

# LE RAPPORT D'ACTIVITÉS Landes d'Armagnac Soyez aux rendez-vous

2019



P3 Accueil / Information

P6 Promotion / Communication

P10 Animations

P12 Accompagnement & qualification des prestataires

P18 Commercialisation

P20 Diagnostic CDT40

P24 Ressources humaines



## Les atouts touristiques

### 2 Paysages

- Le Vignoble - La forêt landaise

### Activités de loisirs

- 2 Voies vertes dont la Scandibérique
- 25 boucles rando / étangs
- Canoë

### 1 Voie Jacquaire

- Voie du Vezelay

### Des pépites patrimoniales

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

### Traditions vivantes

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

### Gastronomie

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

### Des démarches qualité

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



### Carte d'identité

2 Communautés de communes composées de 39 communes  
Population : 17 168 (recensement 2018)  
Superficie : 1 277,96 km<sup>2</sup>  
Densité : 13,4 hab/km<sup>2</sup>  
(+ forte densité sur pays de Villeneuve 29,4hab/km<sup>2</sup>)

## 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 210 000€.

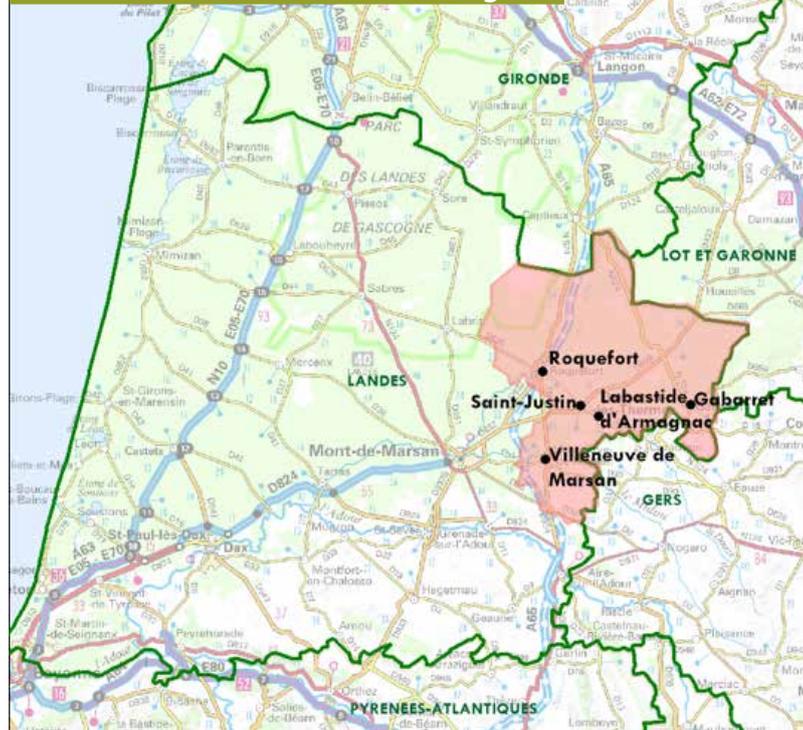
### Le siège social

Il est situé Place Royale à Labastide d'Armagnac

### 4 Bureaux d'informations touristiques

- Gabarret
- Labastide d'Armagnac
- Saint Justin
- Villeneuve de Marsan

### Le territoire des Landes d'armagnac



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%**

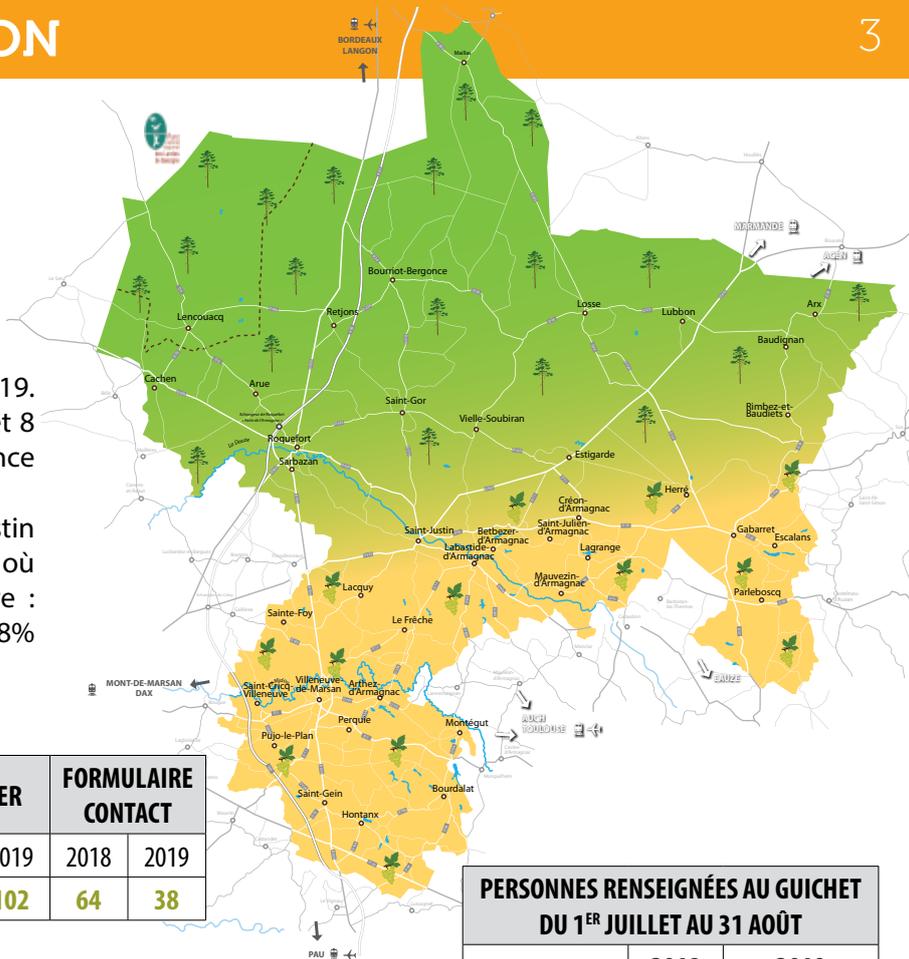
Source – Observatoire du Comité Départemental du tourisme

## L'accueil

### ● A l'Office de Tourisme

L'Office de Tourisme a ouvert 300 jours en 2019. Sont compris les 4 jours fériés de mai à août et 8 dimanches après-midi en juillet et août (alternance Saint-Justin / Labastide).

L'OT a été présent sur la Foire du 1<sup>er</sup> mai à Saint-Justin (manifestation d'intérêt intercommunautaire) où l'on avait noté une fréquentation significative : 249 personnes renseignées (123 contacts) +33,8% par rapport à 2018.



GUICHET		TÉLÉPHONE		MAILS		COURRIER		FORMULAIRE CONTACT	
2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
6 820	5 308	1 307	1 069	139	145	93	102	64	38

⇒ Soit :

Nombre de contacts : **6 662** (8 423 en 2018) -21%

Pour **14 600** personnes renseignées : (16 198 en 2018) -9,8%

PERSONNES RENSEIGNÉES AU GUICHET DU 1 <sup>ER</sup> JUILLET AU 31 AOÛT		
	2018	2019
LABASTIDE	1 005	1 328
GABARRET	635	488
SANT JUSTIN	734	745
VILLENEUVE	264	100
<b>TOTAL</b>	<b>2 638</b>	<b>2 661</b>

	NBRE DE CONTACTS RENSEIGNÉS EN 2019	NBRE DE PERSONNES RENSEIGNÉES
LABASTIDE	3 167	7 319
GABARRET	1 254	2 358
SANT JUSTIN	2 029	4 433
VILLENEUVE*	212	490

(\* bureau ouvert du 17 juin au 31 décembre 2019)

Les visiteurs privilégient le contact au guichet (80%) pour les demandes d'information touristique devant l'appel téléphonique (16%). Les autres modes de contacts sont très peu significatifs.

