

P3 Accueil / Information

P6 Promotion / Communication

P10 Animations

P12 Accompagnement & qualification des prestataires

P18 Commercialisation

P20 Développement / Stratégie touristique

P34 Ressources humaines







L'ORGANISATION TOURISTIQUE

L'Office de Tourisme Intercommunautaire des Landes d'Armagnac a été créé le 1er janvier 2014 par le Syndicat Mixte de Développement des Landes d'Armagnac.

Il regroupe anciennement les OT du Pays de Roquefort, du Gabardan et du Pays du Villeneuvois. L'office de tourisme a un statut de Régie SPA (Service Public Administratif) dotée d'une autonomie financière et gérée sous la forme d'un budget annexe du Syndicat Mixte de Développement des Landes d'Armagnac. La gouvernance est assurée par un Conseil d'Exploitation composé de 14 élus et de 12 socioprofessionnels représentant les activités et organismes du tourisme en Landes d'Armagnac. L'office de tourisme emploie 4 personnes à temps plein et dispose d'un budget d'environ 230 000€.



2 PAYSAGES

- Le Vignoble La forêt landaise
- Activités de loisirs
- 2 Voies vertes la Scandibérique

et les Petites Landes de Roquefort

- 25 boucles rando / étangs
- 4 boucles cyclotouristiques
- 2 Voies de pèlerinage :

St Jacques de Compostelle et St

Martin de Tours

Activité canoë

DES PEPITES PATRIMONIALES

- 2 bastides emblématiques
- Chapelle des cyclistes
- 4 visites de châteaux

TRADITIONS VIVANTES

- Course landaise (visites arènes, Ganaderia Buros)
 - Territoire festif

GASTRONOMIE

- L'Armagnac, produit phare et ses dérivés
- Produits identitaires et restaurants de qualité

DES DEMARCHES QUALITE

- Site Remarquable du Goût
- Vignobles et découverte
- Ecodestination
- Tourisme Gourmand

CAPACITE D'ACCUEIL*

• 1668 lits touristiques marchands et 3510 lits non marchands (résidences secondaires) *source chiffres 2019 du Comité Départemental du Tourisme

2020 : ANNÉE DU RENOUVELLEMENT DES MEMBRES DU CE

Le Conseil d'Exploitation est composé comme suit :

Collège des élus : M. Jean BARRERE, Mme Nadine BOUGUE,

M. Jean-Philippe BRUNELLO, Mme Ghislaine BUCLON,

M. Jean-Louis DEJEAN, M. Guillaume DEPOUMPS,

Mme Catherine DUPOUY, M. Alain GAUBE,

Mme Caroline HANSKENS, M. Michel HERRERO,

M. Gérald LEVASSEUR, Mme Véronique MOUDENS,

M. Gérard PORTET, M. Benoît TAUZIEDE

Collège des socio-professionnels : Mme Myriam DARZACQ, Mme Elisabeth LUCAS, M. Cédric COSTES, Mme Carole GARREAU, M. Jean Luc MAZUR, Mme Nelly LACAVE, M. Josselin DE RAVIGNAN, M. Frédéric BLONDEAU, M. Raymond FILHOL, Mme Chantal DARROUY,

M. Richard FREETH, Mme Myriam BIARNES

LA NOUVELLE PRESIDENCE DE L'OTLA



Alain Gaube, Président de l'Office de Tourisme, entouré de ses viceprésidents Myriam Darzacq et Jean-Philippe Brunello. Au 2^{ème} plan, Philippe Latry Président du Syndicat mixte et Madeleine Simao, directrice.

Il a été créé 3 commissions de travail :

- → Accueil/Information
- **□** Promotion/Communication
- Accompagnement des prestataires

L'ORGANISATION TOURISTIQUE

LE TERRITOIRE DES LANDES D'ARMAGNAC





CARTE D'IDENTITÉ*

2 Communautés de communes composées de 39 communes dont 3 dans le PNR des Landes de Gascogne

Population: 17 168 (recensement 2018)

Superficie: 1 277,96 km² Densité: 13,4 hab/km²

(+ forte densité sur pays de Villeneuve 29,4hab/km²)

Augmentation de la population de +3,24% sur l'ensemble du territoire entre 2010 et 2018 avec une plus forte augmentation sur la CDC du pays de Villeneuve de +4,27%. Et à l'échelle départementale +5,38%

* Source : observatoire du Comité Départemental du tourisme

LE SIÈGE SOCIAL DE L'OFFICE DE TOURISME

Il est situé 53, Place Royale à Labastide d'Armagnac

LES BUREAUX D'ACCUEIL

4 Bureaux d' Information Touristique (BIT)

- A Gabarret, Maison du Gabardan
- A Labastide d'Armagnac, Place Royale
- A Saint Justin, 23 Place des Tilleuls
- A Villeneuve de Marsan, 181 Grand' Rue
- + un point de documentation touristique à Roquefort, Communauté de Communes 31 chemin de Bas de Haut







ACCUEIL - INFORMATION - OBSERVATOIRE

L'ACCUEIL PHYSIQUE

La saison touristique en Landes d'Armagnac n'a pas échappé aux conséquences du COVID 19 malgré les conditions privilégiées offertes par les atouts du tourisme rural : grands espaces, sérénité et art de vivre. Aussi, l'OTLA a pris des mesures pour maîtriser l'accès physique aux BIT : distributeurs de gel hydroalcoolique, plexiglas de protection pour les banques d'accueil, affichage et marquage au sol pour le respect des gestes barrières ...

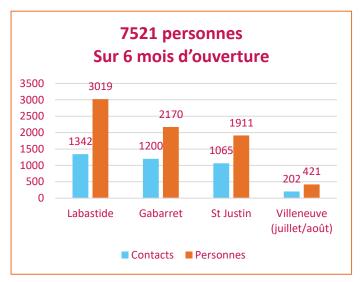
L'Office de tourisme a ouvert 6 mois (fermé au public pendant les confinements) pour un total de :

- ⇒ 3809 contacts
- ⇒ pour **7521 personnes renseignées**

Le bureau de Labastide a été ouvert 7j/7j entre le 6 juillet et le 23 août (le dimanche et jours fériés les après-midis uniquement).

Jusque début août la fréquentation globale des 4 BIT a été en recul d'environ 30% pour retrouver l'équilibre et être meilleure sur les 3 dernières semaines d'août en comparaison à 2019.

L'annulation ou l'absence des moments festifs si chers à notre identité explique en partie cette baisse.



Coup de frais pour le Bureau de Labastide!



Il a suffi d'un coup de pinceau blanc sur les huisseries pour éclairer l'entrée du bureau.

Nos communications spéciales COVID19 :

Après 90 jours d'absence, les BIT ont réouvert au public le 15 juin ! Tout y était : plexiglas, marquage au sol, distributeurs de gel hydroalcoolique... Mais au 30 octobre reconfinement !







O LES CLIENTÈLES DE L'OFFICE DE TOURISME

Type et motif de séjour

60% Excursionnistes 85% Agrément

25% Touristes 11% Santé (16% en 2019)

15% Locaux

Nette réduction de l'activité thermale de

Barbotan (4 mois d'ouverture sur 9)

Renfort des excursionnistes (landais et

départements limitrophes)

Camping-caristes plus nombreux (8%) Présence plus importante des itinérants

vélo/rando

Type de clientèle

85 % individuels / couples 12.5% familles

Accueil groupe quasi inexistant (10 visites commentées pour une cinquantaine en 2019)

La clientèle française

40% Nouvelle Aquitaine

13% Occitanie

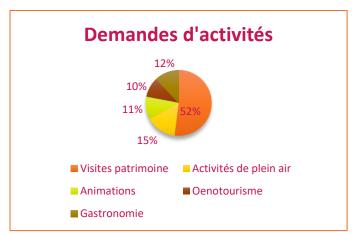
10% lle de France

Fréquentation importante de la population locale venue découvrir, voir se réapproprier les richesses touristiques locales à partager avec la famille/amis hébergés chez elle.

La clientèle étrangère

Elle représente habituellement 10% de nos visiteurs. **Cette année quasi nulle** à l'exception de quelques espagnols et belges (1,6%)

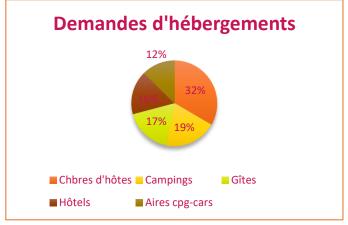
O LES DEMANDES DE L'OFFICE DE TOURISME



Quelques chiffres complémentaires pour des demandes spécifiques :

Chapelle des cyclistes : 162

Marchés : 55 Scandibérique : 51



Sur environ 200 demandes d'hébergements (contre 700 en 2019) on remarque une constance dans le type d'hébergement demandé avec en tête le locatif (chabres d'hôtes et gîtes) et un accroissement de la présence des campings-caristes.









