciliter à identifier les chemins, des niveaux d'engagement des municipalités dans la démarches et éventuellement des particuliers propriétaires des parcelles sur lesquelles passent les sentiers.

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs



Coût de création de la signalétique et coût d'entretien des sentiers (sollicitation des agents techniques des Mairies concernées)

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- nombre de sentiers créés
- nombre de communes favorables au projet
- satisfaction des publics
- offres complémentaire développée autour des parcours



FICHES INDIVIDUELLES - PAYS GRENADOIS

Fiche action individuelle 3 - Pays Grenadois : Développement touristique des sites patrimoniaux du territoire

RAISON / CONTEXTE

La nouvelle stratégie de développement touristique de l'Office de tourisme a pour objectif de se baser sur l'existant. L'offre patrimoniale, culturelle et historique est identifiée par un inventaire du territoire. Aujourd'hui, la majorité des sites présents et des potentiels touristiques, n'est pas valorisée.

L'offre touristique du territoire est actuellement faible et dans le cadre du collectif Landes Intérieures, l'apport touristique du Pays Grenadois reste minime. L'objectif est donc de valoriser le Pays Grenadois dans ce paysage touristique, tout en apportant du poids au réseau des Landes Intérieures. En effet, une nouvelle offre permettra d'augmenter l'attractivité du Pays Grenadois et de fait, de l'ensemble des Landes Intérieures.

OBJECTIFS

- **Spécifique** : créer une offre touristique de qualité sur le territoire
- **Mesurable** : nombre de sites valorisés et l'offre touristique développées
- **Atteignable** : priorisation des potentiels touristiques à développer
- **Réaliste** : se baser sur l'existant pour créer une offre cohérente, qui ne ment pas aux visiteurs
- **Temporaire** (fixer la durée) : la mise en tourisme de l'ensemble du territoire sera progressive pour créer une cohérence territoriale

MODE OPÉRATIONNEL

inventaire du patrimoine, analyse du patrimoine pour identifier les potentiels touristiques, sollicitation des Mairies accueillant les sites, imagination de la mise en tourisme, sollicitation d'un prestataire extérieur

PUBLICS VISÉS

touristes, habitants locaux

TEMPORALITÉ

Plusieurs années seront nécessaires pour à termes créer des parcours touristiques thématiques sur l'ensemble du territoire

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

travail de réflexion sur la mise en tourisme, accompagnement de sociétés spécialisées

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



- nombre de sites valorisés
- fréquentation des sites et utilisation des dispositifs développés



FICHES INDIVIDUELLES - LANDES CHALOSSE

Fiche action individuelle 1 - Landes Chalosse : Travaux du siège de l'office Landes Chalosse pour en faire un lieu expérientiel du territoire

RAISON / CONTEXTE

Les offices de tourisme sont devenus ces dernières années non plus des vitrines du territoire ou de simples lieux d'accueil mais des véritables lieux expérientiels qui attirent autant les touristes que les locaux (référence: Marmande, le Seignanx, Bergerac, Agen...).

Quand on sait que 9 touristes sur 10 ne passent pas par un OT, il est crucial de travailler son office de tourisme en ce sens pour en faire un passage obligé du parcours clients (mixant conseil personnalisé, espace de rencontre, espace boutique, ateliers et expériences, immersion etc...).

C'est dans cette veine que s'inscrit le collectif Landes Intérieures et notamment l'OT Landes Chalosse.

OBJECTIFS

- **Spécifique**: donner accès à nos visiteurs en mode de "découverte privilégiée" de notre territoire avec un OT beau, authentique et immersif / rendre les habitants fiers de ce nouvel équipement / en faire un espace de travail et de promotion pour nos prestataires / livrer un espace de travail digne de ce nom pour les équipes
- **Mesurable**: repenser le parcours clients, afin in fine d'en augmenter la fréquentation (tant des touristes que des locaux, auprès de qui le sentiment de fierté et d'appartenance doit être prégnant) / Augmenter l'espace boutique, sa mise en scène et donc in fine le CA
- **Atteignable** : il s'agit d'être honnête dans la conception de l'espace que nous souhaitons développer, dans l'histoire que nous voulons raconter et réaliste dans les actions commerciales à fixer. Des indicateurs de performances et de résultats jalonnent déjà l'activité de l'OT actuel; ils seront évidemment réévalués en fonction du nouvel équipement
- **Réaliste** : il s'agit d'être honnête et juste dans l'histoire que nous allons raconter. L'idée n'est pas de "survendre" un territoire mais bien d'en expliquer toutes les subtilités avec une forte volonté esthétique
- **Temporaire** (fixer la durée): développer des outils de développement touristique pérennes voués à être des structures qui durent dans le temps

MODE OPÉRATIONNEL

La collectivité Chalosse Tursan réfléchit depuis plusieurs années au nouvel aménagement de son OT extra communautaire. Un travail a été mené entre 2018 et 2020 sur un lieu patrimonial face à l'OT actuel, appelé communément la maison Darqué. Une étude de programmation, le choix de



l'architecte et les 1ères esquisses architecturales ont été menées amenant à l'abandon de ce projet pour un problème de coût.

Depuis 2022, une nouvelle réflexion est en cours, celle de rénover totalement notre lieu actuel en épousant de nouveaux espaces non exploités jusqu'alors. Nous avons adapté l'étude de programmation au nouveau lieu choisi, choisi l'architecte; réalisé les 1ères esquisses et sommes en cours de choisir le muséographe-concepteur.

Nous souhaitons que ce lieu allie espace d'accueil-boutique-billetterie-espace de convivialité-salon de thé (patio)-espaces bureaux collectifs, partagés, individuels- salle de dégustation- espace immersif et lieu scénographié pour "vivre l'expérience de la Chalosse". A ce titre nous avons 3 OT références: l'OT de Val de Garonne à Marmande, l'OT d'Agen et l'OT de Montréal du Gers.