La fréquentation est en baisse globalement pour l'ensemble des bureaux compensée néanmoins par l'accueil numérique : plus de 30 000 visiteurs uniques pour le site Internet et 3 320 fans qui suivent nos actualités sur la page Facebook (cf p 10).



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

En 2019 ils ont enregistré plus de **400 connexions** (en légère baisse par rapport à 2018).

La fréquentation est quasi identique pour les bureaux de Labastide, St Justin et Gabarret mais inexistante à Villeneuve (8 connexions).

### Fréquentation du Site Web tourisme-landesdarmagnac.fr

40 633 sessions dont 90 % de français

99 391 pages vues

25/34 ans et 55/64 ans

40 % de femmes 60 % d'hommes

#### Intérêts :

Dégustations, agenda, patrimoine, hébergement, gastronomie

#### Top 5 des pays :

France, USA, Belgique, Espagne, Royaume-Uni

## ● Origine des clientèles à l'office de Tourisme

Sur 12 545 visiteurs français 78% sont répartis comme suit (22% pour les autres régions).



Les clientèles sont principalement des excursionnistes de proximité : la Nouvelle Aquitaine et Occitanie.

Sur 1698 visiteurs étrangers :



98% de la clientèle est européenne, les 2% restant se répartissent sur les 4 autres continents avec une prépondérance pour l'Amérique du Nord (USA et Canada : 61 visiteurs). La clientèle étrangère même si elle est en progression (+2%) reste faible : environ 10% des visiteurs.

## L'accueil

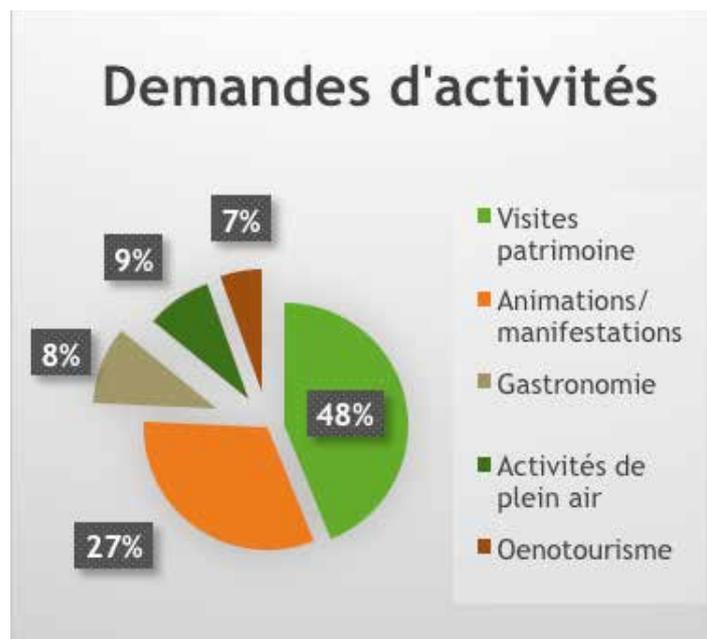
### ● Chez nos prestataires

Pour ce qui est de la saison 2019 sur le territoire, la tendance est à la stabilité voire légèrement meilleure que 2018 au regard des données de fréquentation récoltées auprès de certains prestataires et sites touristiques ci-dessous :

SITES	NBRE DE VISITEURS
DOMAINE D'OGNOAS	6 500
MAISON DU GABARDAN	3 802
ÉCOMUSÉE DE L'ARMAGNAC	2 981
CHAPELLE DES CYCLISTES	19 128
CHÂTEAU DE RAVIGNAN	1 076
CHÂTEAU DE FONDAT	600
CHÂTEAU DE CAUMALE	4 100
GANADERIA DE BUROS	6 500
CANOË LOISIRS	1 500
FERME LE HILLOT	350
ESPACE DÉCOUVERTE ARMAGNACS DARROZE	246



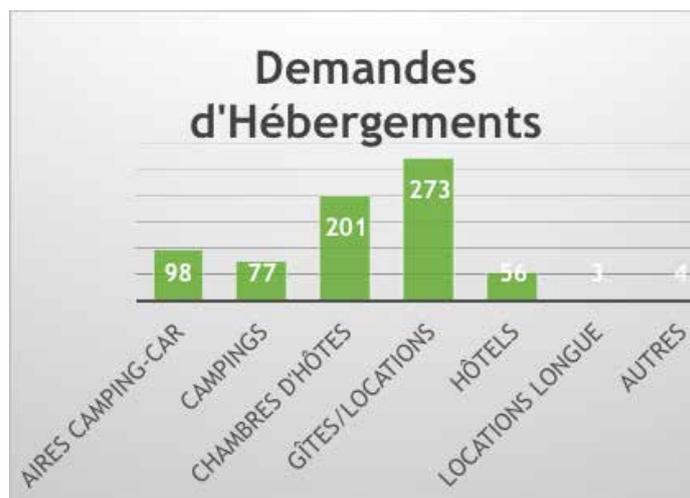
## ● Les demandes à l'office de Tourisme



• **La découverte du patrimoine** est la source d'intérêt principale de nos visiteurs (+10%), suivie par le programme des animations du territoire.

• La clientèle espagnole et hollandaise fréquente en priorité la Scandibérique elle représente une part importante de notre tourisme itinérant. Leurs demandes sont essentiellement axées sur la découverte du patrimoine.

Les clientèles sont en quête de visites patrimoniales, d'animations/événementiels, de gastronomie et de boucles pédestres/vélo. Les clientèles en séjour privilégient les gîtes et chambres d'hôte sans oublier les camping-caristes de plus en plus nombreux.



• Sur plus de 700 demandes d'hébergements **les chambres d'hôtes, gîtes ou locations de meublés** représentent la formule la plus recherchée par nos visiteurs avec près de 70% de la demande. On constate également un nombre grandissant de camping-caristes présents sur nos aires de stationnement.

## 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 événements/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 2019 pour les Landes d'Armagnac (offre exhaustive connue) était constituée de 1011 fiches

159	Hébergements
96	Patrimoine culturel et naturel
18	Equipements de loisirs
28	Activités sportives et de loisirs
24	Restauration
23	Organismes et commerces
596	Fêtes et manifestations
67	Dégustations / Producteurs

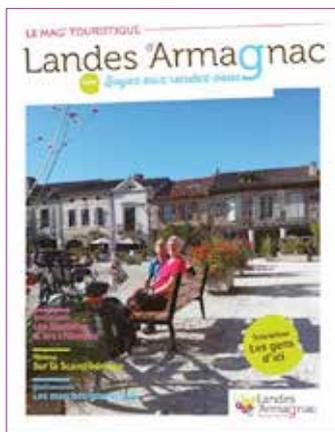
L'Office de tourisme a pour mission de **PROMOUVOIR ET VALORISER LES ATOUS** des Landes d'Armagnac au travers de tous les outils de communication dont il dispose : éditions papier, site Internet, réseaux sociaux, newsletters, contacts presse, voyages de presse en partenariat avec le CDT40 et CRT Nouvelle 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 partenaires des Landes d'armagnac ainsi que les coordonnées de nos partenaires hors zone de compétence.

Des interviews permettent de mettre en avant certaines prestations, notamment cette année les Greeters, ambassadeurs des Landes d'Armagnac :

- Séverine Lamaison greeter commentant en direct la course landaise à des spectateurs
- Marie Claire Blondeau greeter présentant le patrimoine paysager de Hontanx
- Denis Clavé greeter et le Jardi de Lulu à Labastide
- Claire de Montesquiou et son accueil privilégié pour les familles

Tirage : 7000 exemplaires - Date de sortie : 27 mars 2019

Durabilité : toute l'année 2019 et jusqu'aux éditions 2020

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 du lancement de saison et par courrier / dans les mairies / dans des Offices des Landes se l'étant procuré lors des Rencontres du Tourisme.