ACCUEIL - INFORMATION - OBSERVATOIRE

L'ACCUEIL NUMÉRIQUE : site internet, tchat et wifi gratuit

SITE WEB WWW.TOURISME-LANDESDARMAGNAC.FR

29000 VISITEURS UNIQUES

90% Français puis Anglais et Espagnols (le site n'est pas encore traduit)

⇒ 85000 pages vues

TOP 6 des pages les plus visitées :

① Armagnac

2 Les Bastides

3 Sites à visiter

4 Balades/randos

5 En famille

6 Agenda

Pic de fréquentation le 29/09 jour de la diffusion du reportage de Labastide au 13h de TF1 :

494 visiteurs uniques pour 973 pages vues

Perte de -10% globalement (liée aux confinements) mais sur le cœur de saison on observe une progression de +27%

CONNEXION DEPUIS LES MOBILES 50% soit +3% (fortement liée à l'évolution des pratiques des usagers qui accèdent à l'information de plus en plus via les téléphones portables)

NOUVELLES RUBRIQUES:

« Les Greeters : visites avec un habitant » Dans A voir A faire

« Vivez nos micro-aventures » Dans Balades et randonnées : 4 idées de journées ou ½ journées de découverte

□ Page spéciale COVID 19

- Cette page regroupe les liens utiles aux professionnels comme aux visiteurs :
- Infos juridiques et liens vers les sites institutionnels pour les prestataires
- Liens vers les plateformes de vente en ligne et infos sur les initiatives locales pour les habitants



MISE EN LIGNE D'UN TCHAT

La mise en place de cette action est liée directement au contexte COVID 19 et a été réalisée post premier confinement. En effet, lors de la préparation de la saison estivale, très vite s'est posée la question concernant l'accueil physique, serait-il aussi important compte tenu des contraintes (gestes barrières...) et des méfiances du public ?



Ainsi, en considérant qu'un certain public pouvait se satisfaire de cette prise de contact différente avec l'office de tourisme, une solution « tchat » en ligne a été développée sur le site Internet via Facebook / Messenger.

100 personnes renseignées sur la saison.

WIFI GRATUIT



Les 4 bureaux d'accueil de l'OTLA proposent un accès WIFI gratuit (solution 2ISR) pour assurer la continuité de l'accès à l'information même en horaires de fermeture.

En 2020 ont été enregistrées 400 connexions (à l'identique de 2019) réparties comme suit : 260 Labastide, 74 Gabarret, 40 Villeneuve et 25 St Justin (répartition différente de 2019 qui était quasi identique pour les bureaux de Labastide, St Justin et Gabarret et inexistante à Villeneuve (8 connexions)).

L'ACCUEIL SUR LE TERRITOIRE : quelques chiffres & tendance

L'activité touristique 2020 sur le territoire, compte tenu du contexte sanitaire, laisse apparaître des ailes de saison très déficitaires, un mois de juillet difficile et un mois d'août plutôt satisfaisant voir meilleur que 2019 avec cependant des variantes en fonction des filières.

Données de fréquentation récoltées auprès de certains prestataires et sites touristiques

SITES	NBRE DE VISITEURS
CHAPELLE DES CYCLISTES	5135 (19 128 en 2019)
ÉCOMUSÉE DE L'ARMAGNAC	1934 (2 981 en 2019)
CHÂTEAU DE CAUMALE	1615 (4100 en 2019)
DOMAINE D'OGNOAS	1578 (6500 en 2019)
GANADERIA DE BUROS	1130 (6 500 en 2019)
CANOË LOISIR	900 (1500 en 2019)
CHÂTEAU DE RAVIGNAN	729 (1 076 en 2019)
MAISON DU GABARDAN	648 (3802 en 2019)
ESPACE DÉCOUVERTE ARMAGNACS DARROZE	212 (246 en 2019)
FERME LE HILLOT	165 (350 en 2019)
FERME DE L'HECSO	Fermé

LES HÉBERGEURS

Les **meublés** sont ceux qui s'en sortent le mieux (la collecte de la Taxe de Séjour en témoigne)
Les **chambres d'hôtes**, l'offre s'est bien réduite (fermetures) et remplissage compris entre 50 et 70%
Les **campings**, le parc locatif s'est bien rempli malgré une diminution des longs séjours (curistes, saisonniers)
et la désertification des clientèles étrangères, le taux d'occupation des emplacements nus a été moins bon (40%)

Les hôteliers, sont ceux qui ont le plus souffert (remplissage de 40% à 60%).

LES PRODUCTEURS ET ARTISANS

Constat d'une **augmentation du panier moyen sur le cœur de l'été** générant de meilleurs chiffres d'affaires malgré le manque d'évènements (marchés, fêtes...). La vente en ligne pendant les confinements s'est déployée

LES SITES DE VISITES ET ACTIVITES DE LOISIRS

Saison très resserrée avec une grosse affluence sur août bien meilleur que 2019.

Les ailes de saison très déficitaires, l'accueil groupe inexistant, l'évènementiel absent, n'ont pas permis un rééquilibrage sur le global de l'année.

L'INFORMATION

L'Office de tourisme des Landes d'Armagnac fait partie du réseau régional de SIRTAQUI (Système d'information régional d'Aquitaine) qui permet de gérer, partager et exploiter les données saisies localement par l'ensemble des Offices de Tourisme.

L'utilisation des données se fait en étroite coordination avec le Comité Départemental du Tourisme des Landes via l'outil TOURINSOFT.

La base de données SIRTAQUI est un outil de partage. Elle fait l'objet d'exports qui permettent au CDT40 de produire des éditions sur les évènements/animations, le Magazine Landes, la carte départementale... de l'ensemble du territoire des Landes sur des périodes touristiques et temps particuliers comme Le Grand Printemps des Landes, Tourisme Gourmand...

La base de données 2020 pour les Landes d'Armagnac (offre exhaustive connue) était constituée de **621 fiches**

- 161 Hébergements
- 98 Patrimoine culturel et naturel
- 18 Equipements de loisirs
- 15 Activités sportives et de loisirs
- 23 Restauration
- 30 Organismes et commerces
- 226 Fêtes et manifestations (COVID19, dont 135 annulées 596 fiches en 2019)
- 77 Dégustations / Producteurs

En raison du COVID19 et des gestes barrières imposés, l'OTLA a proposé un accès à l'information touristique « sans contact » via des QRcodes. Plastifiés pour être faciles à désinfecter et à afficher, ces derniers ont été largement distribués auprès de tous les partenaires de l'OTLA et de plusieurs commerces lors d'une tournée de lancement de saison. Plus de 1300 téléchargements ont été effectués.





L'OBSERVATOIRE

L'OTLA joue un rôle de collecte d'informations d'observation de l'activité touristique grâce aux missions en la matière du CDT40 et du CRT Nouvelle Aquitaine (fréquentation touristique, capacité d'accueil, enquêtes clientèles...).

De plus, l'OTLA met en place des indicateurs de suivi de l'économie touristique (taxe de séjour, nombres de nuitées, nombres de visiteurs dans les bureaux, fréquentation des sites touristiques majeurs, réseaux sociaux...).

Pour rendre ces indicateurs plus visibles et mieux communiquer auprès des élus et des porteurs de projets touristiques, l'OTLA a travaillé en 2020 sur la mise en place d'un support « **Chiffres clés du tourisme en Landes d'Armagnac** » qui sera diffusé début 2021.



L'Office de tourisme a pour mission de PROMOUVOIR ET VALORISER LES ATOUTS des Landes d'Armagnac au travers de tous les outils de communication dont il dispose : éditions papier, site Internet, réseaux sociaux, newsletters, contacts presse, voyages de presse en partenariat avec le CDT40 et CRT Nouvelle Aquitaine.

La promotion permet de déployer l'identité et l'image du territoire à travers la présentation des offres touristiques (hébergements, loisirs, gastronomie, manifestations...) et des services proposés.

NOS ÉDITIONS PAPIER

LE MAG TOURISTIQUE DES LANDES D'ARMAGNAC

On y trouve les lieux de visite et activités, la présentation exhaustive et qualifiée des adhérents de l'OTLA des Landes d'armagnac ainsi que les coordonnées des partenaires hors zone de compétence.



Des interviews permettent de mettre en avant certaines prestations, notamment les nouveaux partenaires et/ou activités. Pour 2020 :

- Joseph Baul, « Le Vélo Labastidien », nouveau loueur de vélos sur Labastide d'Armagnac
- Les Jardins d'Atyoula, écolieu pour l'accueil et la sensibilisation à l'environnement selon les principes de la permaculture à Losse
- Myriam Darzacq et son intégration à l'Académie des Dames du Floc
- Stéphane Iriberri berger de la Route de la Transhumance

Tirage: 7000 exemplaires (Graphiste et impression en externe) - Date de sortie: 20 mars 2020

Durabilité : toute l'année 2020 et jusqu'à la nouvelle édition 2021

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

Diffusion : par voie postale / dans les BIT de l'OTLA et hors les murs / sur site @/ remis aux prestataires lors d'une tournée de distribution en lancement de saison/ dans les mairies / dans des Offices des Landes (par courrier cette année en raison du Covid la Rencontre du Tourisme départementale ayant été annulée). L'information « sans contact » via les QR codes est venue compléter la diffusion du Mag.

LA COLLECTION DE DÉPLIANTS THÉMATIQUES

Ces dépliants réalisés par l'OT vont permettre une découverte en visite libre de lieux patrimoniaux culturels et naturels. Tirage : 2500 ex (réalisation en interne)

Les visites de villes

Roquefort, Labastide, Saint-Justin (support papier pour le parcours du Patrimoine installé dans les cités), Villeneuve et Gabarret (descriptif du patrimoine local) avec traduction en anglais et espagnol.

Les visites de sites

Lagunes de Nabias, Sources de Moncaut, Route des Etangs





LES BROCHURES ÉVÈNEMENTIELLES

Le supplément du MAG Printemps ÉDITION ANNULÉE 20 animations programmées

Le magazine du CDT pour le Grand Printemps des Landes est un Mag de conquête présentant une sélection d'animations. Nous éditons un supplément qui décrit de façon exhaustive et complète l'offre d'animation répondant aux critères du PDL du territoire.