Le porteur de projet et financeur est la Communauté de communes Chalosse Tursan au bénéfice de son OT extra communautaire, la SPL Destination Landes Chalosse. Les travaux concernent du gros œuvre, du réaménagement et de la muséographie-scénographie.

A noter que notre lieu actuel est inscrit au Monument Historique. Il couvre 600 mètres carrés à réhabiliter sur 3 niveaux.

Le projet de rénovation couvre l'ensemble de cet espace, que ce soit d'un point de vue intérieur comme extérieur (traitement des façades, de la placette devant l'OT, du patio).

Évidemment le nouvel espace fera place au maximum d'économie d'énergie possible, aux matériaux durables, autant que faire se peut aux industries locales, et les nouvelles conditions de travail rendues optimales répondront aux exigences de QVT et de RSE.

PUBLICS VISÉS

Il s'agit à la fois de recevoir les touristes, les prestataires, les collaborateurs de l'OT et les habitants. Nous souhaitons que cet espace soit un lieu de fierté pour les habitants, qu'ils se sentent heureux d'y amener amis et famille comme un passage "obligé" dans leurs vacances et découverte de notre territoire.

TEMPORALITÉ

2024: Esquisses finales / choix du muséographe / Avant projet sommaire / Avant Projet Définitif / Permis de construire/ Début des travaux/ Déménagement temporaire de l'OT actuel

2025: Travaux / inauguration fin 2025

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Le porteur de projet et financeur est la Communauté de communes Chalosse Tursan au bénéfice de son OT extra communautaire, la SPL Destination Landes Chalosse.

Projet ambitieux de près de 2 millions d'euros HT (entre gros œuvres et scénographie) pour le projet pour 600m2 de locaux à réhabiliter. La scénographie est estimée à 300 000€ HT (hors coût d'études), le reste étant nécessaire pour les travaux de gros œuvres.

Les co-financeurs de ce projet seront (en cours d'approche), le département des Landes, la DRAC, le PETR, la DETR

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs de fréquentation,

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



- niveau de satisfaction des publics visés,
- retombées presse,
- chiffres d'affaires boutique et autres actions commerciales



FICHES INDIVIDUELLES - LANDES CHALOSSE

Fiche action individuelle 2 - Landes Chalosse:

Mise à niveau esthétique des BIT d'Amou et d'Hagetmau

RAISON / CONTEXTE

Une fois le siège de Saint-Sever réhabilité et au goût du jour, les BIT permanents d'Amou et d'Hagetmau vont nécessiter de menus travaux d'embellissement pour épouser la même esthétique que Saint-Sever

OBJECTIFS

- **Spécifique:** donner accès à nos visiteurs en mode de "découverte privilégiée" de notre territoire avec un OT beau, authentique et immersif / rendre les habitants fiers de ce nouvel équipement / en faire un espace de travail et de promotion pour nos prestataires / livrer un espace de travail digne de ce nom pour les équipes
- **Mesurable:** repenser le parcours clients, afin in fine d'en augmenter la fréquentation (tant des touristes que des locaux, auprès de qui le sentiment de fierté et d'appartenance doit être prégnant) / Augmenter l'espace boutique, sa mise en scène et donc in fine le CA
- **Atteignable** : il s'agit d'être honnête dans la conception de l'espace que nous souhaitons développer, dans l'histoire que nous voulons raconter et réaliste dans les actions commerciales à fixer. Des indicateurs de performances et de résultats jalonnent déjà l'activité de l'OT actuel; ils seront évidemment réévalués en fonction du nouvel équipement
- **Réaliste** : il s'agit d'être honnête et juste dans l'histoire que nous allons raconter. L'idée n'est pas de "survendre" un territoire mais bien d'en expliquer toutes les subtilités avec une forte volonté esthétique
- **Temporaire** (fixer la durée): développer des outils de développement touristique pérennes voués à être des structures qui durent dans le temps

MODE OPÉRATIONNEL

Une fois le siège repensé et réhabilité, les 2 BIT permanents doivent être dans la même veine, a minima, de l'ambiance déclinée à Saint Sever, ceci afin d'avoir un fil rouge, une harmonie entre les différents lieux d'accueil qui structurent l'OT Landes Chalosse.

En 2024, le travail scénographique, l'histoire, l'ambiance que nous voulons offrir, va être développée.

Les travaux de Saint Sever auront lieu en 2025. Les 2 BIT seront traités à partir 2026 une fois le "cahier de tendances Landes Chalosse" élaboré.

Évidemment le nouvel espace fera place au maximum d'économie d'énergie possible, aux matériaux durables, autant que faire se peut aux industries locales, et les nouvelles conditions de travail rendues optimales répondront aux exigences de QVT et de RSE.



PUBLICS VISÉS

Les mêmes publics que ceux reçus à Saint-Sever: Il s'agit à la fois de recevoir les touristes, les prestataires, les collaborateurs de l'OT et les locaux. Nous souhaitons que cet espace soit un lieu de fierté pour les habitants, qu'ils se sentent heureux d'y amener amis et famille comme un passage "obligé" dans leurs vacances et découverte de notre territoire.

TEMPORALITÉ

2024: Esquisses finales / choix du muséographe / APS / APD/ Permis de construire/ Début des travaux/ Déménagement temporaire de l'OT actuel + 2025: Travaux, inauguration fin 2025 ⇒ cf la fiche 1 au dessus

2026: Mise à niveau esthétique des locaux d'Amou et d'Hagetmau

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Il s'agit d'une remise à niveau esthétique: repeindre les murs au couleur de Lande Chalosse, acquérir du mobilier Boutique et Accueil en adéquation avec le territoire.