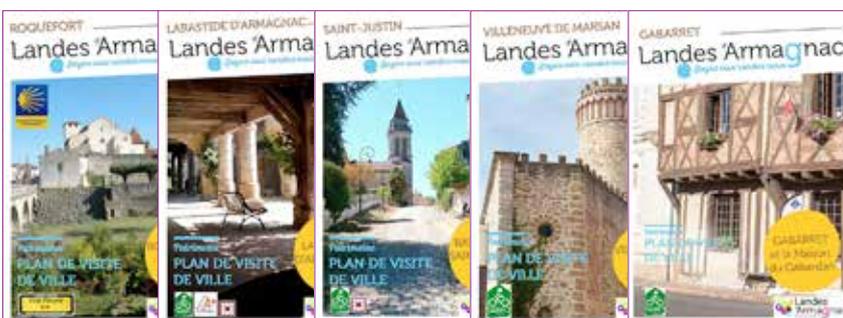
**A noter qu'en dehors de l'Office ce document est peu distribué par nos partenaires (peu de réassort demandé).**

### ● La collection de dépliants thématiques

Ces dépliants réalisés par l'OT vont permettre une découverte en visite libre de lieux patrimoniaux culturels et naturels.

#### Les visites de ville

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 site

Lagunes de Nabias, Sources de Montcaut, Route des Etangs



## ● Les brochures événementielles

### Le supplément du MAG Printemps des Landes

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

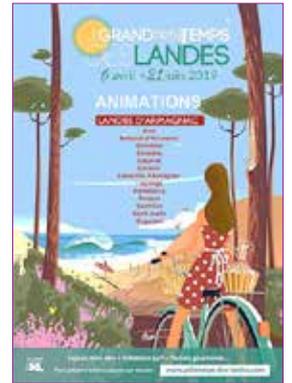
Tirage : 400 exemplaires (réalisation en interne)

Date de sortie : 1er avril 2019

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)



### Le dépliant Fêtez l'Esprit de l'Armagnac

La 9<sup>ème</sup> édition de « Fêtez l'Esprit de l'Armagnac », 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 l'Automne Gourmand des Landes, la toute nouvelle opération de promotion du département autour du Tourisme Gourmand.

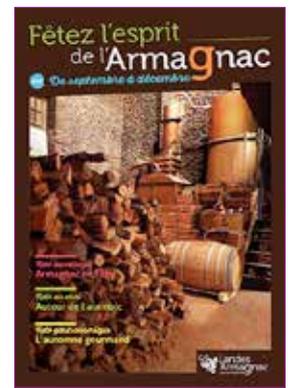
Tirage : 4000 exemplaires (conception OT, réalisation et impression en externe)

Date de sortie : 1er août 2019

Durabilité : d'août à décembre

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

Diffusion → par courrier : 84 OT, 136 prestas, 41 collectivités, 6 organismes institutionnels (CDT, CRT, BNIA..) soit 267 établissements destinataires de 1341 dépliant → Par email : envoi à un fichier de 15832 contacts : clients par la base Tourinsoft, presse etc....



### Les affiches saisonnières

Elles viennent en complément de la page Internet saisonnière et regroupent un choix d'animation des saisons :

✓ Pense-fêtes de Printemps

✓ Pense-fêtes d'été

✓ Pense fêtes d'Automne

Diffusion : édition papier pour les OT/envoi aux prestataires par email/diffusion sur les réseaux sociaux/ téléchargement sur le Site



### 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.

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 email chez les prestataires adhérents, les mairies, notre fichier client ayant demandé son envoi.

### Carte «set de table» en partenariat avec les OT du Gers

Cette action fut mutualisée avec 4 offices de tourisme du Gers (Grand Armagnac, Condom Ténarèze, Nogaro et Vic-Fezensac) répondant au besoin des touristes / excursionnistes pour qui les limites administratives (2 départements, deux régions) n'ont pas d'importance quand il s'agit de découvertes touristiques.

Tirage : pour 2 ans 14500 ex dont 3000 ex pour les Landes d'Armagnac

Public : notre clientèle en séjour/ excursionnistes

Diffusion : édition papier dans les offices et distribution aux prestataires

# Le Site Internet et les Réseaux sociaux

## ● Conception et mise en ligne de 4 pages saisonnières sur [tourisme-landesdarmagnac.fr](http://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.



La To Do List de Printemps



L'été en chantant, l'été enchanté



L'automne au menu, nos plaisirs gourmands à la carte



Plaisirs d'hiver

## ● Facebook

<https://www.facebook.com/landesdarmagnac>

2 agents collaborent à la mise en ligne de plus de 200 posts. Un calendrier éditorial est mis en commun pour synchroniser les différents contenus éditoriaux à réaliser tout au long de l'année. Le travail sur le marketing dans le cadre de l'Ecodestination devrait permettre de peaufiner une ligne éditoriale et quels types d'offres à mettre en avant, à quel moment et pour quel public. La photo, l'utilisation des outils pour créer des montages, des diaporamas, des albums contribuent à varier les contenus. Des bandes-annonces et des vidéos ont été réalisées pour certains événements ou lieux ➡

facebook	VUES	👍
FÊTE DES ENFANTS À SARBAZAN	1800	34
PROMENADE DES LAVOIRS À VILLENEUVE	1300	44
BALADES GIVRÉES	798	43
FÊTE DES MÈRES	514	9
GRAND PRINTEMPS DES LANDES D'ARMAGNAC	351	14
RDV AUX JARDINS DES LANDES D'ARMAGNAC	340	7
MARCHÉS DE NOËL	271	9
ROUTE DES IMAGINAIRES	229	5
BALADE DE LUGAUT	66	28

### Les records

- ARMAGNAC, AMBIANCE... PHOTOS DE LA DISTILLATION  
3 913 pers atteintes, 213 réactions, 141 j'aime, j'adore... , 32 partages, 40 commentaires, 653 clics sur la publication, 249 affichages de photos
- AUTOMNE GOURMAND... PHOTO DE LA TRANSHUMANANCE  
3 847 pers atteintes, 116 réactions, 64 j'aime, j'adore... , 43 partages, 295 clics sur la publication, 163 affichages de photos

### Nos Fans

3 320 👍 (+ 220) - 3 392 abonnés

#### • LeTop 3 de nos abonnés

PAR VILLES		PAR PAYS	
MONT DE MARSAN	390	FRANCE	2 996
BORDEAUX	101	BELGIQUE	43
PARIS	91	ESPAGNE	33



## ● Instagram

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



L'animation de ce réseau social a été confiée pendant quelques semaines à une stagiaire qui a mis en évidence l'intérêt de ce réseau pouvant capter une clientèle milléniale. Le compte avait été créé en 2014 mais il n'était pas actif. Après avoir analysé la pertinence d'utiliser ce réseau social, la dynamique a été relancée. Aujourd'hui, on compte 488 abonnés pour 32 publications. Le manque de temps et de disponibilité pour traiter en direct les événements freinent le développement de ce réseau.

Les meilleurs posts : le beau patrimoine des Landes d'Armagnac



## La participation à l'édition de contenus pour d'autres parutions

- **Sur le site internet de Côte Landes Nature Tourisme** : Texte de présentation à la rubrique nos voisins landais
- **Sur Le Guide de séjour du Grand Dax** : deux circuits thématiques « Sous le signe de la vache », « Quand la Gascogne se met à table » <https://reservation.dax-tourisme.com/medias/documents/documentation/documentation-19GSEJ-FR.pdf>

## La 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 nationaux. En 2019, ce travail a concerné : Le Guide du Routard « Aquitaine 2019 », Le Petit Futé

## Les relations presse

En 2019, l'Office de tourisme a participé à la fourniture d'informations préalables et à quelques accueils de journalistes dans les cadres suivants :

### Avril - PRINTEMPS DES LANDES :

- Correspondants locaux Sud-Ouest

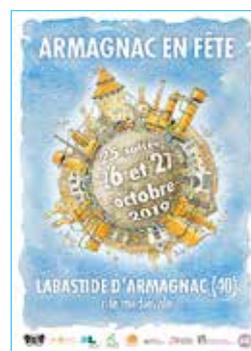
### Sept – Oct - AUTOMNE GOURMAND :

- Site Web Homme Deco <http://hommedeco.fr/automne-gourmand-dans-les-landes>
- Site Web ABC Au féminin [https://www.abcfeminin.com/Evasion-et-festins-gourmands-en-toutes-saisons-dans-les-Landes\\_a2034.html](https://www.abcfeminin.com/Evasion-et-festins-gourmands-en-toutes-saisons-dans-les-Landes_a2034.html)
- Accueil du Voyage de Presse le 11 octobre à Labastide : 4 journalistes/blogueurs : Evasions Bordelaises, Homme Déco, ABC Féminin, Solcito <https://www.solcito.fr/2020/05/automne-gourmand-landes/>
- Communiqué de presse « Fêtez l'esprit de l'Armagnac » :

Ce communiqué a été adressé à l'ensemble du fichier presse « spécialisée » à savoir des magazines viticoles, de loisirs et de gastronomie soit 492 contacts.