Il est envoyé en avril à tous nos partenaires, mairies en même temps que le guide touristique

Tirage: 400 exemplaires (réalisation en interne)

Date de sortie : 1er avril 2020

Durabilité: Printemps

Public : notre clientèle en séjour

Diffusion : par voie postale / dans les BIT de l'OT / sur site @/ remis aux prestataires lors du

lancement de saison et par courrier / dans les mairies (envoi postal)

La 10ème édition de « Fêtez l'Esprit de l'Armagnac »

Ce livret événementiel d'automne des Landes d'Armagnac regroupe nos rendez-vous sur ce thème, dans les villages et dans les chais. Avec 4 pages supplémentaires, il intègre la **Semaine du Goût et l'Automne Gourmand** des Landes, la récente opération de promotion du département autour du Tourisme Gourmand.

Tirage: 500 exemplaires (au lieu de 4000 ex et conception/impression OT, externalisé

habituellement)

Date de sortie : 1^{er} septembre 2020 Durabilité : de septembre à décembre

Public : notre clientèle en séjour/ touristes potentiels qui en font la demande

Diffusion à 84 OT, 136 prestas, 41 collectivités, 6 organismes institutionnels (CDT,

CRT, BNIA..) + mailing à un fichier de 16000 contacts : prospects par la base Tourinsoft, 492

contact presse « spécialisée) etc....

Toutes les animations à partir du 30 octobre ont été annulées (2ème confinement)

Le dépliant des animations tenant lieu de Newsletter

La liste des animations est mise en page en interne tous les mois hors saison, toutes les semaines de juin à septembre sous forme de livret A5 (démarrage uniquement en juillet 2020 cause Covid19)

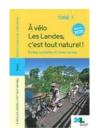
Tirage: selon les besoins dans les bureaux d'accueil

Public : notre clientèle en séjour/ touristes potentiels qui en font la demande

Diffusion : dans les bureaux d'accueil pour notre clientèle, par mailing chez les prestataires adhérents, les mairies, notre fichier prospects ayant demandé son envoi.

Les topos-guides rando / VTT

L'OTLA n'en réalise pas l'édition, la compétence revient au Conseil Départemental, mais en assure la promotion, la vente et contribue aux modifications de contenus lors des mises à jour annuelles. Il s'agit pour le territoire des Landes d'Armagnac de 3 Topo guides pour 25 boucles rando/VTT, de 4 boucles cyclotouristiques et de 2 circuits équestres. Un nouveau est venu compléter la collection pour des randos chez nos voisins gersois « Itinérance douce en Grand Armagnac ». Enfin, l'OTLA édite un support spécial pour la Scandibérique.





















LE SITE INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

LE SITE INTERNET

Conception et mise en ligne de 4 pages saisonnières sur tourisme-landesdarmagnac.fr avec 4 bandeaux repris sur Facebook

L'objectif est de mettre en avant les offres événementielles et d'activités de chaque saison. Ces nouveaux contenus permettent un meilleur référencement. Le ton se veut familier, décontracté, proche des publics en vacances.





Au sortir de la première phase de déconfinement







<u>LES R</u>ÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux ont plus que jamais été le moyen de communication le plus utilisé, adapté au contexte d'où leur développement :



https://www.facebook.com/landesdarmagnac

On approche les **4000 abonnés (+13%) sur Facebook** (référencement naturel) pour **150000 personnes atteintes (+20%)** par nos **370 publications**.

Mise en ligne en 2020 d'un groupe privé facebook

« Partenaires de l'OTLA » pour une communication d'avantage ciblée sur les informations professionnelles et permettre une interaction entre les acteurs du tourisme.

Nos fans

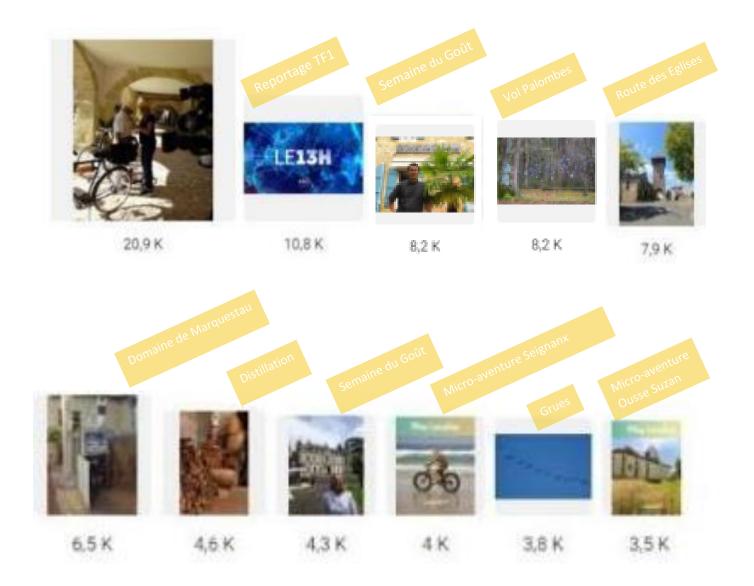
3775 fans (+12%) 3903 abonnés (+14%) Le Top 3 des abonnés

PAR VILLE		PAR PAYS	
MONT DE	7.5%	FRANCE	91.5%
MARSAN			
BORDEAUX	2.9%	BELGIQUE	1.2%
PARIS	2.5%	ESPAGNE	0.8%
TOULOUSE	1.6%		

Femmes 57.7% Hommes 42.3%

Au palmarès, les thèmes à succès :

- TF1 à Labastide d'Armagnac et plus largement les posts sur les reportages, diffusion à la télé ou à la radio.
- La Semaine du Goût, l'Automne Gourmand, le drive des restaurateurs.
- Les belles images de nos chais.
- Plus inattendu, la Route des églises du Villeneuvois pour les Journées du Patrimoine.
- Les lieux originaux : Domaine de Marquestau, la tonnellerie Bartholomo.
- Les belles photos : envol des palombes, de grues, lagunes de Nabias, couleurs d'automne, cèpes, les beaux villages (Montégut, Hontanx, Labastide, Saint-Justin).



Opération Micro aventures : action collective landaise à la sortie du confinement (juin)

Pilotée par le Comité Départemental du Tourisme des Landes, les Offices de tourisme des Landes se sont associés dans un esprit de solidarité entre les territoires pour créer #MesLandes, des micro-aventures landaises partagées via Facebook sur tout le département. L'objectif était d'attirer une clientèle de proximité répondant à un besoin d'évasion à la journée ou demi-journée avec cette promesse : « Changez de quotidien, osez des expériences insolites, faites des rencontres atypiques, repoussez vos limites par des pratiques originales ! »

Chaque OT a réalisé 3 micro-aventures mises en ligne par 3 autres OT.

Les Landes d'Armagnac ont publié :





Les Landes d'Armagnac Tourisme dies sent détendu à ... Ousse-Suzan, Aguitaine, France. 23 juin 2021 (Aver Mindurande, Les Laurises d'Armagnac premient la route d'Ousseche de la contra del la

Les 3 micro-aventures créées par l'OTLA et mises en ligne par :









Le Pavs Tarusate



Opération Calendrier de l'Avent en décembre (en soutien aux producteurs, artisans...)

25 posts

Couverture: 26947 vues / Moyenne par post: 1077

Vues Clics: 815 soit en moyenne 32 par post

Réactions : « J'aime et partages » : 704 soit 28 par post en moyenne





https://www.instagram.com/landesdarmagnactourisme/

C'est le réseau des amoureux des belles images. Cette année avec les confinements, l'absence d'animations, d'occasions de proposer des contenus vivants, c'est donc la thématique de la nature, des grands espaces qui a été privilégiée.

Nos fans

806 abonnés (+65%) soit une couverture de près de 1200 personnes atteintes (+54%) par nos 60 publications.

Les profils

Âge et genre

Femmes 62,9 %; Hommes 37,1 %

Principales villes

Mont-de-Marsan 8,8 %; Auch 2,5 %; Labastide-d'Armagnac 1,5 %; Paris 1,5 %; Saint-Justin 1,5 %

Principaux pays

France 62,9 %; Belgique 0,6 %; Allemagne 0,2 %; Espagne 0,2 %; Italie 0,2 % Les 3 meilleures couvertures et « j'aime »







Opération #fenêtresurlandesdarmagnac

Elle s'est déroulée pendant le 1^{er} confinement avec comme objectif d'inciter les personnes à prendre des photos de la nature, du printemps qui s'installe, depuis leur fenêtre (« confinés, mais positivons ! »).

LA PARTICIPATION A L'EDITION DE CONTENUS

ÉLABORATION DE CONTENUS POUR D'AUTRES PARUTIONS

Texte de présentation et photos pour un article de blog « L'origine des bastides landaises » - Editions Cairn

Photos et contacts pour le Mag numérique de Elstarecon au sujet de salles de séminaires à destination des entreprises et CE en Aquitaine.

Documents et contacts en vue d'un article sur les Sources de Moncaut pour la Dépêche du Bassin d'Arcachon.