Budget estimé: 40 000€ HT

Financeurs: EPCI et/ ou SPL

Co financeurs: département des Landes / Région Nouvelle Aquitaine / Programme Leader

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs de fréquentation,
- niveau de satisfaction des publics visés,
- retombées presse,
- chiffres d'affaires boutique et autres actions commerciales



FICHES INDIVIDUELLES - LANDES CHALOSSE

Fiche action individuelle 3 - Landes Chalosse:

Acquisition et installation d'un nouveau serveur digital et téléphonique

RAISON / CONTEXTE

L'office de tourisme Landes Chalosse est une SPL (société publique locale) à 2 actionnaires publics (la Communauté de communes Chalosse Tursan et la communauté de communes Coteaux et Vallées des Luys) depuis le 1er janvier 2020. Jusqu'à présent, ses données numériques étaient sauvegardées chez et par son actionnaire majoritaire, la CDC Chalosse Tursan.

Or, le 2 janvier 2023 la collectivité a subi un hacking informatique de haute volée entraînant la perte de l'intégralité de ses données, et donc par la même ; la perte de l'intégralité des données numériques de l'OT. Suite à cet événement traumatisant, l'OT souhaite avoir sa propre technique de sauvegarde et de téléphonie professionnelle, logique par ailleurs suite à l'indépendance structurelle acquise ses dernières années par l'OT.

Il s'agit donc pour la SPL de se munir de nouveaux équipements permettant :

- La sauvegarde des données numériques via un Cloud sécurisé
- D'acquérir une nouvelle plateforme téléphonique et internet, plus opérationnelle que celle actuelle et regroupant l'ensemble des services (téléphones fixes, internet permanent et temporaire pour les accueils saisonniers, téléphonie fixe, téléphonie portable, standard téléphonique)

OBJECTIFS

- **Spécifique:**
- **Mesurable:** repenser le parcours clients, afin in fine d'en augmenter la fréquentation (tant des touristes que des locaux, auprès de qui le sentiment de fierté et d'appartenance doit être prégnant) / Augmenter l'espace boutique, sa mise en scène et donc in fine le CA
- **Atteignable** : il s'agit d'être honnête dans la conception de l'espace que nous souhaitons développer, dans l'histoire que nous voulons raconter et réaliste dans les actions commerciales à fixer. Des indicateurs de performances et de résultats jalonnent déjà l'activité de l'OT actuel; ils seront évidemment réévalués en fonction du nouvel équipement
- **Réaliste** : il s'agit d'être honnête et juste dans l'histoire que nous allons raconter. L'idée n'est pas de "survendre" un territoire mais bien d'en expliquer toutes les subtilités avec une forte volonté esthétique
- **Temporaire** (fixer la durée): développer des outils de développement touristique pérennes voués à être des structures qui durent dans le temps

MODE OPÉRATIONNEL

Le choix pour l'OT d'acquérir son indépendance concernant sa sauvegarde de données et sa nouvelle téléphonie est liée à la maturité acquise par la structure. En 2020, à la création de la SPL, il était confortable pour l'OT de rester dans le serveur et la téléphonie de la CDC Chalosse Tursan.



Les années passants, la SPL s'est professionnalisée et est désormais prête à se doter de ses propres outils. Par ailleurs, c'est nécessaire également d'un point de vue comptable et juridique que les éléments soient bien distincts. Enfin, suite au hacking subi en début d'année, la traumatisme est tel qu'il est nécessaire pour l'OT de trouver une technologie plus adaptée à son cœur de métier, le tourisme, avec des prestataires comprenant les enjeux en cours dans ce domaine d'activité.

La société choisie est une société de Nouvelle Aquitaine, spécialisée dans l'accompagnement numérique et téléphonique des offices de tourisme. Elle travaille avec de gros OT de Nouvelle Aquitaine, comme celui de la Vallée de la Dordogne par exemple.

PUBLICS VISÉS

Il s'agit de mobiliser des moyens techniques et humains (ingénierie) au sein de l'OT pour mener à bien ce projet avec le prestataire qui a été choisi.

Le public visé en 1er lieu est l'équipe de l'OT. Il convient de lui donner les moyens de travailler correctement et d'essayer, autant que faire se peut, de ne plus revivre le traumatisme d'un hacking.

Et in fine, améliorer le travail collaboratif, c'est améliorer l'ensemble des services proposés par l'OT aux touristes, aux prestataires, aux élus.

TEMPORALITÉ

2023: Contractualisation avec le prestataire

Janvier - avril 2024: Arborescence de la nouvelle organisation - Fin des contrats commerciaux en cours - Transfert des données - Installation nouveaux matériels numériques et téléphoniques - Formation des équipes - Mise en opérationnalité

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Financier: SPL Destination Landes Chalosse

Coût: 12569€ HT d'investissement

Co-financeurs: la Région Nouvelle Aquitaine

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- Satisfaction des équipes
- Données plus fluides
- Économies financières
- Meilleures réponses à la clientèle



FICHES INDIVIDUELLES - LANDES CHALOSSE

Fiche action individuelle 4 - Landes Chalosse:

Nouveau site internet Landes Chalosse

RAISON / CONTEXTE

Notre site internet actuel aura 10 ans en 2025. Même si des opérations d'améliorations sont effectuées chaque année, il est temps de repenser à une nouvelle interface plus enclin avec les tendances graphiques actuelles et plus propices à développer l'activité commerciale intrinsèque à une SPL

OBJECTIFS

- **Spécifique**: site dédiée aux richesses de la Chalosse
- **Mesurable**: augmentation du trafic, augmentation des ventes (billetterie notamment)
- **Atteignable** : outil indispensable à notre activité mais totalement maîtrisée de part notre spécificité de "communicant"
- **Réaliste** : il s'agit d'être réaliste dans les coûts qui seront pratiqués
- **Temporaire** (fixer la durée): 10 ans