La presse locale et les partenaires divers institutionnels (Maison d'Aquitaine, CRT, CDT, MONA, BNIA, Syndicat du Floc ...) ont également fait l'objet d'un envoi par mail fin août pour une programmation qui débute en septembre.

Lorsqu'il s'agit d'animations, de manifestations présentant un intérêt intercommunautaire touristique il arrive que l'OTLA mène une ou plusieurs missions : accueil, promotion, programmation...



## Printemps des Landes

32 dates (35 en 2017). Des nouveautés sur le Villeneuvois (ou une meilleure info sur les initiatives) : Trail des étangs, marché aux plantes et créateurs du monde à Hontanx ; côté producteurs : 2 ateliers gourmands au Domaine de Laubesse et la Rando des Vignes au Domaine de Berdet. Et aussi : les rendez-vous aux Jardins à Labastide d'Armagnac (90 personnes à la balade contée), le 60ème anniversaire de Notre Dame des Cyclistes (pas de repas en raison d'un décès et seulement 60 participants à la manifestation sportive) et le Salon du Livre de Gabarret (une vingtaine d'auteurs et plus de 200 visiteurs).

**OTLA : Réalisation d'une brochure événementielle**

## Foire du 1er mai à Saint Justin

Très bonne édition. Estimation 6000 PERS + 15% de repas servis et on a manqué de tout ! (météo favorable)

**OTLA : Contribution réservations d'emplacements, tenue d'un stand**

## Semi-Marathon à Villeneuve de Marsan

Très bonne édition. 596 participants (521 en 2018) 394 (339 en 2018) coureurs pour le semi-marathon ; 82 (72 en 2018) pour le duo soit 164 pers. 38 marcheurs inscrits pour la Ronde des lavoirs.

## Armagnac en fête à Labastide d'Armagnac

De très bonnes conditions météo cette année estimation 1900 personnes comptées le samedi, moins le dimanche. De 3500 à 4000 personnes, une fréquentation stable. Quelques déçus : pas de stands de l'Italie, peu de SRDG, annulation de la démo de course landaise.

**OTLA : Contribution réservations repas**

## Marchés de producteurs de Pays

4800 assiettes servies.

- Saint Justin 1000 assiettes / 550 personnes (+25% par rapport à 2018 - 400 pers)
- Roquefort 1500 assiettes / 800 personnes (+ 33% par rapport à 2018 - 600 pers)
- Labastide 1400 assiettes / 750 personnes (+ 7%)
- Villeneuve 900 assiettes (idem 2018)

## Journées TER (Tourisme en Espace Rural)

**OTLA : 2 visites sur 4 réalisées – 21 inscrits à St Justin (27 en 2018, changement de date) et 13 à Labastide (21 en 2018) Pas de réservation à Gabarret, une résa de 2 pers à Villeneuve (visite annulée).**



### Fête du Floc à Labastide d'Armagnac 03/08/19

Environ 500 pers tout au long de la journée. Ateliers culinaires : environ 70 pers  
**OTLA : 1 visite commentée de Labastide, une vingtaine de participants.**

### Journée du patrimoine - Thème 2019 «Art et divertissement»

**OTLA : 3 villes à explorer Saint Justin (1 visite guidée avec 12 pers) , Labastide (3 visites guidées avec 98 pers) et Roquefort [5 visites thématiques (80 pers) et un concert en soirée (+300 pers),**

- 4 églises avec visites commentées : Douzevielle (16 pers), Saint-Martin de Noët (20 pers), St Pierre de Juliac et chapelle de Lugaut.
- La Maison du Gabardan
- 4 journées thématiques : Château de Ravignan, Route des Imaginaires (pluie), les RDV du Patrimoine à Cachem ateliers animés par le PNR, Portes ouvertes au Domaine d'Ognoas

### Route de la Transhumance

5 étapes, environ 1250 repas servis

- LE FRECHE : 150 repas servis. Départ rando de Le Frêche / Lacquy = une centaine
- LACQUY (midi) = 150 repas, une centaine de randonneurs vers Sant-Justin
- SAINT-JUSTIN : 80 randonneurs au départ, environ 200 au four à pain, 320 repas servis +20 bénévoles

**OTLA : accompagnement de la randonnée**

- VIELLE SOUBIRAN : 20 randonneurs, 140 pers à l'arrivée, 125 repas
- LOSSE = 440 repas servis + 50 bénévoles le soir / rando 180 personnes et autant qui attendaient à Lussolle et tout au long de la route jusqu'à la salle R Jourdan...

### 3ème édition de la Course Nature à Saint Justin

435 participants grand succès 309 coureurs et 126 marcheurs (en progression, météo au RDV malgré les prévisions !)

## Offre adhérente 2019 à l'OTLA

- 44 hébergeurs • 29 producteurs • 16 restaurants
- 14 loisirs et artisanat • 3 associations
- 3 commerces et services • 3 patrimoine culturel

### Tarifs des adhésions

50 € Landes d'Armagnac - 100 € hors territoire

Recette : 97 cotisations pour 5 250 €

**112 ADHERENTS**

(dont certains sont multi-activités + 8 partenaires hors territoire\*)

\*4 hébergeurs, 1 producteur, 2 activités de loisirs, 1 site de visite

## La qualification des prestataires

En ce qui concerne la qualification des prestataires, l'OTLA joue un rôle important d'accompagnement tant sur le classement notamment qu'il encourage de surcroît pour faciliter la collecte de la taxe de séjour, que sur les démarches qualité (Tourisme Gourmand, Oenotourisme, Accueil Vélo...).

### ● Le classement des meublés et le référentiel des Chambres d'hôtes

En 2019, 6 hébergeurs ont été accompagnés par l'OT au classement ou au référentiel chambres d'hôtes.

#### • 4 classements

Gîte « Le Clos de Benestar » M. et Mme CLAMEN à Mauvezin d'Armagnac

Gîte « Pinchau » M. et Mme SISSON à Mauvezin d'Armagnac

Location meublée Avenue des Arènes M. et Mme BEAUVOIR à Gabarret

Gîte « Pomanté » M. BOURGOIGNIE Tristan à Labastide d'Armagnac

#### • 1 reclassement

Gîte « Bordonnet » Mme CORTY à Lagrange

#### • 1 référentiel chambre d'hôtes

Château de Reys M. MARTIN à Créon d'Armagnac

### ● Le label «Accueil Vélo»

Le label 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 ou la Scandibérique.

Sur le territoire des Landes d'Armagnac, à ce jour ont été labellisés :



- Château de Buros à Escalans
- Château de Caumale à Escalans
- L'Etable des Amis à Escalans
- Les chambres Maison Jean d'Albret à Gabarret
- Le Domaine de Paguy à Betbezer d'Armagnac
- Notre Dame des Cyclistes à Labastide d'Armagnac
- Les 4 points d'accueil de l'Office de tourisme des Landes d'Armagnac

En 2019, 2 prestataires supplémentaires ont été visités et obtenus le label :

Les Chambres d'hôtes «La Maillade» M. et Mme CART LAMY à Bourriot Bergonce

Le Château de Ravignan M. DE RAVIGNAN à Perquie

### Quelques pourcentages

#### Les chambres d'hôtes

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

43% de l'offre en chambres d'hôte, adhérente à l'OT n'a aucun label

#### 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

13 % de l'offre meublé touristique, adhérente à l'OT n'est pas classée/ou labellisé

## ● Œnotourisme

### Petit rappel

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 « 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 labellisés (20 producteurs et 5 hébergeurs).