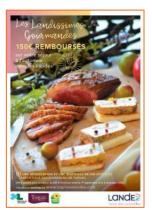
Contribution à la rédaction d'un article pour le MAG 2021 du Comité Départemental du Tourisme sur le thème "anecdotes" (Agence Signe des Temps)

PARTICIPATION À L'ÉLABORATION DE CONTENUS DANS LES GUIDES RÉGIONAUX OU NATIONAUX

L'Office de tourisme fournit des informations utiles aux mises à jour de certains guides régionaux et nationaux. En 2020, ce travail a concerné : Le Guide du Routard, Le Petit Futé.

LA PARTICIPATION AUX OPÉRATIONS DÉPARTEMENTALES

LES LANDISSIMES



Le département a réalisé un plan de relance en soutien à la filière touristique d'un million d'euros comprenant le dispositif suivant opérationnalisé par le CDT40 : 3 000 bons vacances de 150 € à valoir sur un séjour dans les Landes.

- Une première opération « Les Landissimes » : du 16 juin au 29 novembre (hors 25 juillet 21 août).
- Une deuxième phase « Les Landissimes Gourmandes » du 24 aout au 2 novembre (pour soutenir la saison du Tourisme Gourmand)

Les conditions pour bénéficier des bons étaient : - consommer un séjour comprenant à minima 2 nuits dans un hébergement classé ou labélisé, 1 restaurant et une activité ou 1 visite ou un achat chez un producteur (en phase gourmande) - dépenser au minimum 250€.

Bilan:

2 547 bons à 150€ distribués soit 382 050 €

1 bon de 150 € correspond à une dépense de 5.5 fois plus (moyenne)



	DEPENSES DES PORTEURS DE BONS REMBOURSES		
	Hébergement	Restaurant	Activité
Phase 1	1 001 527,59 €	167 964,61 €	99 324,07 €
Phase 2	457 385,17 €	87 990,98 €	40 362,78 €
Gourmandes	142 317,45 €	37 143,40 €	20 047,76 €
Total	1 601 230,21 €	293 098,99 €	159 734,61 €
Total		2 054 063,81 €	

Sur 39 séjours achetés en ligne, **12 «Week-end gourmandise & Armagnac»/«Armagnac & Elégance» vendus soit un CA d'environ 5500€** (package Villa Mirasol (Mont-deMarsan) / Château de Ravignan (Perquie)).

ABSOLUMENT LANDES



En soutien à la filière agricole et artisanale à l'approche des fêtes de Noël, le département a réalisé un marché de Noël « virtuel » avec un lot de gourmandises à gagner chaque semaine entre le 21 novembre et le 31 décembre.

Il fallait pour y participer que le prestataire soit membre d'un des réseaux suivants :

- Tourisme Gourmand - Bienvenue à la Ferme & Qualité Landes - Être artisan d'art référencé à la Chambre des Métiers - Être partenaire de la marque Landes portée par le Département.

Au total : 128 professionnels landais référencés

⇒ Bilan très positif pour les artisans d'art.

Pour les autres filières, les avis sont partagés. L'impact de l'opération est souvent difficile à mesurer. Si l'opération n'a pas boosté les ventes, pour certains, elle a permis de se faire connaître auprès de nouveaux clients potentiels.

Même s'il n'y a pas eu de retombées directes, la satisfaction des prestataires est liée à l'initiative proposée ; en période difficile ça motive les troupes. L'OTLA a relayé ces opérations auprès de ses partenaires et réalisé des bandeaux spéciaux sur son site web et facebook

LES RELATIONS PRESSE

Le contexte particulier de 2020 a offert des opportunités en matière de couverture médiatique. En effet, juste à la sortie du confinement, de nombreux journalistes, bloggeurs ou influenceurs ont souhaité traiter des sujets « France » compte tenu des tendances touristiques tournées vers un tourisme local (regain pour la ruralité, les destinations proches de chez soi...) au détriment de destinations lointaines. Tous les supports médiatiques ont été concernés : journaux, magazines, web magazines, blogs, TV, Radio...

L'OTLA a participé à la fourniture d'informations préalables et réalisé des accueils dans le cadre suivant :

DATE OBJET	MEDIA
FEVRIER	
25 et 26/02 – Participation de l'OTLA à l'accueil de la délégation à Labastide pour la candidature de l'Armagnac, au titre du Site Remarquable du Goût, au Patrimoine Culturel Immatériel de la France. (Présentation des actions de mise en valeur du produit et du territoire + visite guidée de Labastide par l'OTLA)	
MARS	
11/03 - Bilan d'activités 2019 et nouvelle direction de l'OTLA.	Sud-Ouest et Blog JM Tinarrage
21/03 – Accueil de Tours Opérateurs dans le cadre de l'opération pilotée par le CRT et CDT « Rendez-vous en France ».	Annulé
JUIN	
Opération #MesLandes (micro-aventures), articles préparés par le CDT40.	Sud-Ouest
JUILLET	
4 et 5/07 – Reportage émission Echappées Belles (Ganadéria de Buros, Château de Buros, Château Laballe) en partenariat avec le CDT40.	TV – France 5 (diffusion fév 2021)
10 et 11/07 – Accueil journalistes pour le Magazine Saveurs (Ecomusée de l'Armagnac, restaurant le Bastignac, le vélo Labastidien, les Jardins d'Atyoula et le Domaine de Lugazaut) en partenariat avec le CDT40.	Magazine de gastronomie (parution printemps 2021)
17/07 – Interview à 15h portant sur les animations autour de Labastide d'Armagnac le WE suivant	France Bleu Gascogne
25/07 – Interview à 11h40 portant sur les activités autour de Roquefort	France Bleu Gascogne
AOUT	
07/08 – Accueil blogueuse par le Château de Ravignan	Blog espagnol « Mi Francia »
18/08 – Tendances de la saison	Sud-Ouest et Blog JM Tinarrage
26 et 27/08 – Accueil journaliste Télé 7 jours (Marquestau, Villa Mirasol, Château de Ravignan, restaurant le Bastignac, visite de Labastide, Chapelle des cyclistes) en partenariat avec le CDT40	Magazine (parution oct 2020)

SEPTEMBRE Communiqué de presse pour le programme « Fêtez l'esprit de l'Armagnac » Sud-Ouest et Blog JM Tinarrage envoyé à un fichier presse « spécialisée » (viticole, loisirs, gastronomie), presse et divers sites web locale et partenaires institutionnels (Maison d'Aquitaine, CRT, CDT, MONA, BNIA, Cittaslow International, SRDG...) 18 septembre – Interview à 7h05 sur les évènements à venir France Bleu Gascogne 3/09 - Reportage TF1 à Labastide d'Armagnac, sujet « places emblématiques TV - TF1 (diffusion 29/09/20) françaises et les gens qui les font vivre ». 3/09 – Article pour la Bougeotte Française « Visiter Mont de Marsan et les Blog Landes d'Armagnac » 18-09 – Les Journées Européennes du Patrimoine Sud-Ouest et Blog JM Tinarrage Parution article Magazine Esprit Camping-Car; itinéraire touristique par Magazine Labastide d'Armagnac. Article pour les Evasions Bordelaises « variations gourmandes à l'automne dans Blog les Landes » (suite voyage de presse oct 2020). 08/10 Bilan saison estivale Sud-Ouest et Blog JM Tinarrage Article Mag Sud-Ouest en lien avec l'accueil Magazine Saveurs (Jardins d'Atyoula) Magazine 13/10 - Accueil journaliste pour le Magazine Balades Rando (boucle Ronde des Magazine (parution sept 2021) Châteaux, restaurant le Cadet de Gascogne et Domaine de Paguy) 27/10 - Installation du nouveau conseil d'exploitation de l'OTLA Sud-Ouest et Blog JM Tinarrage **NOVEMBRE** 28/11 – Soutien aux prestataires, préparation saison 2021 Sud-Ouest et Blog JM Tinarrage

DECEMBRE

17/12 - Bilan 2020 et projets 2021 de l'OTLA

Sud-Ouest et Blog B. Arrat

COMMUNICATION AUPRÈS DES HABITANTS

Afin de rendre plus présente l'action de l'OTLA sur les outils existants de communication des collectivités (39 mairies et 2 communautés de communes) auprès des habitants (bulletins municipaux, sites web...), l'OTLA a lancé son premier communiqué en novembre 2020. Les municipalités ont été invitées à l'intégrer dans leurs publications. L'opération sera renouvelée en avant saison en 2021.



ANIMATIONS

En raison du contexte sanitaire, les moments festifs, ces rendez-vous incontournables si chers à notre identité et qui rythment la saison, ont pour la plupart été annulés

Printemps des Landes ANNULÉ

20 dates (32 en 2019). Quelques exemples d'animations programmées : Atelier gourmand pâtisseries et Armagnac à la Maison du Gabardan, rencontres avec des peluches vivantes à la Ferme du Hillot, la ferrade et la tonte des brebis à la Ganadéria de Buros, Trail des étangs à Hontanx, marché, la Rando des Vignes au Domaine de Berdet, découverte des insectes pollinisateurs à Arue, démo culinaire au Domaine de Paguy avec une blogueuse, Festival Festéa à Villeneuve de Marsan...

Foire du 1er mai à Saint Justin ANNULÉ

Environ 6000 personnes habituellement et l'OTLA contribue à la réservation d'emplacements et tient un stand le jour J.

Semi- marathon à Villeneuve de Marsan ANNULÉ

Environ 600 participants habituellement.

Armagnac en Fête ANNULÉ

De 3500 à 4000 personnes habituellement et l'OTLA contribue à la réservation des repas

Marchés de producteurs de Pays

Environ 4800 assiettes servies habituellement.