MODE OPÉRATIONNEL

- 2024: définition d'un cahier des charges et recherche d'un partenaire
- 2025: développement et bascule de l'interface.
- fin 2025: opérationnalité du site pour être en lien avec l'ouverture du nouvel OT

PUBLICS VISÉS

Le site doit accompagner tout le parcours client: l'avant séjour, le séjour, l'après séjour
Il doit aussi être un outil de découverte et de consommation des habitants
Enfin, il doit répondre aux demandes de notre public étranger, en 1er lieu espagnol et anglais

TEMPORALITÉ

- 2024: définition d'un cahier des charges et recherche d'un partenaire
- 2025: développement et bascule de l'interface.
- fin 2025: Opérationnalité du site pour être en lien avec l'ouverture du nouvel OT

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Aux alentours de 40 000€

Co financeurs: SPL / Conseil départemental / Région service TIC

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs d'audience et de trafic
- avis
- niveau de satisfaction des publics visés,
- retombées presse,
- chiffres d'affaires boutique et autres actions commerciales



FICHES INDIVIDUELLES - LANDES CHALOSSE

Fiche Action individuelle 5- Landes Chalosse :

Développer Open Street Map pour la valorisation touristique de l'offre locale

RAISON / CONTEXTE

Depuis 2020, l'OT saisit ces infos sur Open Street Map, mais le territoire étant très gros (66 communes) il est difficile d'avoir une info actualisée et de pouvoir se déplacer dans chacune des communes.

Par ailleurs, l'OT Landes Chalosse a pour objectif de réduire la production d'information touristique à usage éphémère, et de participer également à des outils collaboratifs libres de droit. La démarche de développer l'usage d'Open Street Maps rentre dans cette ambition.

OBJECTIFS

- **Spécifique**: donner accès à nos visiteurs à toute l'information touristique sur les supports numériques pertinents
- **Mesurable**: Réduire la production de support en version papier
- **Atteignable** : l'Ot dispose d'ores et déjà de beaucoup d'informations mobilisables pour ce support. Le plan de collecte sera le point stratégique à bien traiter
- **Réaliste** : l'idée est de simplifier l'accès à la donnée touristique
- **Temporaire** (fixer la durée): l'OT souhaitant mobiliser les acteurs locaux publics pour y intégrer un maximum de données fiables, l'objectif de mise en oeuvre est 2024 pour un aboutissement dans le courant de l'année 2025

MODE OPÉRATIONNEL

S'inspirer du travail mené par nos collègues de Mont de Marsan et de Pays Tarusate pour décliner une organisation qui fait sens

PUBLICS VISÉS

Les résidents du territoire, les visiteurs excursionnistes ou touristes.

TEMPORALITÉ

2024: collecte documentaire et saisie

2025: bascule dans le nouveau site @ de l'OT

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Chaque projet ayant ses propres ambitions et contraintes, cela peut aller de quelques milliers d'euros (achat de petits mobiliers par exemple) à un projet plus ambitieux

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- suivi du tableau de bord des support papier produit

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



- nombre de connexion sur Open Street Maps
- nombre d'objectifs d'informations collectées dans le plan de collecte



FICHES INDIVIDUELLES - MONT DE MARSAN AGGLOMERATION

Fiche Action individuelle 1 - Mont de Marsan Agglo:

Développer Open Street Maps pour la valorisation touristique de l'offre locale dans l'optique de réduire la production d'informations sur support papier

RAISON / CONTEXTE

Depuis 2021, l'OTCA de Mont de Marsan Agglomération a pour objectif de réduire (et à terme supprimer) la production d'information touristique "à usage éphémère". Pour cela, un premier investissement a été fait pour s'équiper de l'outil Roadbook.

La démarche de développer l'usage d'Open Street Maps rentre dans cette continuité.

OBJECTIFS

- **Spécifique:** donner accès à nos visiteurs à toute l'information touristique sur les supports numériques pertinents
- **Mesurable:** Réduire la production de support en version papier
- **Atteignable :** car l'OTCA dispose d'ores et déjà de beaucoup d'informations mobilisables pour ce support. Le plan de collecte sera le point stratégique à bien traiter
- **Réaliste :** l'idée est de simplifier l'accès à la donnée touristique
- **Temporaire (fixer la durée):** l'OTCA souhaitant mobiliser les acteurs locaux publics pour y intégrer un maximum de données fiables, l'objectif de mise en oeuvre est 2024 pour un aboutissement dans le courant de l'année 2025

MODE OPÉRATIONNEL

L'OTCA ayant déjà une expertise sur ce type de projet, il sera le maître d'ouvrage pour l'Agglomération et les services municipaux des sports notamment pour collecter la donnée. L'OTCA s'appuiera sur Landes Attractivité qui a déjà engagé une démarche dans une logique collective.

PUBLICS VISÉS

Les résidents du territoire, les visiteurs excursionnistes ou touristes.

TEMPORALITÉ

Chaque projet a sa propre temporalité. cela peut aller des quelques mois pour une simple réhabilitation à plusieurs années dans la cadre par exemple des travaux très importants prévus pour l'OT Landes Chalosse



COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Chaque projet ayant ses propres ambitions et contraintes, cela peut aller de quelques milliers d'euros (achat de petits mobiliers par exemple) à un projet plus ambitieux

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- suivi du tableau de bord des support papier produit
- nombre de connexion sur Open Street Maps
- nombre d'objectifs d'informations collectées dans le plan de collecte



FICHES INDIVIDUELLES - MONT DE MARSAN AGGLOMERATION

Fiche Action individuelle 2 - Mont de Marsan Agglo: Améliorer la signalétique touristique sur le territoire

RAISON / CONTEXTE

Mont de Marsan Agglomération est un territoire urbain concentré autour de 2 communes : Mont de Marsan et Saint-Pierre-du-Mont. La signalisation et la signalétique touristique est structurées. Sur les 16 autres communes, plus rurales, un travail de valorisation par la signalétique est nécessaire.