La Région (Règlement d'intervention Tourisme Aquitaine) intervient sur plusieurs points :

- Accompagnement sur les actions collectives qui favorisent la mise en réseau d'une offre agritouristique,
- Accompagnement de la qualification des prestations d'accueil (Etudes, investissements...)
- Favoriser l'implantation d'hébergements thématiques œnotourisme.

L'animation du réseau « Destination Vignobles » par la Région cesse en 2016, mais il est possible de poursuivre le travail avec le réseau des prestataires pour aller vers le label national « Vignobles et découvertes ». Pour cela, si l'Office de tourisme est le porteur de projet, il doit être classé.



## ● Le Réseau Départemental du Tourisme Gourmand

Le Comité départemental du tourisme lance en 2019 le réseau départemental des acteurs du tourisme Gourmand. Après une phase de sensibilisation, les premiers dossiers de candidatures arrivent à l'OT et sont supervisés par la commission d'intégration au réseau. Des 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.



Au 31 décembre 2019, Le territoire des Landes d'Armagnac compte 12 membres actifs :

### • 3 restaurateurs

Le St Vincent - Roquefort

Le Château de Buros - Escalans

Le Cadet de Gascogne – St Justin

### • 6 producteurs

Domaine de Laubesse - Hontanx

Domaine de Ravignan - Perquie

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

Domaine d'Espérance – Mauvezin d'Armagnac

Domaine d'Ognoas – Arthez d'Armagnac

Domaine du Berdet - Bourdalat

### • 3 hébergeurs

Domaine de Lugazaut – Chambres d'hôtes – Vielle Soubiran

Le Loft Gascon – Gîte – Mauvezin d'Armagnac

Hôtel Le St Vincent – Roquefort

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<sup>ème</sup> année pour l'utilisation des outils de communication Tourisme Gourmand.

Participation au **Forum du Tourisme Gourmand à Hagetmau le 9 septembre** (conférences sur les tendances de la consommation alimentaire, tables rondes, dating gourmand).

En 2019, l'Office de tourisme a effectué les rencontres et/ou visites suivantes dans le cadre de sa mission d'accompagnement aux porteurs de projets mais aussi en tant que relais concernant le classement, la labellisation des hébergements et l'accompagnement sur des démarches qualité (Tourisme Gourmand...) :

15/01/2019	Mr et Mme PERENNES - Création d'une aire de camping-car à la ferme
14/03/2019	Mr et Mme BEAUVOIR Jean Pierre - Visite en vue d'un classement de meublé
14/03/2019	Mr et Mme CART LAMY Sidonie - Visite pour le Label Accueil vélo
10/05/2019	Mr et Mme LAFITTE Bernard - Visite en vue d'un classement de meublé
10/05/2019	Mr BOURGOIGNIE Tristan - Visite en vue d'un classement de meublé
17/05/2019	Mr et Mme BENOIT - Le St Vincent - Visite Tourisme Gourmand
17/05/2019	Mme DEMONTESQUIOU - Domaine Espérance - Visite Tourisme Gourmand
17/05/2019	Mr et Mme DARRIMAJOU - Domaine du Berdet - Visite Tourisme Gourmand
17/05/2019	Mme LACAVE Nelly - Domaine de Jouatmaou - Visite Tourisme Gourmand
17/05/2019	Domaine d'Ognoas - Visite Tourisme Gourmand
24/05/2019	Mme PERE Mélanie - Domaine de Lugazaut - Visite Tourisme Gourmand
08/08/2019	Mr Jocelyn D'ORGLANDES - Château de Ravignan - Visite Label Accueil vélo
23/10/2019	Mme BOUTIN Florence - Château de Ravignan - Visite Tourisme Gourmand
23/10/2019	Mr GARREAU Pierre - Ecomusée de l'Armagnac - Visite Tourisme Gourmand
07/11/2019	Mr et Mme MARTIN Franck - Château de Reys - Visite Chambres d'hôte Référence
07/11/2019	Mme DE WIT Angélique - Château de Buros - Visite Château Tourisme Gourmand
07/11/2019	Mr et Mme SISSON - Gîte Le Loft Gascon - Visite Tourisme Gourmand
19/11/2019	Mr MAZUR - Le Cadet de Gascogne - Visite Tourisme Gourmand

## ● Appel à projet Écodelstination

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).

**Equipe projet**

**Objectifs**

1. Professionnaliser l'équipe projet à l'acculturation marketing et au développement durable
2. Valoriser les ressources humaines internes au projet et leurs compétences
3. Sensibiliser l'ensemble des équipes aux écogestes

**Actions**

- ✓ Gestion prévisionnelle des emplois et compétences territoriales, analyse Belbin
- ✓ Coaching en marketing
- ✓ Slowinaire inter-OT annuel

**Outils**

- ✓ Schéma marketing
- ✓ Programme de professionnalisation collectif
- ✓ Analyse des besoins en formation individuel
- ✓ Organigramme fonctionnel

**Prestataires touristiques**

**Objectifs**

1. Structurer une offre éco-responsable
2. Faciliter le parcours des porteurs de projet touristique
3. Accompagner collectivement les prestataires à travers leur mise en réseau
4. Innover et expérimenter des actions en matière de tourisme durable

**Suivi individuel**

- ✓ Qualification (40 / an)
- ✓ Déploiement charte écotourisme
- ✓ Marquage Valeurs Parc
- ✓ Bienvenue au projet (30 / an)

**Outils**

- ✓ Guide d'aide au positionnement
- ✓ Répertoire de ressources porteurs de projets
- ✓ Nouvelle charte

**Un fil conducteur :** Transition écologique et marketing client  
**Objectif :** Développer et promouvoir une offre d'escapades éco-positives

**Visiteurs & touristes**

**Objectifs**

1. Identifier et comprendre pour attirer et séduire
2. Pousser à l'acte d'achat / réservation
3. Satisfaire le séjour
4. Fidéliser, faire revenir

**Actions**

- ✓ Manuel de vente et promesse client
- ✓ Photothèque et vidéothèque

**Outils**

- ✓ Manuel de vente (représentations sacs à dos)
- ✓ Une offre : nouvelles escapades écopositives

**Accompagnement collectif**

Rendez-vous : information, sensibilisation, éducation

- ✓ Culture marketing
- ✓ Gestion environnementale
- ✓ Connaissance des patrimoines
- ✓ Fabrique à idées

**Outils**

- ✓ Réseau CERCLE DES IMAGINATERRES
- ✓ Programme local de professionnalisation

## ⇒ En 2019

### Création du Cercle des Imaginaterres *(suivi Dominique Dejean)*



Création du nouveau nom fédérateur du réseau Ecotourisme Landes de Gascogne pour les futures escapades éco-positives.

#### • Les Imaginaterres

- ✓ Un nom évocateur qui fait le lien entre la vision partagée des acteurs et le territoire.
- ✓ Une promesse qui renvoie à l'idée de construire un nouveau monde demain, un monde préservé et sensible.
- ✓ Une référence à l'imaginaire véhiculé par le voyage et les vacances.
- ✓ Un clin d'œil au positionnement des Parcs naturels régionaux "un autre tourisme s'invente ici".

#### • Le Cercle

- ✓ Référence aux cercles gascons pour le lien au territoire, lieu d'intégration et mixité sociale.
- ✓ Fait échos au "club" (réseau), "rentrez dans le cercle" (ouverture aux autres).
- ✓ Côté littéraire : cercle des poètes disparus.