- Roquefort 29/07 ANNULÉ
- Saint Justin 05/08 ANNULÉ
- Labastide 12/08 ANNULÉ
- Villeneuve 27/08 650 assiettes / 350 personnes (900 en 2019)

Festival l'Oreille en Place

Du 29 juillet au 1er Août et du 5 au 8 Août - Seul festival maintenu et qui a exigé un protocole sanitaire conséquent

Fête du Floc le 03/08/2020 ANNULÉ

Environ 500 personnes habituellement tout au long de la journée. Ateliers culinaires : environ 70 pers. L'OTLA contribue en proposant 1 visite commentée de Labastide.

Journées Européennes du Patrimoine

OTLA: 2 villes à explorer Saint Justin et ses églises (1 visite guidée avec 8 pers) et Labastide (2 visites guidées pour 20 pers)

- Route des Eglises sur le Villeneuvois : 300 pers et journée « Toutes en Art » à Villeneuve : 220 pers
- Roquefort : spectacle, randos, arènes et visites pour 340 pers
- Château de Ravignan, Route des Imaginaires (annulée), Château de Caumale, Portes ouvertes au Domaine d'Ognoas, Chapelle de Lugaut, Losse et son marché (annulé), le tout pour 545 pers.

Environ 1500 personnes ont participé aux JEP sur les Landes d'Armagnac.



20ème Route de la Transhumance ANNULÉ

Habituellement 5 étapes, environ 1250 repas servis. L'OTLA fait l'accompagnement de la rando à St Justin.

3ème édition de la Course nature de Saint-Justin ANNULÉ

Habituellement 435 participants

PARTENAIRES 2020 DE L'OTLA

50 hébergeurs • 31 producteurs • 16 restaurants 11 loisirs et artisanat • 3 associations 2 commerces et services • 3 patrimoine culturel

Tarifs du partenariat :

50 € Landes d'Armagnac -100 € hors territoire

Recette : 101 cotisations pour 5 500 € (7 exonérations)

116 partenaires
dont certains sont multi activités
9 partenaires hors territoire*
(*3 hébergeurs, 2 producteurs,
3 activités de loisirs,
1 site de visite)

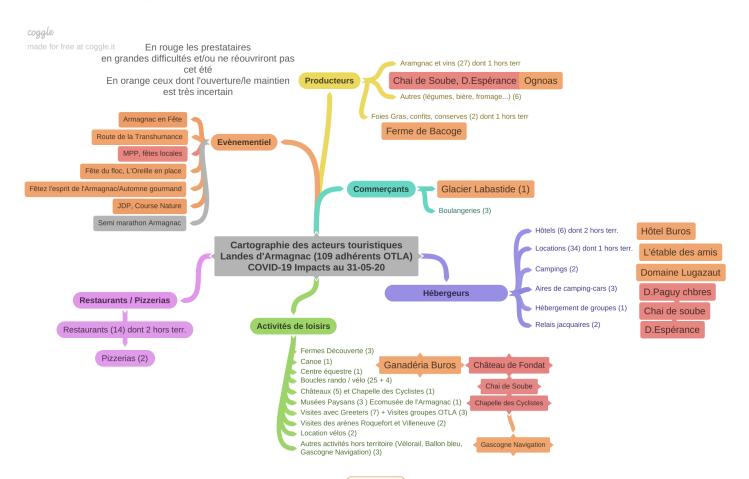
PROGRAMME D'ACCOMPAGNEMENT DES PRESTATAIRES

SPECIAL COVID-19

La crise sanitaire est venue totalement impacter la mission de l'OTLA auprès de ses prestataires. En effet, dès le 1^{er} confinement (total) une **veille permanente** pour les informer des aides et dispositifs de soutien a été mise en place via des mail réguliers (7 mails à tous les adhérents, 4 mails complémentaires aux hébergeurs, 3 aux activités de loisirs et sites de visite, 1 aux viticulteurs).

Au 31 mai 2020, l'OTLA a établi un état des lieux de la situation économique des acteurs touristiques via des entretiens téléphoniques auprès de chacun (104 appels aboutis sur une base de 109) afin d'envisager l'organisation de la saison touristique et de proposer un plan d'action « sortie de crise ».





PROTOCOLE SANITAIRE

Action 1 : webinaire consignes sanitaires et messages de ré-assurance client

Co- animation	Agnès Gaggioli (audit qualité et hygiène – alimentation), Béatrice Rénaud (PNRLG – protocole cellule de crise), Frédéric Gilbert (sports de pleine nature)
Objectif - contenu	Information sur les consignes de sécurité appliquées aux prestations touristiques : hébergements ruraux, restauration, activités de pleine nature Foire aux questions (à communiquer en amont) Adaptation dans la gestion des établissements touristiques
Finalité	Pointer les actions collectives : commandes groupées, charte sanitaire éco-positive, message de rassurance.
Moyens	Interne (visio via Adobe connect)
Date	19 mai et 26 mai

Action 2: Fichier fournisseurs partagé pour commandes groupées

Co- animation	OT/CDC/PNR/prestataires
Objectif - contenu	Liste du matériel sanitaire en local, éco-conçus et respectant les normes sanitaires
Finalité	Négociation de tarifs privilégiés et mise en place d'achats groupés idéalement
Moyens	Fichier partagé – liste fournisseurs Plateforme achat groupé ? Leetchi – Réseau REFOL ?
Date	Fin mai

ADAPTATION DE L'OFFRE AU REGARD DU CONTEXTE

Action 1 : webinaire conception de séjour

Co- animation	Caroline Le Roy (réseau Imaginaterres), Alexandre de Zan (agence de voyage Chemins Solidaires)
Objectif - contenu	Sensibilisation à la conception de séjour et sa mise en marché. Présentation des étapes de la commercialisation de séjour
Finalité	Recensement des prestataires souhaitant travailler avec les voyagistes Création de séjours packagés
Moyens	Interne (visio via Adobe Connect)
Date Deadline	26 mai Mi-juillet

Action 2: Réalisation de chroniques et portraits de prestataires (le plus possible orientés éco-positifs)

https://www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/Votre-parc/Nos-coups-de-coeur/Chronique-eco-positive

Pour les Landes d'Armagnac :

- #11 : recette de grand-mère (Claudy Corty)
- o #12 : tutoriel gascon (Jean Barrère)
- ✓ En collaboration avec les référents éditions / communication, des portraits interviews storytelling des offres d'escapades éco-positives.
- ✓ Relai sur les réseaux sociaux : PNR, OT, prestataires.

Action 3: micro-aventures et petites vadrouilles (cf p11-12)

Co-animation	OT / CDT / PNRLG
Objectif - contenu	Rendre visible l'offre touristique et ses conditions d'accès, Intégration de la notion de jeu et de voyage expérimental pour faire découvrir le territoire autrement
Finalité	Carnet de boucles (4 en Landes d'Armagnac) à la journée voir à la demi-journée
Moyens	Internes
Date Deadline	Juin pour propositions l'été

[✓] Relai sur les réseaux sociaux : PNR, OT, prestataires.

Action 4 : Investir l'internet de séjour

Co-animation	ОТ
Objectif - contenu	Satisfaire un certain public par une prise de contact différent avec l'office de tourisme (au lieu de l'accueil physique)
Finalité	Informer en direct, relayer cette fonctionnalité auprès des prestataires qu'ils en soient utilisateurs pour répondre eux aussi aux demandes
Moyens	Création d'un solution « tchat » en ligne, développée sur le site Internet via Facebook / Messenger par l'Agence Raccourci.
Date	Juin

Action 5 : Créer une page Facebook « groupe privé » et réfléchir à un espace pro sur le site web pour les partenaires de l'OTLA

Co-animation	OT
Objectif - contenu	La crise sanitaire est venue renforcer l'idée d'avoir des outils de communication appropriés aux besoins d'informations professionnelles
Finalité	Relayer ces nouveaux outils auprès des professionnels du tourisme afin qu'ils en soient utilisateurs
Moyens	Internes (page Facebook) et Agence Raccouci pour l'espace pro
Date Deadline	Juin et fin d'année pour l'espace pro

Action 6 : Proposer la pré-réservation (quand c'est possible) et renforcer le service billetterie sur la saison estivale

Action 7: Atelier « comment se vendre en ligne »

Co-animation	CCI des Landes / CDT40 / OT
Objectif - contenu	Mesures de soutien numérique
Finalité	 1- Comment vendre et communiquer pendant et après le confinement 2- France Relance : SOS Numérique 3- Aides financières : - chèque numérique de 500€ - chèque "e-commerce" de la Région Nouvelle-Aquitaine 4- Ce qui existe sur votre territoire 5- Témoignages
Moyens	Internes
Date / Deadline	30 novembre

LA QUALIFICATION DES PRESTATAIRES HÉBERGEURS

En ce qui concerne la qualification des prestataires, l'OTLA joue un rôle important d'accompagnement tant sur le classement des meublés notamment qu'il encourage de surcroit pour faciliter la collecte de la taxe de séjour, que sur les démarches qualité (Tourisme Gourmand, Oenotourisme, Accueil Vélo...). 2020 n'a pas facilité les visites sur le terrain mais malgré cela, l'OTLA a maintenu le lien avec ses prestataires et assurer le suivi des demandes.

LE CLASSEMENT DES MEUBLES ET LE RÉFERENTIEL DES CHAMBRES D'HÔTES

En 2020, **6 hébergeurs** ont été accompagnés par l'OT au classement ou au référentiel chambres d'hôtes.