OBJECTIFS

- **Spécifique**: Valoriser les pépites de chaque territoire constitutif de l'Agglomération et de ses environs
- **Mesurable**: installer des panneaux d'information touristique sur les secteurs les plus pertinents de chaque commune afin de valoriser les commerces mais également les sites moins connus mais qui valent le détour
- **Atteignable** : car l'OTCA dispose d'ores et déjà de beaucoup d'informations mobilisables pour ces supports.
- **Réaliste** : l'idée est de simplifier l'accès à la donnée touristique et de valoriser l'offre déjà existante
- **Temporaire** (fixer la durée): Cette action n'est pas nécessairement prioritaire mais tout à fait pertinente pour toutes les communes, celle-ci doit être envisagée sur une année budgétaire de l'Agglomération dans les 5 années à venir

MODE OPÉRATIONNEL

L'OTCA assurera l'Assistance à Maîtrise d'Ouvrage et pourra proposer le gabarit déjà étudié pour ce type de support.

Cela sera présenté aux élus dans le courant du premier semestre 2024 pour une mise à en œuvre à définir avec eux.

PUBLICS VISÉS

Les résidents du territoire, les visiteurs excursionnistes ou touristes.

TEMPORALITÉ

Du fait du caractère moins stratégique de l'action et de la nécessité d'accord avec les communes, le projet doit s'étaler sur l'intégralité de l'appel projet

Envoyé en préfecture le 10/06/2024

Reçu en préfecture le 10/06/2024

Publié le 10/06/2024

ID : 040-244000808-20240604-2024_06_0095-DE



EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- nombre de panneaux installés (à minima 18 : 1 par commune)



FICHES INDIVIDUELLES - MONT DE MARSAN AGGLOMERATION

Fiche Action individuelle 3 - Mont de Marsan Agglo: Mettre en oeuvre un plan d'actions RSE

RAISON / CONTEXTE

L'OTCa de Mont de Marsan Agglomération a initié en 2023 un diagnostic RSE, financé par l'AFDAS. Ceci a permis la mise en œuvre d'un accompagnement de 5 jours (toujours en cours avec une finalisation en mars 2024) pour réaliser un diagnostic interne et définir un premier niveau de plan d'actions.

La nécessité de réaliser un état des lieux des besoins des acteurs locaux est ressorti.

OBJECTIFS

- **Spécifique**: Accompagner le changement face aux enjeux que les démarches RSE font ressortir
- **Mesurable**: afin d'identifier le nombre de prestataires "sensibles" et donc à sensibiliser sur le sujet
- **Atteignable** : car l'OTCA doit disposer d'une méthode et d'une visibilité sur les choses potentiellement réalisables du fait de la complexité de la thématique
- **Réaliste** : afin que l'action soit appropriée par tous les acteurs locaux (dont les Institutionnels)
- **Temporaire** (fixer la durée): Cette action va nécessiter l'intégralité de la durée de l'appel à projet (et les dépassera certainement)

MODE OPÉRATIONNEL

L'OTCA va réaliser un état des lieux des attentes, besoins et questionnements des acteurs du tourisme local.

Parallèlement, un travail est en cours auprès d'une association d'entreprises - la BARRE des territoires - pour travailler sur l'employabilité et les services à apporter à leurs salariés.

L'OTCA aura probablement besoin de soutien et de financement sur de la formation auprès de ces publics

PUBLICS VISÉS

Les entreprises du territoire

TEMPORALITÉ



Du fait du caractère stratégique de l'action et de la nécessité de mobiliser le plus grand nombre, le projet doit s'étaler sur l'intégralité de l'appel projet

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- nombre d'entreprises ayant répandu à l'audit initial
- nombre de sessions de formation en la matière



FICHES INDIVIDUELLES - MONT DE MARSAN AGGLOMERATION

Fiche Action individuelle 4 - Mont de Marsan Agglo: Etude hébergement touristique

RAISON / CONTEXTE

Lors de son séminaire interne (élus et techniciens) du 24 novembre 2023, L'OTCA a pu constater que dans plusieurs ateliers de travail, la récurrence des interrogations sur l'hébergement touristique est apparue. Des interrogations sur l'hôtellerie, l'opportunité de développer une offre d'hôtellerie de plein air, la création d'une nouvelle aire de camping-cars, la carence ou non en auberge de jeunesse ou hébergement équivalent... autant de questions sans réponses à ce jour.

OBJECTIFS

- **Spécifique:** Valider un état des lieux de la situation du territoire, disposer de données de comparaison avec des territoires équivalents
- **Mesurable:** afin d'identifier les besoins d'investissement publics ou privés
- **Atteignable** : car l'OTCA doit disposer d'une méthode et d'une visibilité sur les choses potentiellement réalisables du fait de la complexité de la thématique
- **Réaliste** : afin que l'action soit appropriée par tous les acteurs locaux (dont les Institutionnels)
- **Temporaire** (fixer la durée): Cette action va nécessiter l'intégralité de la durée de l'appel à projet (et les dépassera certainement)

MODE OPÉRATIONNEL

Réalisation d'une étude de marché sur ces différents modes d'hébergement

PUBLICS VISÉS

L'Agglomération pour une prise de décision et la définition d'un plan d'actions

TEMPORALITÉ

Pas de temporalité précise à ce jour. Probablement en 2025.