#### • Le slogan

- ✓ Une signature qui explique l'offre liée à la démarche, tout en introduisant une idée neuve et "positive".
- ✓ Un terme qui adoucit le côté militant et lourd lié à la problématique durable.
- ✓ On injecte de l'enthousiasme, de la joie de vivre, une jolie promesse qui capte l'attention et crée de la complicité.
- ✓ Carnet d'escapades
- ✓ Une idée neuve autour d'un réseau d'adresses et bons plans partagé et sympathique.
- ✓ Une formule qui évoque le rire et le plaisir, valeurs majeures des vacances.

### Marketing de l'offre de l'éco destination *(suivi Elise Cassaigne)*

• **Formation 4 et 5 juin** au préalable : définition de la promesse client, définition de nos cibles en fonction de leurs besoins, réalisation d'un outil de diagnostic à destination des prestataires, formation marketing pour vendre la bonne offre au bon client au bon moment. Poursuite du travail engagé en 2018.

✓ Réalisation d'un manuel de vente : pour chaque cible, une fiche comprenant la typologie (centres d'intérêt, origine géographique, connecté ou non, degré de sensibilité à l'écotourisme, pouvoir d'achat etc..), le type d'offres à lui proposer, stratégie de contenu (quelles valeurs mettre en avant, quand communiquer, quels mots clés, quel support, quel ton...). Il reste aux équipes de compléter ce manuel en listant les offres correspondantes des territoires.

✓ Réalisation d'outils pour s'approprier le parcours client : parler bénéfice, suivi GRC. Le but étant de fidéliser mais surtout de faire du client notre ambassadeur.

### Suivi des prestataires *(par Marie-Carmen Zecchin)*

• **En lien avec Caroline Leroy** : formation méthodologique et visites.

### Slowminaire Labastide-Hontanx 7 et 8 octobre

Toute l'équipe de l'OTLA a été mobilisée pour recevoir les professionnels de l'éco destination et participer à l'animation du slowminaire.

Organisation de la rencontre : Dominique Dejean

Restitution du travail sur le Marketing : Elise Cassaigne

Présentation du réseau du Tourisme gourmand : Marie Carmen Zecchin

### Forum du Tourisme Durable à Mios 27 novembre

Paroles d'experts sur les enjeux du tourisme local, présentation d'initiatives inspirantes et éco-positives, ateliers en vue d'enrichir la boîte à outils disponible pour les acteurs du tourisme.



# ACCOMPAGNEMENT ET QUALIFICATION DES PRESTATAIRES

## ● La collecte de la Taxe de Séjour

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 une vingtaine d'hébergeurs ont été accompagnés individuellement en 2019. L'année 2019 fût 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...).

- Pour rappel voici les tarifs qui ont été votés par le Comité Syndical le 17/07/2018 à compter du 1er janvier 2019 :

### DELIBERATION DU 17-07-2018

Pour les hébergements classés en étoiles ainsi que pour les palaces, chambres d'hôtes, auberges collectives, aires de camping-cars, terrains de camping et de caravanage et ports de plaisance, les tarifs sont fixés en euros, par nuit et par personne assujettie, selon la nature et la catégorie de l'hébergement.

The rates for ranked accommodations in stars, palaces, bed and breakfast, group hostels, camper vans areas, campsites and caravan pitches, and yacht harbours are fixed in euros, per night and per taxable person, according to the nature and category of the accommodation.

Hôtels, meublés et résidences de tourisme / Hotels, furnished flats of tourism and holiday residences

Classement touristique / Tourist ranking	Tarif / Rate *
Palaces	1.20€
★★★★★	1.00€
★★★★	1.00€
★★★	0.80€
★★	0.50€
★	0.40€

Campings / Campsites

Classement touristique / Tourist ranking	Tarif / Rate *
★★★★★	0.30€
★★★★	
★★★	0.22€
★★	
★	0.22€
Non classés	

Hébergements hors classement / Accommodations without ranking

Nature / Type	Tarif / Rate *
Auberges collectives / Group hostels	0.40€
Chambres d'hôtes / Bed & Breakfast	0.40€
Aires de camping-cars et des parcs de stationnement touristique par tranche de 24h / Camper van's areas and tourist carparks for a duration of 24 hours	0.30€
Ports de plaisance / Yacht Harbour	0.22€

Villages de vacances / Vacation Villages

Classement touristique / Tourist ranking	Tarif / Rate *
★★★★★	0.50€
★★★★	
★★★	0.40€
★★	
★	0.40€
Non classés	

(\* Ce tarif inclut la taxe additionnelle du conseil départemental / This rate includes the additional tax of the conseil départemental)

### CONDITIONS D'EXONERATION

- Sont exemptés de la taxe, selon l'article L. 2333-31 du CGCT :
- Les personnes mineures
  - Les titulaires d'un contrat de travail saisonnier employés sur le territoire de la collectivité
  - Les personnes bénéficiant d'un hébergement d'urgence ou d'un relogement temporaire
  - Les personnes qui occupent des locaux dont le loyer est inférieur à 15€ par nuitée

### TAX EXEMPTION

- Are exempt from tax according to article L. 2333-31 of CGCT :
- Minors / People under 18
  - Seasonal contractors employed on the Territory
  - People benefiting from an emergency housing or a temporary rehousing
  - People who occupy premises of which the rent is lower than 15€ for an overnight stay

Pour les hôtels, meublés, résidences et villages de vacances sans classement ainsi que tout hébergement non classable excepté les auberges collectives, chambres d'hôtes, hébergements de plein air, le tarif de taxe proportionnelle<sup>(1)</sup> correspond à 5% par personne de la nuitée<sup>(2)</sup> plafonné à 1,09€.

Il est ensuite majoré de 10% correspondant à la taxe additionnelle au profit du Conseil Départemental des Landes.

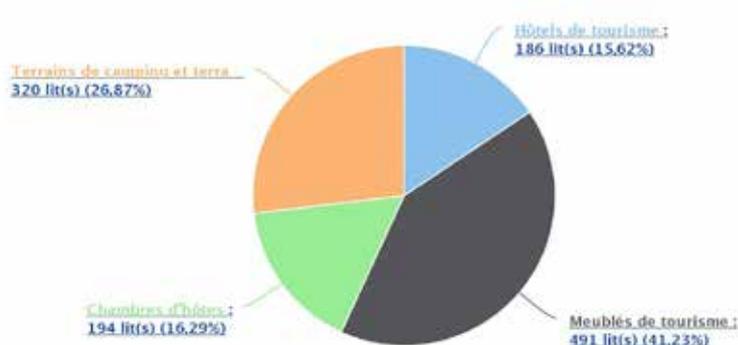
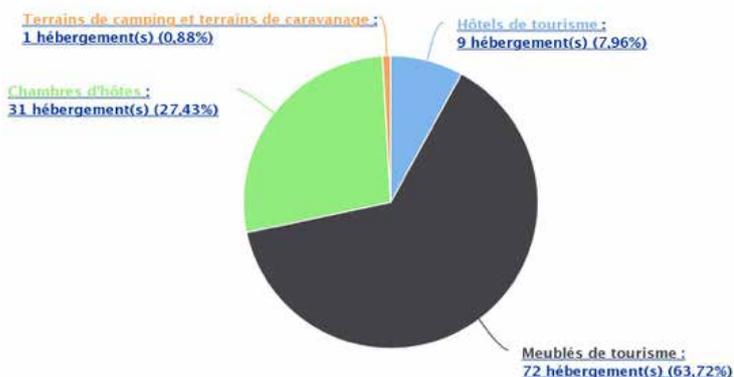
$$\begin{aligned} \text{Montant à percevoir} &= \\ &= \text{Nombre de personnes assujetties et non exonérées} \\ &\quad \times \\ &\quad \text{Nombre de nuits du séjour} \\ &\quad \times \\ &\quad \text{Tarif de taxe proportionnelle majoré }^{(3)} \end{aligned}$$

(1) Tarif de taxe proportionnelle = Prix HT par occupant de la nuitée<sup>(2)</sup> x 5% plafonné à 1,09€

(2) Prix HT par occupant de la nuitée = Prix de l'hébergement HT pour le séjour / Nombre de nuits du séjour / Nombre d'occupants

(3) Tarif de taxe proportionnelle majoré = Prix HT par occupant de la nuitée<sup>(2)</sup> x 5% plafonné à 1,09€ + 10%

- Etat des hébergements par nature d'hébergements



**Chiffres 2019 au 15-03-2020**  
 113 hébergements (taxe déclarée) - 1191 lits touristiques  
**20269.34€** pour 43780 nuitées  
 (reste à percevoir **3197.02€**)

## Mais aussi...

### ● Le guide du partenaire de l'OT

Le guide du partenaire, réalisé en interne, est un véritable mémo des services de l'OT pour les prestataires. Il est envoyé à l'ensemble des adhérents et des potentiels adhérents du territoire 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 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 possibilité de labellisation : déclaration en mairie, classement, label, 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 ces nouveaux hébergeurs.