1 classement

Gîte « Capdebos » M. DUBESSET Ludovic à Cachen

1 reclassement

Meublé de tourisme « La Villarose » M.et Mme MANCHADO Patrick à Parleboscq

1 « référentiel chambre d'hôtes »

Maison d'hôtes « La Méniguère », Mme DESPAGNET Dominique à St Gein

2 renouvellements « référentiel chambre d'hôtes »

Maison d'hôtes « Lugazaut », Mme Père Mélanie à Vielle Soubiran Maison d'hôtes « l'Etable des amis », M. et Mme Petitjean, à Escalans

• 1 demande de renouvellement « référentiel chambre d'hôtes » non validé

Maison d'hôtes « Chai de Soube », Mme Escoubet à St Justin (dossier repris en 2021).

Quelques pourcentages Les chambres d'hôtes

46% de l'offre du territoire en chambre d'hôte est adhérente à l'OT

57% de l'offre chambre d'hôte adhérente à l'OT est labellisée ou référencée

Les meublés

43% de l'offre du territoire meublé touristique est adhérente à l'Office de tourisme

87% de l'offre meublé touristique, adhérente à l'OT est classée et/ou labellisée



LA MARQUE « ACCUEIL VÉLO »

La marque « Accueil Vélo » permet aux touristes à vélo de repérer les prestataires dont l'accueil est spécifique à leur mode de déplacement. Il est développé autour des axes d'itinérance tels la Voie verte Scandibérique et autres itinéraires cyclables.



Sur le territoire des Landes d'Armagnac, à ce jour **8 prestataires** utilisent la marque ainsi que les **4 bureaux d'information touristique de l'OTLA** :

- <u>Hébergeurs</u>:Château de Buros à Escalans
- L'Etable des Amis à Escalans
- Les chambres Maison Jean d'Albret à Gabarret
- Le Domaine de Paguy à Betbezer d'Armagnac
- La Maison d'hôtes « La Maillade » à Bourriot Bergonce

Sites de visites :

- Notre Dame des Cyclistes à Labastide d'Armagnac
- Château de Caumale à Escalans
- Château de Ravignan à Perquie

En 2020, aucune visite pour l'obtention de la marque n'a été réalisée. Néanmoins, il a été **identifié un potentiel** d'une dizaine de prestataires ayant les prérequis nécessaires laissant présager un bon déploiement à venir de la marque sur le territoire des Landes d'Armagnac.

Rappel des prérequis :

Pour chaque type de prestation est prévu un référentiel regroupant des critères obligatoires et optionnels. Exemples de prérequis obligatoires :

- Être situé à moins de 5 km d'un itinéraire cyclable
- Pour les hébergeurs, être classé ou sous référentiel (chambres d'hôtes) et/ou labellisé
- Pour les sites de visites, de loisirs, proposer un accueil physique et être ouvert au minimum 50 jours par an
- Pour les réparateurs / loueurs de vélo, avoir une qualification professionnelle

ŒNOTOURISME

SITE REMARQUABLE DU GOÛT ET DESTINATION VIGNOBLES





Le territoire des Landes d'Armagnac intègre le réseau Destination Vignobles en mai 2009. Cette démarche qualité est suivie et coordonnée par la Région. Des aides financières aux porteurs de projets soutiennent les initiatives collectives et individuelles en matière d'accueil.

En juillet 2009, un programme d'actions est présenté aux acteurs touristiques, les chartes qualité d'accueil Destinations Vignobles » et « Site Remarquable du Goût » sont fusionnées pour une meilleure lisibilité des engagements. Près de 47 prestataires souhaitent intégrer le réseau. Après des visites audits de mai 2011 à décembre 2015, le réseau compte 25 partenaires engagés SRDG/DV (20 producteurs et 5 hébergeurs).

L'animation du réseau « Destination Vignobles » par la Région cesse en 2016, mais l'OTLA a poursuivi la mise en réseau des acteurs via notamment un programme évènementiel « Fêtez l'esprit de l'Armagnac » et une mise en valeur via ses outils de communication.

VIGNOBLES ET DÉCOUVERTES

L'OTLA souhaite reprendre le volet qualification de l'offre et réfléchi à une méthodologie en vue notamment de mieux accompagner les prestataires vers le label national « Vignobles et découvertes » qui est aujourd'hui, sur l'ensemble du territoire de l'appellation « Armagnac », animé par le CDT du Gers. Aujourd'hui 5 producteurs (Domaine de Paguy, Château Garreau, Domaine de Laubesse, Domaine de Luquet et Domaine d'Espérance) et 1 site dans la catégorie patrimoine (Ecomusée de l'Armagnac) sont labellisés.



INSCRIPTION DE L'ARMAGNAC AU PATRIMOINE CULTUREL IMMATÉRIEL DE LA FRANCE

En octobre 2020, le Ministère de la Culture a fait entrer « l'élaboration de l'eau de vie d'Armagnac » à l'inventaire national du Patrimoine Culturel Immatériel. En tant que Site Remarquable du Goût, cette reconnaissance résonne comme une évidence afin d'assurer la sauvegarde des savoir-faire et des traditions associées de ce patrimoine unique.



LE RÉSEAU DÉPARTEMENTAL DU TOURISME GOURMAND

Le Comité Départemental du Tourisme expérimente sa 3^{ème} année de fonctionnement d'un réseau d'acteurs du tourisme gourmand.

Pour rappel : les prestataires s'engagent dans la préservation du terroir et des savoir-faire landais. Le CDT, les Offices de tourisme des Landes, les chambres consulaires construisent le réseau du tourisme Gourmand et œuvrent avec les professionnels du réseau pour faire des Landes une destination Gastronomique.



En raison du contexte sanitaire, certaines actions prévues ont été reportées et d'autres se sont mises en place pour réagir au mieux à la situation

Au 31 décembre 2020, le réseau landais comptait 139 ambassadeurs pour 148 adresses gourmandes **dont** 11 membres pour 12 activités en Landes d'Armagnac :

· 3 restaurateurs

Le St Vincent - Roquefort

Le Château de Buros - Escalans

Le Cadet de Gascogne – St Justin

5 producteurs

Domaine de Laubesse - Hontanx

Domaine de Ravignan - Perquie

L'Ecomusée de l'Armagnac – Labastide d'Armagnac

Domaine d'Ognoas – Arthez d'Armagnac

Domaine du Berdet - Bourdalat

4 hébergeurs

Domaine de Lugazaut – Chambres d'hôtes – Vielle Soubiran

Le Loft Gascon – Gîte – Mauvezin d'Armagnac

Hôtel Le St Vincent - Roquefort

Château Reys - Chambres d'hôtes - Créon d'Armagnac

L'intégration au réseau implique pour chaque prestataire, l'adhésion à l'Office de tourisme et une cotisation au réseau (gratuite pour la première année) puis de 100€/an à partir de la 2 eme année pour l'utilisation des outils de communication Tourisme Gourmand.

BILAN DES ACTIONS 2020

- La carte « secrets gourmands des Landes » éditée à 90 000 ex (réseau TG au dos de la carte touristique des Landes)
- Une news « Le Petit Gourmand » 7 envois en 2020
- Opération les « Landissimes Gourmandes » (17 retombées presse) et « Absolument Landes » (cf p16)
- Mise en ligne de 26 recettes en vidéo sur la chaîne Youtube Qualité Landes (pilotage Qualité Landes)
- **Mise en ligne de 2 nouveaux Road trips** qui viennent compléter une collection de 3 existants dont un en Armagnac
- **Création de visuels** (oriflammes, fanions...) pour l'habillage des stands des artisans, commerçants et producteurs sur les marchés
- Réflexion autour d'un produit nomade de la gastronomie landaise
- **Automne Gourmand** (du 21-09 au 30-11) : 109 animations proposées et annulées dans la période du 2ème confinement
- Marchés de Noël à Dax du réseau TG : 12 et 19 décembre
- Forum du Tourisme Gourmand prévu en septembre à Pontonx (conférences sur les tendances de la consommation alimentaire, tables rondes, dating gourmand) a été annulé

APPEL A PROJET ÉCODESTINATION

Dans le cadre de la Nouvelle Organisation Touristique des Territoires les Landes d'Armagnac ont rejoint en 2016 l'appel à projet régional « Ecodestination » (Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne et territoires voisins).

Un fil conducteur : Transition écologique et marketing client



En résumé : Accompagnement des OT et des prestataires touristiques vers leur montée en compétences :

• Professionnalisation • Qualification de l'offre • Numérique • Evolutions organisationnelles / modernisation

EN 2020

ORGANISATION

Participation au financement du poste d'animation du projet

Groupes de travail en fonction des compétences des membres de l'équipe projet (qualité tourisme, numérique, accompagnement des prestataires...)

Slow-minaire inter offices du tourisme 1^{er} et 2 octobre 2020 à Captieux : 2 jours d'échanges, bilan et actions à venir et ateliers

Contribution au forum annuel du tourisme durable : thème de la résilience au service de l'innovation. Initialement prévu en novembre a été annulé.

QUALIFICATION DE L'OFFRE

✓ Accompagnement des prestataires

« Développer et promouvoir une offre d'escapades éco-positives répondant à la promesse client de l'Ecodestination Landes de Gascogne ».

Les étapes : accompagnement des acteurs, design de l'offre en lien avec la promesse client, promotion de l'offre.

Les outils : manuel de vente / aide au positionnement clientèle / site pro ressources.