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- rendu de l'étude
- rédaction d'un plan d'actions



FICHES INDIVIDUELLES - TERRE DE CHALOSSE

Fiche Action individuelle 1 - Terre de Châlosse: Réaménagement du lieu d'accueil de l'Office de tourisme pour l'imprégner de l'identité du territoire - Ouverture d'une boutique

RAISON / CONTEXTE

Avec une fréquentation en baisse du nombre de visiteurs entrant en Office de Tourisme, notre réseau doit se réinventer et devenir des endroits expérientiels donnant le ton de la destination et mettant en valeur ses piliers et ses partenaires. A ce titre, de nombreux Office de Tourisme ont sauté le pas avec une vision éco-responsable. Il est à noter, également, pour le territoire Terres de Châlosse que les 34 villages ne proposent pas ou peu de commerces faisant la part belle aux produits locaux (producteurs, artisans et créateurs locaux). L'Office de tourisme Terres de Châlosse souhaite réaliser dans son bureau principal de Montfort-en-Châlosse un réaménagement scénographique mettant en lumière ses avantages touristiques avec la création d'une boutique éco-responsable.

OBJECTIFS

- **Spécifique:** Immerger nos visiteurs dans le territoire, pour ce faire notre Office doit véhiculer en un clin d'œil son ADN en pensant éco-conception, design sensoriel et bio-inspiration.
- **Mesurable:** repenser le parcours clients, afin in fine d'en augmenter la fréquentation et le mesurer sur les commentaires qualité et les outils de GRC Tourinsoft.
- **Atteignable** : L'Office de Tourisme Terres de Châlosse étant tout neuf, les travaux de scénographie seront plus simples dans leur conception intérieure et extérieure.
- **Réaliste** : d'être honnête et juste dans l'histoire que nous allons raconter. L'idée n'est pas de "survendre" un territoire mais bien d'en expliquer toutes les subtilités avec une forte volonté esthétique et moderne.
- **Temporalité** : développer des outils pérennes voués à être des structures qui durent dans le temps et qui pourront être modulées en fonction des saisons et des besoins.

MODE OPÉRATIONNEL

S'orienter vers un conseil / prestataire spécialiste des réaménagements touristiques et dans l'éco-conception.

PUBLICS VISÉS

Les OT nouvelle génération sont des outils de séduction destinés tant aux touristes qu'aux locaux. Les prestataires de l'OT peuvent aussi y trouver leur intérêt.



TEMPORALITÉ

2024 :

Sélection des projets en mai 2024

Mise en œuvre de la scénographie entre juin et octobre 2024

Ouverture de la boutique pour décembre 2024

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

A définir selon les devis des prestataires : Fourchette entre 8 000 et 15 000 euros comprenant, audit, l'achat de mobilier boutique et petits matériels.

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs de fréquentation,
- niveau de satisfaction des publics visés,
- retombées presse,
- chiffres d'affaires boutique et autres actions commerciales



FICHES INDIVIDUELLES - TERRE DE CHALOSSE

Fiche Action individuelle 2 - Terre de Chalosse:

Travailler une signalétique touristique pour favoriser le déplacement sur le territoire

RAISON / CONTEXTE

Dans nos villages, les éléments patrimoniaux sont partout. Parfois, nous passons à côté d'eux sans même les voir. Dans d'autres cas, nous souhaiterions un complément d'information à leur sujet. Pourquoi dès lors ne pas imaginer une signalétique qui permettrait de les valoriser et de mieux les faire connaître ?

Au-delà de la dimension touristique, c'est l'occasion d'une réflexion sur le patrimoine local, ce qui fait l'identité d'un village, d'une commune, d'un territoire.

L'office de tourisme Terres de Chalosse a identifié deux flux importants de visiteurs dans le cadre de son Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information. Une clientèle curiste (3 800 visiteurs par an) mais également avec la création de 3 parcours Terra Aventura depuis 2020, une nouvelle clientèle de + de 7 000 visiteurs par an.

Les Terr'aventuriers ont besoin d'informations touristiques sur le territoire sur lequel ils séjournent ou excursionnent. Dans le cadre de sa stratégie d'accueil touristique, l'Office de Tourisme Terres de Chalosse souhaite travailler sur cette cible de clientèle en lui donnant l'information nécessaire au départ des parcours de géocaching sous la forme d'une signalétique.

La clientèle curiste est friande de découverte du petit patrimoine rural qui leur permet d'animer leur cure de 21 jours avec des activités gratuites. Si l'Office de Tourisme a réalisé 2 parcours du patrimoine avec le village de Montfort-en-Chalosse et de Mugron, il n'est resté pas moins une multitude de lieux en Terres de Chalosse manquant d'information sur place (églises, arènes, chais etc.). Une signalétique sur d'autres communes serait nécessaire pour favoriser le déplacement sur le territoire.

OBJECTIFS

- **Spécifique:** Favoriser le déplacement touristique des visiteurs sur des points d'intérêts du territoire et ainsi donner un coup de pouce à l'économie locale (restaurants, fermes auberges, commerces de bouche, producteurs)
- **Avantages :** la valorisation des éléments présentés, la portée pédagogique, l'attrait touristique, la dynamique autour de ce type de projet qui peut déboucher sur un entretien du patrimoine mis en évidence.
- **Mesurable:** Des QR codes seront insérés sur cette signalétique. Leur scan donnera lieu à des statistiques via notre compte Google Analytics. Les lieux d'accueil physique seront sondés pour connaître leur fréquentation.