### ● L'éducteur des Landes d'Armagnac

Pour contribuer à une meilleure connaissance des offres touristiques mais également pour rapprocher l'Office de tourisme des acteurs socio-professionnels 1 éducteur est organisé chaque année avant saison. Il réunit près d'une trentaine de participants pour un temps de rencontre, d'échanges et de visite.

En 2019, cette rencontre a eu lieu au Château d'Aon sur la commune de Hontanx.

Au programme, visite du village, temps d'échange avec le personnel de l'OT, visite au Domaine du Berdet à Bourdalat où la journée s'est clôturée autour d'un pot amical et de spécialités locales.

**30 participants soit 30% des partenaires de l'Office de tourisme**



### ● Les Greeters 40 ou ambassadeurs des Landes



En 2019 nous comptons 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**, côté Jardins. En 2019, lancement lors des RDV aux Jardins avec un énorme succès

Pour 2020, 2 personnes devraient rejoindre le réseau :

- **Claudie Corty** pour le patrimoine culturel et naturel de Lagrange,
- **Gilles Cart Lamy** pour les chemins de pèlerinage (Compostelle et Saint Martin de Tours).

## L'accueil «Groupe»

En 2019 l'office de tourisme a organisé et accueilli 50 groupes (soit 1269 personnes) pour lesquels il a assuré des visites guidées : Labastide, Roquefort, St Justin et le Château de Fondat ou encore la Ferme Solaire du Gabardan. La demande est forte et constante (associations, clubs 3ème âge, écoles...). La clientèle groupe est séduite par la brochure « Excursions de groupes » réalisée par l'office mais aussi par les visites réalisées dans le cadre d'événementiels (Armagnac en Fête, Floc en fête, Journées du Patrimoine, journées TER...).

### ● La brochure spéciale «Groupes» reprend toute l'offre groupe du territoire (visite OT et prestations 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 traditions/Activités de groupes/ Bienvenue chez nos producteurs (uniquement les Destination vignobles et vignobles et découvertes).

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.



### Visite guidées 50 groupes (46 en 2018) et 58 visites guidées soit 1 269 personnes

**Bureau d'information de Labastide d'Armagnac** RECETTE : 2 143,50 €

- ✓30 groupes pour 30 visites guidées dont 29 visites de Labastide et 1 de Roquefort Armagnac en fête, TER, JEP...
- ✓722 personnes dont 667 payants

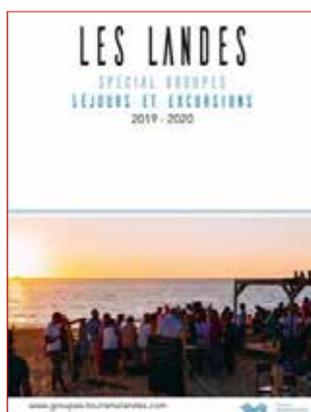
**Bureau d'information de Saint Justin** RECETTE : 2 117,50 €

- ✓20 groupes pour 28 visites guidées dont 12 Saint Justin, 6 Château de Fondat, 8 Ferme solaire + 2 églises lors des Journées du Patrimoine
- ✓547 personnes dont 450 payants

**+3%**  
Personnes accueillies  
1 269 (1 117 payants)  
Recette 4 261  
rétrocession Château de Fondat  
522€

### ● Convention avec le CDT40 pour le Tourisme de groupe

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 ». Il n'y a pas eu de réservation en 2019.





## Le service billetterie et la boutique

### Service billetterie

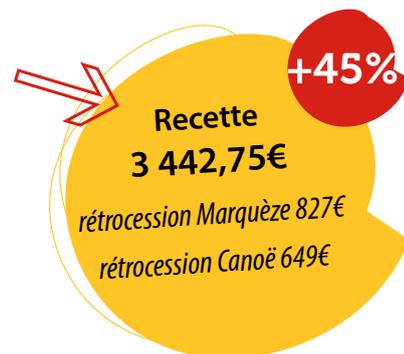
En 2019, l'Office de tourisme a été sollicité pour la vente de billetterie et la prise de réservations et a mis en place une convention spécifique avec un commissionnement.

Ce service naissant et voué à se développer, a concerné en 2019 :

- **Billetterie ECOMUSEE MARQUEZE**  
RECETTE 1 002 € (+17,8%) soit 77 entrées
- **Billetterie CANOË LOISIR ROQUEFORT**  
RECETTE 684 € (1ère année) soit 50 entrées
- **Service réservation FOIRE 1<sup>ER</sup> MAI**  
25,25 € (0,25€/réservation)
- **Service réservation REPAS ARMAGNAC EN FETE**  
35,50 € (0,25€/réservation)

### 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 1 696 €



## 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.

# Diagnostic prospectif CDT40

Le Comité  
Départemental du  
Tourisme des Landes  
à présenté aux élus  
en avril 2019 un  
diagnostic touristique  
prospectif des Landes  
d'Armagnac dont  
voici les principales  
conclusions.

**Analyse SWOT** (Strengths/Weaknesses/Opportunities/Threats)



Outil d'audit marketing du territoire et de son environnement (concurrence)




Cet outil simple aide à se concentrer sur les questions clés.

Le tourisme sur le territoire des Landes d'Armagnac



Forces	Faiblesses
<p><b>Aménagements et structuration du territoire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proximité de métropoles (Bordeaux et Toulouse), de Mont de Marsan mais aussi de territoires avec une image forte comme le Gers ou encore de réservoirs de clientèle avec la station thermique de Barbotan (15 000 curistes/an) et Casteljaloux (2600 curistes)</li> <li>Proximité d'axes importants: A65, D933 vers l'Autoroute des 2 mers, voie jacquaire du Vézelay (1 100 à 1 700 pèlerins sur ce tronçon)</li> <li>Des habitants impliqués dans la vie locale</li> <li>Nouvelles populations qui viennent s'installer dans une dynamique de développement local (tourisme, écuries...). Ils viennent pour les espaces, la nature et la qualité de vie.</li> </ul> <p><b>Image/positionnement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Des thématiques à fort capital de marque : Armagnac connu à l'international, Bastides</li> </ul> <p><b>Offre patrimoniale et culture</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Patrimoine préservé avec des « pépites », domaines d'armagnac, villages de caractère, bastides, ...</li> <li>Quelques sites recherchés Chapelle des cyclistes de renommée internationale, Café Tortoré un des plus vieux café de France</li> <li>Une identité architecturale diversifiée</li> <li>Du petit patrimoine (églises, lavoirs, sources...)</li> <li>Réseau d'Artisans d'art (coutelier, tonnelier...)</li> </ul> <p><b>Activités/événements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Un territoire festif animé : le mois de la distillation, Armagnac en fête, Festival l'Oreille en Place, Foire du 1<sup>er</sup> mai, Transhumance, fête du Floc</li> </ul> <p><b>Gastronomie: Une offre de produits de qualité et diversifiée</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Un produit phare l'Armagnac avec des domaines reconnus, ouverts au public.</li> <li>Une offre de produits diversifiée et quelques produits identitaires (floc, la Belle Sandrine, tourtières, flocquins...),</li> <li>Une offre de restauration du terroir qualitative répartie sur le territoire (8 avis sur 17 avec une note de 4,5)</li> </ul>	<p><b>Aménagements et structuration du territoire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dans le SCOT, en cours de validation, pas de référence au tourisme</li> <li>Signalétique/signalisation peu visible et insuffisamment coordonnée à l'échelle du territoire,</li> <li>Peu de moyens de transport collectifs</li> <li>Des axes très roulants qui peuvent perturber la quiétude des bourgs (D933N)</li> </ul> <p><b>Image/positionnement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Faible notoriété du territoire</li> <li>Peu de lieux connus</li> <li>Des événements porteurs mais insuffisamment connus</li> <li>Pas de hiérarchisation ni de mise en scène de l'offre</li> </ul> <p><b>Offre d'hébergement/restauration/services</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Capacité d'hébergement marchand faible et en baisse</li> <li>Une offre concentrée sur le moyen/bas de gamme pour une clientèle en quête de charme et de qualité</li> <li>Faible qualification de l'offre : gammes*, marques et labels</li> <li>Une offre touristique insuffisamment structurée autour de ses piliers</li> <li>Un calendrier des animations à mieux coordonner et une communication à renforcer</li> <li>Pas de table gastronomique</li> </ul> <p><b>Organisation/coordination du territoire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Une mise en réseau des acteurs touristiques à travailler</li> <li>Offices de Tourisme non classés et pas en démarche qualité</li> <li>Une organisation des OT à optimiser: structuration de l'accueil (beaucoup de lieux d'accueil par rapport au nombre de salariés, peu de lieux d'accueil ouverts le week-end, des supports de communication à penser à l'échelle globale du territoire)</li> <li>Une implication dans les dispositifs partenariaux du département qui pourrait être renforcée</li> </ul>