Bilan 2020: 19 imaginaterres audités dont 6 en Landes d'Armagnac : Les Jardins d'Atyoula (Chambres d'hôtes et écolieu) à Losse, La Ferme du Hillot (activité de loisir) et La Maillade (chambres d'hôtes) à Bourriot Bergonce, Claudie Corty à Lagrange (gîtes), Mélanie Père à Vielle Soubiran (chambres d'hôtes) et Ferme de l'Hecso à Betbezer (production fromage de chèvre).

Les outils d'accompagnement sont actuellement prêts pour les hébergeurs, l'ambition en 2021 serait d'étoffer le réseau et de développer les outils pour les producteurs, les restaurateurs, les activités de loisir...

- ✓ Accompagnement des OT vers la transition écologique
- « Sensibiliser l'ensemble des équipes aux écogestes / acculturation développement durable Engager les OT volontaires vers une qualification éco-responsable : les Relais Parc ».

Bilan 2020 : partenariat avec Gironde Tourisme pour constituer un référentiel Parc / Qualité tourisme / Générosité de l'accueil.

PROFESSIONNALISATION

- ✓ Des prestataires
- ✓ Des OT

Bilan 2020: Webinaires typologies clientèles en lien avec la promesse client, rdv spécial Covid « protocole sanitaire », ateliers bricos, chroniques écopositives, Forêt, agruetourisme, fabrique à idées (les pépites, offre décalée par le jeu).

STRATÉGIE NUMERIQUE

En 2020 un état de lieux et diagnostic des supports internet existants a été réalisé par l'agence Think my Web. Conclusion : création de supports de communication digitale (site internet dédié, pages de réseaux sociaux dédiées) et présentation d'une stratégie de contenu avec faisabilité technique et financière.

LA COLLECTE DE LA TAXE DE SEJOUR

La taxe de séjour a été mise en place en 2015 sur le territoire des Landes d'Armagnac et c'est l'instauration de la taxe au réel qui a été choisie. Cette manne financière qui est reversée à l'OTLA au titre de sa mission de promotion du territoire, est également un indicateur d'observation économique important des retombées touristiques.

Le suivi de la collecte est réalisé via la plateforme Nouveaux Territoires (veille juridique, tableau de bord des déclarations, règlements...) pour laquelle les hébergeurs sont accompagnés individuellement. Pour rappel, l'année 2019 fut marquée par une réforme importante qui d'une part a changé le mode de calcul pour les hébergements non classés et d'autre part a rendu obligatoire la collecte de la taxe de séjour pour les opérateurs numériques (Booking, Airbnb, Gîtes de France...).

LES TARIFS Pour rappel ils ont été votés par le Comité Syndical le 17/07/2018 à compter du 1er janvier 2019 :



ETAT DES HEBERGEMENTS PAR NATURE D'HEBERGEMENTS



Chiffres 2020 au 15-03-2021

122 hébergements - 1040 lits touristiques

Taxe déclarée et reversée (2020 et retards années antérieures) :

28627.12€ pour 44502 nuitées

LE GUIDE DU PARTENAIRE DE L'OTLA

Le guide du partenaire, réalisé en interne, véritable argumentaire pour expliquer « Pourquoi rejoindre l'office de tourisme ? » décrit les services de l'OT pour ses prestataires. Il est envoyé à l'ensemble des partenaires existants et des potentiels qui sont sollicités lors de l'appel à cotisation en fin de saison. Il est édité à 200 exemplaires chaque année.



LE GUIDE DU LOUEUR DE MEUBLÉ(S) ET CHAMBRES D'HÔTES

Un guide complet, destiné à accompagner les nouveaux hébergeurs dans leur activité de location meublée a été créé pour les informer de leurs obligations et possibilités de valorisation : déclaration en mairie, classement, référencement labels, taxe de séjour... Ce document a été mis en circulation en 2015 et est mis à jour tous les ans. Il est également distribué auprès des mairies du territoire qui sont un véritable relais d'information pour les nouveaux hébergeurs.



L'ÉDUCTOUR DES LANDES D'ARMAGNAC ET VISITES CHEZ LES PRESTATAIRES

Pour contribuer à une meilleure connaissance des offres touristiques **l'éductour**, qui réunit habituellement une trentaine de participants au printemps, n'a pas pu être organisé compte tenu des conditions sanitaires.

Afin de pallier à ce moment d'échanges manqué, l'OTLA a réalisé une **tournée en début de saison** (fin juin et 1ère semaine de juillet), en allant à la rencontre de chaque partenaire, l'occasion de maintenir le lien et de remettre à chacun la documentation touristique.

L'équipe de l'OTLA se rend sur le terrain lorsque qu'une nouveauté se présente ou qu'il y a un besoin d'enrichir la connaissance du territoire (nouveau prestataire, nouvelle activité...). C'est la meilleure façon d'assurer la mission d'information, de compléter la photothèque, de réaliser des portraits d'acteurs touristiques (pour les réseaux sociaux notamment) mais aussi de cerner les éventuels accompagnements complémentaires (démarches qualité...) :

Février : Rencontre avec M.Joseph Baul, nouveau prestataire et partenaire loueur de vélos à Labastide d'Armagnac 05-08 : Domaine de Marquestau (Armagnac, Apéritifs, bière et conserves de canard), nouveau partenaire, à Hontanx

22-09 : Le Rucher du Claron, nouveau partenaire, à Bougue

13-10 : Gîte Capdebos, nouveau partenaire pour 2021, accompagnement au classement, à Cachen

10-12 : Ecomusée de l'Armagnac, nouvelle activité, « Escape Game – Mission Distillation », à Labastide d'Armagnac

15-12 : Château Laballe (Armagnac et vins), nouveau partenaire pour 2021 avec tour d'horizon des 7 Eglises de Parleboscq et Château de Caumale à Escalans

LES GREETERS 40 OU AMBASSADEURS DES LANDES

En 2019 nous comptions 7 Greeters qui assurent pour les particuliers des visites personnalisées. Cette démarche a été mise en place par le CDT pour répondre à la demande croissante des visiteurs de rencontrer les habitants et également pour associer ces derniers à l'accueil des touristes.



- Sylvia d'Arthez d'Armagnac : la Maison Forte de Tampouy et les paysages du Bas-Armagnac
- Guillemette de Losse : le patrimoine et les sources de Losse
- Marie-Claire, Michèle et Roger d'Hontanx : le patrimoine et les étangs d'Hontanx
- Séverine de Saint-Justin et la course landaise commentée en direct
- Denis Clavé à Labastide d'Armagnac, présente son jardin en permaculture et une découverte du village « côté jardins ».

En 2020, 2 nouveaux ambassadeurs ont rejoint le réseau :

- Jacques Champeau pour la visite d'une palombière avec un bonus (sur demande) d'une visite des arènes de Gabarret
- Gilles Cart Lamy propose une balade dans la peau du pèlerin au départ de Bourriot Bergonce (lieu de passage des voies de Compostelle et Saint Martin de Tours).

COMMERCIALISATION: ACCUEIL GROUPES / BILLETTERIE

L'ACCUEIL « GROUPES »

En 2020, en raison de l'épidémie, la demande « groupes » a quasi était inexistante alors qu'habituellement l'office de tourisme organise et accueille une cinquantaine de groupes.

VISITES COMMENTEES:

10 groupes (50 en 2019) soit 208 personnes (1269 en 2019) dont 144 payantes

RECETTE: 504 €

Soit 8 groupes pour la visite de Labastide et 2 groupes pour celle de St Justin

BROCHURE « GROUPES »

Elle reprend toute l'offre groupe du territoire (visites OT et prestations des adhérents) :

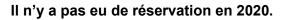
- Idées Voyages d'un jour : thématique Patrimoine et Armagnac / thématique Nature et traditions / thématique Anniversaires et cousinades
- Idées voyages à la carte : Bastides et vieilles cités / La vie de Château / Eglises et chapelles romanes / Visites insolites / Nature et tradition s/Activités de groupes / Bienvenue chez nos producteurs.

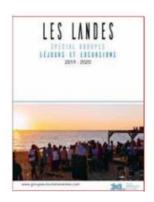
Diffusion : par email à notre clientèle groupe en amont d'une visite ou pour fidéliser en proposant autre chose. Quelques exemplaires sur papier édités au fur et à mesure des besoins à l'accueil.



CONVENTION AVEC LE CDT40 POUR LE TOURISME DE GROUPES

Le Comité Départemental du Tourisme des Landes s'est doté de l'immatriculation pour assurer la réservation et la commercialisation de prestations groupes dont les conditions ont été formulées dans une convention (les prestations, tarifs, commission, conditions de réservation...) pour des produits «Journées » et « courts séjours ».











LE SERVICE BILLETTERIE ET LA BOUTIQUE

SERVICE BILLETTERIE

Depuis 2019, l'Office de tourisme propose un service billetterie à tarifs réduits aux prestataires d'activités de loisir et/ou sites de visite ainsi que la prise de réservations via des conventions spécifiques avec un commissionnement.

Ont bénéficié en 2020 du service billetterie (1er/07 au 15/09) :

CANOË LOISIR

684 € pour 56 descentes vendues

• ECOMUSEE DE L'ARMAGNAC

370€ pour 45 entrées vendues

FERME LE HILLOT

17,5€ pour 9 entrées vendues

Recette 1059.50€

Rétrocession aux prestataires de 1006.55€ 52,95€ commission pour l'OTLA



SERVICE BOUTIQUE

Les différents bureaux d'information ne disposent pas à ce jour réellement d'un espace boutique tel qu'il peut exister dans de nombreux offices de tourisme (articles souvenirs, produits locaux...).