- **Atteignable** : afin que l'action soit appropriée, les acteurs locaux (communes, Communautés de Communes, sites patrimoniaux) seront rencontrés.
- **Temporalité** : 2025 -2026

MODE OPÉRATIONNEL

Un préalable souhaitable est de réaliser un inventaire des éléments qui pourraient être valorisés. Une étude, sur le type de supports requis, sera également mise en place également. Les communes seront en charge du nettoyage et de l'entretien des panneaux. L'Office tourisme se chargera des QR code et de la création des contenus (vidéos, liste exhaustive de l'économie locale valorisée, etc.). Les QR codes devront être réfléchis pour évoluer avec le temps et être réactualisés.

PUBLICS VISÉS

Terra aventuriers, curistes, mais également habitants qui pourront en bénéficier.

TEMPORALITÉ

2025: Elaboration du projet

2026 : Mise en place de la signalétique

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Communauté des communes, communes, Cave Coopératives, entreprises, Région.

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs de fréquentation,
- niveau de satisfaction des publics visés.



FICHES INDIVIDUELLES - TERRE DE CHALOSSE

Fiche Action individuelle 3 - Terre de Chalosse:

Animer le territoire avec la création

d'un temps fort dédié au foie gras

RAISON / CONTEXTE

La région Nouvelle-Aquitaine concentre la moitié des élevages français de canards gras. De nombreux petits élevages cohabitent avec quelques grands adhérents de groupes coopératifs ou privés. La filière des petits élevages est extrêmement présente en Terres de Chalosse. 50 % des petits éleveurs vendent en circuit court. L'attrait touristique et de la Chalosse est en grande partie lié à cette production artisanale, gage de qualité. La création d'un temps fort renforcerait son attrait touristique en hiver et permettrait aux autres acteurs touristiques de travailler en aile de saison.

OBJECTIFS

- **Spécifique:** Etude de faisabilité avec les acteurs concernés et une ingénierie événementielle
- **Mesurable:** afin d'identifier les besoins d'investissement publics ou privés
- **Atteignable :** L'Office de Tourisme Terres de Chalosse doit disposer d'une méthode et d'une visibilité sur les actions à mener potentiellement réalisables du fait de la complexité de la thématique
- **Réaliste :** Pour que l'action soit portée par l'ensemble des acteurs dont les institutionnels et son CDT
- **Temporalité :** 2025-2028

MODE OPÉRATIONNEL

Réalisation d'une étude de faisabilité et création d'une thématique d'évènement

PUBLICS VISÉS

Vacanciers épicuriens



TEMPORALITÉ

2024-2025 : Lancement de l'étude de faisabilité et de construction de l'évènement

2025 : Construction du plan d'action

2026 : Lancement de l'évènement

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Le coût n'est pas encore estimé à ce jour, ni les co-financeurs

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- rendu de l'étude
- rédaction d'un plan d'actions



FICHES INDIVIDUELLES - PAYS TARUSATE

Fiche Action individuelle 1 - Pays Tarusate:

Réaménagement des lieux d'accueil des offices de tourisme pour imprégner les locaux de notre identité.

RAISON / CONTEXTE

Les offices de tourisme sont devenus ces dernières années non plus des vitrines du territoire ou de simples lieux d'accueil mais des véritables lieux expérientiels qui attirent autant les touristes que les locaux (référence: Marmande, le Seignanx, Bergerac, Agen...).

Quand on sait que 9 touristes sur 10 ne passent pas par un OT, il est crucial de travailler son office de tourisme en ce sens pour en faire un passage obligé du parcours clients (mixant conseil personnalisé, espace de rencontre, espace boutique, ateliers et expériences, immersion etc...). C'est dans cette veine que s'inscrit le collectif Landes Intérieures. Certains OT ont déjà été repensés (ex: Terres de Chalosse, Mont de Marsan); les autres doivent suivre ce mouvement de fond.

OBJECTIFS

- **Spécifique:** Nos OT doivent être beaux, épurés, authentiques et immersifs. Ils doivent proposer à nos visiteurs un mode de "découverte privilégiée" de notre territoire et doivent être repensés entièrement dans cet esprit via l'installation d'outils numériques, d'un espace confortable, d'une boutique proposant les produits « phares » du territoire etc.
- **Mesurable:** Dans le but d'en augmenter la fréquentation et de proposer une réponse rapide et fiable aux visiteurs-clients de passage.
- **Atteignable :** Les locaux de l'OT du Pays Tarusate existent déjà et ont acquis une légitimité de par leur position dans la ville et sur le territoire, restent à en réorganiser l'intérieur pour augmenter l'expérience immersive du visiteur-client.
- **Réaliste :** L'idée n'est pas de "survendre" un territoire mais bien d'en expliquer toutes les subtilités avec une forte volonté esthétique
- **Temporalité:** L'idée serait de proposer cette nouvelle expérience pour la saison estivale prochaine.

MODE OPÉRATIONNEL

Fort de l'expérience de sa délocalisation menée en août 2022 le réaménagement de l'OT du Pays Tarusate concerne avant tout un réaménagement total de ses deux espaces intérieurs qui sont aujourd'hui confondus (la majorité des visiteurs-clients entrent par la mauvaise porte) et mal utilisés par les visiteurs-clients.



PUBLICS VISÉS

Les visiteurs-clients : touristes mais aussi et surtout habitants et nouveaux arrivants sur le territoire.

TEMPORALITÉ

Juin 2024

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Le coût moyen s'élève à 7000€

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs de fréquentation,
- niveau de satisfaction des publics visés,
- retombées presse,
- chiffres d'affaires boutique et autres actions commerciales



FICHES INDIVIDUELLES - PAYS TARUSATE

Fiche Action individuelle 2 - Pays Tarusate: Travailler une signalétique touristique pour favoriser le déplacement sur le territoire

RAISON / CONTEXTE

Dans nos villages, les éléments patrimoniaux sont partout. Parfois, nous passons à côté d'eux sans même les voir. Dans d'autres cas, nous souhaiterions un complément d'information à leur sujet. Pourquoi dès lors ne pas imaginer une signalétique qui permettrait de les valoriser et de mieux les faire connaître ?