## Opportunités

### Contexte global

- Capitaliser sur les flux naturels qui traversent le territoire et les réservoirs de clientèles à proximité
- Une population d'Anglo-saxons installée, active (ambassadeurs)
- Des produits d'exception à notoriété internationale
- Une taxe de séjour à optimiser

### Nouveaux projets/équipements à venir

- Travail sur les Petites Cités de Caractère® pour marquer le territoire et le rendre visible sur le volet patrimonial
- Projet de Centerpark à Casteljaloux
- Arrivée de la Scandibérique EV3

### Des filières à promouvoir et des thématiques à développer/ structurer tourisme gourmand, itinérance

### Un capital image à exploiter:

- Des ambassadeurs et de nombreux relais d'opinion sur le territoire à exploiter
- Des relations à renforcer avec les territoires voisins pour mieux développer les retombées en relation avec les événements et animations du Gers.
- Un axe vecteur d'image en relation avec le territoire: voie du Vézelay
- Des dispositifs départementaux et régionaux en phase avec l'offre du territoire (terra aventura par exemple)

## Menaces

### Contexte global

- Une faible capacité d'accueil touristique qui engendre une difficulté à attirer et fixer les touristes sur le territoire
- Une offre d'hébergement en décalage avec les attentes des clientèles (nature de l'hébergement et niveau de confort)
- Une offre insuffisamment structurée autour des piliers (visibilité de l'offre de visite, de dégustation, de séjours, autour de l'Armagnac mais aussi autour du tourisme gourmand de manière globale ou encore des pépites du territoire) qui rend difficile la promotion du territoire mais aussi sa mise en marché
- Une fragilité du tissu commercial et artisanal (vieillesse)

## L'imagerie





## Proposition d'axes de développement

### AXE 1 Structurer et qualifier l'offre autour des univers forts du territoire Gourmand – Patrimoine – Itinérance

- Accompagner les hébergeurs vers la montée en qualité de l'hébergement (classement, labellisation, conseil auprès des hébergeurs)
- Déployer les labels en lien avec les thématiques : PCC, Villes et Villages fleuris, Tourisme Gourmand, Bienvenue à la ferme, Accueil vélo, Marque Parc
- Renforcer les événements ou dispositifs porteurs : marchés de producteurs, événements autour de l'armagnac, Terra Aventura,
- Accompagner les acteurs dans le lancement d'initiatives en lien avec les thématiques, favoriser la diversification et l'originalité des expériences proposées ainsi que le croisement des thématiques: visites de chais/vignes au flambeau, ateliers cocktail Armagnac, Randonnée gourmande,...
- Travailler sur le renforcement du tissu artisanal et commercial
- Mettre en réseau les prestataires par thématique



## Proposition d'axes de développement

### AXE 2. Se structurer pour optimiser les retombées touristiques

- Penser les missions, les priorités et l'organisation de l'Office de Tourisme pour une mise en œuvre optimale de la politique touristique du territoire (en tenant compte des moyens humains et financiers)
- Optimiser la politique d'accueil du territoire en fonction des comportements des clientèles (lieux d'accueil, plages d'ouverture, place de l'outil web) :
  - Etre ouverts aux endroits et jours où les publics sont présents + wifi gratuit
  - Disposer de supports (papier ou numériques adaptés aux différents types de clientèles)
  - Aller vers le classement et la marque Qualité tourisme pour l'Office de tourisme
- Réaliser un schéma de signalisation pour rendre plus visible l'offre du territoire aux gens qui le traversent afin de leur donner envie de s'arrêter ou de revenir
- Optimiser la collecte de la taxe de séjour

## Proposition d'axes de développement

### AXE 3. Travailler l'image et les réseaux partenariaux

- Capitaliser sur la marque Armagnac connue à l'international et l'incarner
- Hiérarchiser l'offre pour la rendre plus lisible = Identifier les pépites susceptibles de déclencher du séjour puis les offres intéressantes pour les clientèles en séjour sur le territoire
- Mettre en scène le territoire : faire ressortir les thématiques principales et leur donner corps au travers d'un éditorial, d'offres et de produits. = Partir de thématiques bien valorisées qui déclenchent l'intérêt pour aboutir à un produit attractif que l'on a envie de vivre c'est-à-dire couvrir les étapes qui vont de la séduction à la réservation.
- Valoriser les événements qualitatifs du territoire
- Capitaliser sur les ambassadeurs du territoire qui sont des relais d'image : personnages et entreprises connus, population impliquée dans la vie locale.
- Renforcer les partenariats avec les territoires voisins pour développer les retombées :
  - Mont de Marsan
  - Gers : développer les retombées sur les Landes d'Armagnac des événements gersois de proximité
  - Barbotan, Casteljaloux : être en lien avec les établissements thermaux, leur faire connaître l'offre du territoire, étudier avec eux l'opportunité de travailler des offres ou documentations spécifiques et adaptées aux attentes de leurs curistes.
  - Suivre le lancement du centerpark
- S'inscrire dans les dispositifs de qualification/promotion nationaux, régionaux et départementaux pour bénéficier de l'effet de levier : Vignoble et découverte, Tourisme Gourmand, Tourisme Groupe, Greeters
- Travailler la performance du site web et des réseaux sociaux.

## 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. L'heure est encore au cahier des charges visant à sélectionner un bureau d'études pour St Justin, et à la construction d'un plan d'actions pour Labastide un peu plus avancée dans le projet.

# Organigramme 2019



L'équipe est composée de 4 équivalents temps plein. La présidence de l'OTLA est assurée par M. Alain Gaube et deux vice-présidents M. Frédéric Blondeau et Mme Maryvonne Florence.

## ● Formations / Séminaires

- Eductour de l'Office de tourisme du Grand Armagnac à Eauze le 15 mars 2019 organisé pour les offices de tourisme voisins  
Lors de cette journée les équipes des Offices de tourisme du Grand Armagnac, des Landes d'Armagnac et de l'Albret ont pu suivre un programme de découverte, permettant aux agents d'accueil lors de la saison de mieux répondre et conseiller les visiteurs sur des sites reconnus tels que la Domus et le Trésor d'Eauze, les Thermes de Barbotan et l'Hôtel-restaurant la Bastide Gasconne.
- Formation Marketing voir Appel à projet écodestination (p20-21)
- Slominaire voir Appel à projet écodestination (p20-21)
- Forum du Tourisme Gourmand Réseau Tourisme Gourmand (p19)
- Forum du Tourisme Durable voir Appel à projet écodestination (p20-21)