Aujourd'hui il est proposé à la vente les divers articles suivants : livres, cartes postales, posters affiches, topo-guides de randonnées cyclistes et pédestres :

Recette 953€



ELLOHA

Le Comité départemental du tourisme des Landes et l'OT proposent aux professionnels la réservation en ligne via l'outil ELLOHA. Cette plateforme de commercialisation permet aux professionnels, leur vente en ligne, multiplier les canaux de distribution de l'offre, disposer d'un outil commun d'animation de la commercialisation sur le territoire, mobiliser l'offre hébergement et d'activité qualitative en lien avec les principales filières du département (Tourisme gourmand, nature, vélo...)

3 prestataires bénéficient de ce service de réservation en ligne sur les Landes d'Armagnac :

- Château de Buros
- Domaine de Lugazaut
- · L'Etable des Amis.

Cet outil est performant, facile d'utilisation. Un accompagnement technique est assuré en partenariat avec le CDT.

DEVELOPPEMENT ET STRATEGIE TOURISTIQUE

LA STRATÉGIE ET AXES DE DÉVELOPPEMENT 2020-2022

LE PROFIL DE LA CLIENTÈLE

Les touristes en Landes d'Armagnac sont principalement les individuels, les couples (85% et surtout des seniors) et les familles (surtout l'été 13%). Beaucoup de passage et d'**excursionnistes** hébergés dans les territoires voisins Gersois (lié en particulier à l'activité thermale de Barbotan) et de l'agglomération Montoise. **Clientèle de grande proximité :** Nouvelle Aquitaine et Occitanie (60%), clientèle étrangère (10%).

Que demandent-ils ? Pour l'hébergement d'abord les chambres d'hôtes et gîtes ensuite hôtels et aires de camping- cars. Les activités les plus demandées : visites patrimoine, animations/manifestations suivies de la gastronomie/vignoble. On remarque une consommation de prestations simples, tendance de plus en plus accrue des courts séjours et un nombre grandissant de camping-caristes.

LES MARCHÉS À CIBLER

Les touristes urbains : Bordeaux, Pau et Toulouse

> Les Landes d'Armagnac est un territoire adapté aux courts séjours nature pour les urbains à 1h de route (A65) : couples en courts séjours, familles en week-ends et vacances scolaires, groupes et tribus en excursions.

LE POSITIONNEMENT

- > Un nom, une marque : Landes d'Armagnac
- > Des positionnements : oenotourisme, itinérance et écotourisme. Des thèmes conformes aux tendances des marchés et en adéquation avec les positionnements aquitains mais des prestations correspondantes à développer !

La stratégie marketing tend vers le positionnement touristique suivant :

Donner rendez-vous aux touristes :
« Landes d'Armagnac, soyez aux rendez-vous »

La stratégie marketing peut compter sur un engagement des élus fort et volontariste. Elle vise à développer une offre touristique globale en vue de promouvoir les atouts du territoire liés à des thématiques et aux valeurs culturelles : qualité du patrimoine naturel, historique et culturel ainsi qu'aux traditions « gasconnes » : esprit de la fête, douceur de vivre, course landaise, gastronomie, convivialité de l'accueil.

LES OBJECTIFS COMMUNS ET PARTAGÉS :

- Développer la fréquentation et donc les retombées économiques sur le territoire mais pour un tourisme de qualité
- Développer la notoriété, la visibilité « On existe! »
- Relever le défi de la modernisation, de la professionnalisation des métiers de l'OTLA et de l'accompagnement des acteurs touristiques

LES AXES DE DÉVELOPPEMENT ET ACTIONS ENGAGÉES 2020-2022 :

Axe 1 : Organiser, structurer l'office de tourisme : priorités internes de la structure

Mise à jour du schéma d'accueil de diffusion de l'information pour déployer la mission accueil/information et mailler le territoire plus efficacement, aller vers le classement de l'OTLA, requalifier le siège de l'OTLA, optimiser la collecte de la taxe de séjour...

_

DÉVELOPPEMENT ET STRATÉGIE TOURISTIQUE

<u>Axe 2</u>: Développer des offres d'activités, de loisirs et d'animation via la coordination des filières autour des thèmes forts existants transversaux et porteurs d'image en relevant le défi de la modernisation

- **Oenotourisme / Tourisme Gourmand**: Structurer une offre « gourmande » via le plan d'actions partagé avec le Comité départemental du tourisme et relancer un groupe de travail sur la thématique oenotouristique pour accompagner les acteurs vers le label Vignobles et Découvertes et définir des actions collectives, soutenir l'évènementiel...
- **Ecotourisme** : Les Landes d'armagnac ont rejoint en 2016 la démarche régionale Ecodestination comportant la professionnalisation et l'accompagnement des prestataires pour la mise en place d'offres éco-positives, stratégie numérique partagée, ...
- Tourisme itinérant : finalisation de la signalétique Scandibérique Euvélo3, développement du label Accueil Vélo, réflexion autour d'un outil cartographique collectif départemental « open street map» réalisation d'un guide pratique pour l'accueil des camping-caristes, projet d'un parcours Terra Aventura sur Labastide d'Armagnac...
- Tourisme de groupes : l'Office de tourisme assure l'accompagnement de visites de Labastide, St Justin et Roquefort ainsi que la structuration de l'offre « groupes » via une brochure dédiée et un partenariat commercial avec le comité départemental du tourisme. L'office anime également un réseau de Greeters.

Axe 3 : Partager et promouvoir les valeurs Landes d'Armagnac pour développer la visibilité et la fréquentation des Landes d'Armagnac

Il s'agit dans cet axe de travailler sur des actions concernant les éditions, le site Internet pour lequel il est prévu des actions d'amélioration pour booster sa visibilité et sa traduction (anglais/espagnol), les relations presse, la communication, les réseaux sociaux, l'observation touristique...Renforcer les partenariats avec les territoires voisins pour développer les retombées...

PETITES CITÉS DE CARACTÈRE LABASTIDE D'ARMAGNAC - SAINT JUSTIN

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

Le projet des Petites Cités de Caractère® est de fédérer dans ces communes les différents acteurs autour d'un objectif : allier la sauvegarde du patrimoine, la mise en valeur touristique, l'animation, la promotion auprès des habitants et des visiteurs, au développement de la commune/du territoire.



Nos deux plus remarquables bastides, Labastide d'Armagnac et Saint-Justin ont intégré la démarche vers le label « Petites Cités de Caractère » en 2018 et 2019 respectivement.

Dans le respect de la Charte de Qualité nationale à laquelle elle se réfère, la commission d'homologation a donné son accord pour accompagner les communes dans ce processus. A ce titre, l'OTLA participe aux réunions des comités de pilotage aux cotés de toutes les institutions idoines (CAUE, DRAC, CD40, CDT40, CDC, Région...).

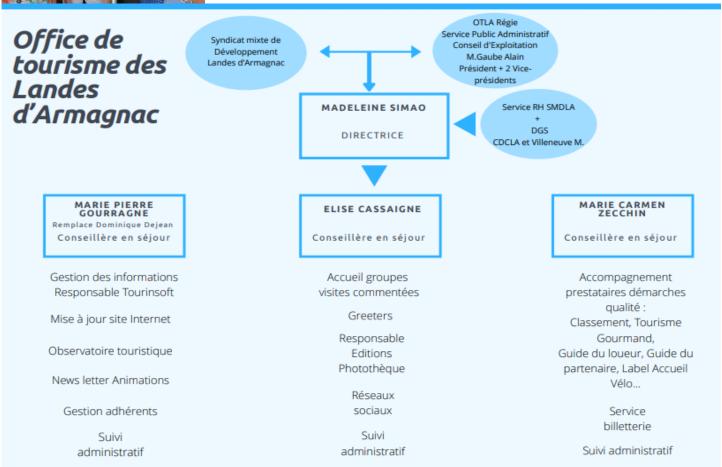
La marque n'est pas encore obtenue pour les deux communes. En 2020, Saint Justin à sélectionné un bureau d'études qui a démarré la phase de diagnostic. Quant à Labastide, après une réunion publique en juillet, les 2 principaux projets actés pour les deux prochaines années à venir sont la création d'un théâtre de verdure et l'acquisition d'un city parc et la création du jardin partagé avec un ou plusieurs circuits découverte des jardins.

Roquefort réfléchit à rejoindre la démarche.

RESSOURCES HUMAINES

ORGANIGRAMME OTLA 2020





L'équipe est composée de 4 équivalents temps plein. La présidence de l'OTLA est assurée par M. Alain Gaube et deux vice-présidents Mme Myriam Darzacq et M. Jean Philippe Brunello.

FORMATIONS 2020

- Formation « Accompagnement des prestataires sortie de crise » Madeleine
- Formation « Prise en main Site Internet de l'OTLA » Marie Pierre et Madeleine
- Atelier « Design thinking » Marie Carmen et Madeleine
- Tous les ateliers dans le cadre de l'écodestination (p26,27) l'équipe en fonction des thématiques



Réunion du Conseil d'Eploitation le 04 décembre 2020 – Arthez d'Armagnac

Directeur de publication : Alain GAUBE Président de l'OTLA - Rédaction : Madeleine SIMAO Directrice de l'OTLA Mise en page : OT Landes d'Armagnac - Crédit Photos : Landes d'Armagnac

Veuillez nous excuser pour toute erreur typographique ou visuelle qui aurait pu se glisser dans ce rapport d'activités