Au-delà de la dimension touristique, c'est l'occasion d'une réflexion sur le patrimoine local, ce qui fait l'identité d'un village, d'une commune, d'un territoire.

L'office de tourisme du Pays Tarusate à l'image de l'OT de terre de chalosse, a créé 3 parcours Terra Aventura.

Les Terr'aventuriers ont besoin d'informations touristiques sur le territoire sur lequel ils séjournent ou excursionnent. Dans le cadre de sa stratégie d'accueil touristique, l'Office de Tourisme du Pays Tarusate souhaite travailler sur cette cible de clientèle en lui donnant l'information nécessaire au départ des parcours de géocaching sous la forme d'une signalétique.

Elle souhaite également satisfaire la curiosité de ses habitants et visiteurs de passage et qui sont friands de découverte du petit patrimoine rural.

En Pays Tarusate, les érudits de la riche histoire du territoire sont nombreux. Cette signalétique permettrait de mettre en avant leur savoir et leur travail et de le mettre à disposition des locaux comme des touristes de façon mutualisée et unique.

OBJECTIFS

- **Spécifique:** Favoriser le déplacement touristique des visiteurs sur des points d'intérêts du territoire et ainsi donner un coup de pouce à l'économie locale (restaurants, fermes auberges, commerces de bouche, producteurs)
- **Avantages :** la valorisation des éléments présentés, la portée pédagogique, l'attrait touristique, la dynamique autour de ce type de projet qui peut déboucher sur un entretien du patrimoine mis en évidence.
- **Mesurable:** Des QR codes seront insérés sur cette signalétique. Leur scan donnera lieu à des statistiques via notre compte Google Analytics. Les lieux d'accueil physique seront sondés pour connaître leur fréquentation.
- **Atteignable :** afin que l'action soit appropriée, les acteurs locaux (communes, Communautés de Communes, sites patrimoniaux) seront rencontrés.
- **Temporalité :** 2025 -2026



MODE OPÉRATIONNEL

Un préalable souhaitable est de réaliser un inventaire des éléments qui pourraient être valorisés. Une étude, sur le type de supports requis, sera également mise en place également. Les communes seraient en charge du nettoyage et de l'entretien des panneaux. L'Office tourisme se chargera des QR code et de la création des contenus (vidéos, liste exhaustive de l'économie locale valorisée, etc.). Les QR codes devront être réfléchis pour évoluer avec le temps et être réactualisés.

PUBLICS VISÉS

Terra aventuriers, mais également habitants qui pourront en bénéficier.

TEMPORALITÉ

2025: Elaboration du projet

2026 : Mise en place de la signalétique

COÛTS : moyens humains, financiers et co-financeurs

Communauté des communes, communes, entreprises, Région.

EVALUATION : quels indicateurs évaluation et performance

- indicateurs de l'action (évaluation, performance)
- indicateurs de fréquentation,
- niveau de satisfaction des publics visés.

A l'attention du Président de la région
Nouvelle Aquitaine,
Monsieur Alain Rousset
14, rue François de Sourdis
33077 BORDEAUX Cedex

Le 24 octobre 2023

Objet : Candidature collective à l'appel à projet régional ACTT

Monsieur le Président de la région Nouvelle Aquitaine,

Sous l'impulsion de la région Nouvelle Aquitaine et la mise en oeuvre des appels à projet NOTT, Mont de Marsan agglomération, les communautés de communes du Pays Grenadois, de Chalosse Tursan depuis 2015 et de Coteaux et vallées des Luys depuis 2020, se sont coordonnées pour mener à bien de nombreux projets à vocation touristique.

Aujourd'hui, les 3 offices de tourisme NOTT - qui fédèrent 4 intercommunalités- ont atteint les objectifs fixés en 2015, à savoir créer et travailler à l'échelle d'un territoire touristique pertinent avec une volonté de devenir une destination à part entière, communément appelée : Landes Intérieures.

Fort du travail engagé il y a maintenant plusieurs années, d'autres offices de tourisme se sont rapprochés du collectif initial Landes Intérieures, afin de travailler tous ensemble de manière plus efficace et durable sur notre destination touristique commune. Il s'agit des offices de tourisme affiliés aux communautés de communes du Pays Tarusate, de Terres de Chalosse et d'Aire sur l'Adour.

Convaincus qu'ensemble nous partageons des valeurs communes de tourisme vert et durable et que collectivement nous arriverons à faire émerger une image de marque de destination touristique, nous sommes très heureux de présenter ce jour notre candidature au nouvel appel à projet régional ACTT.

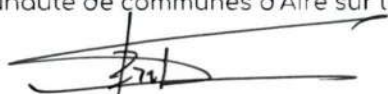
Charles DAYOT, Président
Mont de Marsan Agglomération



Christine FOURNADET, Présidente
Communauté de communes Coteaux et Vallées des Luys



Philippe BRETHERS, Président
Communauté de communes d'Aire sur l'Adour



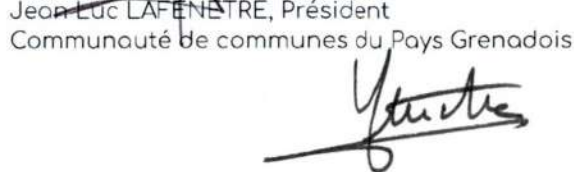
Didier GAUGEACQ, Président
Communauté de communes Terres de Chalosse



Pascale REQUENNA, Présidente
Communauté de communes Chalosse Tursan



Jean-Luc LAFENETRE, Président
Communauté de communes du Pays Grenadois



Laurent CIVEL, Président
Communauté de communes du Pays Tarusate

