

ACCUEILLIR LES VISITEURS & VALORISER L'ÉCONOMIE LOCALE

Fréquentation

L'OTCA enregistre 43 090 personnes entrantes dans ses locaux en 2017, soit une très légère baisse de personnes entrantes à l'OTCA en 2017 comparé à 2016

Cependant, nous avons gagné en nombre de personnes renseignées au guichet, 25 516 personnes renseignées au guichet (+4.20 % comparé à 2016) ce qui peut traduire l'importance du rôle de l'équipe d'accueil en termes de conseils et de vente.

D'autre part, nous constatons également une nette augmentation du nombre de contacts renseignés au guichet. Ce chiffre est le plus significatif : que ce soit en famille, en couple ou seul, les personnes se dirigent vers le guichet pour avoir des infos et/ou effectuer leurs achats.

Il est de même pour le nombre de demandes recensées au guichet (+15,9 % comparé à 2016) : de par la billetterie, la boutique etc., les personnes s'adressent systématiquement à l'équipe d'accueil.

En termes de fréquentation à l'année, la saison estivale a été positive, 13 967 personnes ont été renseignées au guichet entre le 15 juin et 15 septembre soit 54.5% des flux annuels de 2017.

Octobre 2017 enregistre également une très bonne fréquentation, en raison des inscriptions pour la course d'Octobre Rose. Le mois de décembre quant à lui est digne d'un mois de mai ou juin, grâce aux flux générés par le jeu concours de Noël et les animations de Noël.

La boutique

35 206,54 € de chiffre d'affaires, soit une augmentation de 21% par rapport à 2016.

10 670 € de chiffre d'affaires en saison estivale, soit une augmentation de 11% par rapport à 2016 (hors produits dérivés « Madeleine »).

Les nouveautés 2018 :

- création d'une gamme identitaire au territoire (papeterie : carte postale, magnets, carnets ... ; textile ; articles divers) ;
- Développement des partenariats (produits du terroir ; produits cosmétiques).

La billetterie

8 201 € de chiffre d'affaires en période estivale, soit une augmentation de 12% comparé à 2016.

Au total, 15 sites partenaires ont participé à la billetterie, et 647 billets ont été vendus.

Exemples :

- Billetterie : festival, spectacles, cirque, événementiel, transport, activité de loisirs, musées, ...
- Article en dépôt vente boutique : festival, événementiel, féria, produits divers.

Les visites guidées

1 666 € de chiffre d'affaires (-54 % comparé à 2016).

359 visiteurs.

43 visites proposées dont 22 pour la saison estivale.

Différentes thématiques : patrimoine, sculpture, gastronomie, nocturne, insolites, nature.

De nouvelles thématiques en 2017 : « Pour le plaisir des papilles » et « Voyage conté au cœur des légendes landaises ».

LES PARTENARIATS

Qui sont nos partenaires ?

Pour rappel, l'OTCA de Mont de Marsan Agglomération fonctionnent depuis plusieurs années sous forme de packs de partenariats. Chaque partenaire peut ainsi en fonction du pack choisi, bénéficier de visibilité pour sa structure au travers des outils de communication de l'OTCA et des actions de communication mais aussi de services, afin de développer sa clientèle par exemple.

A noter qu'en 2017, suite aux retours de plusieurs prestataires, les packs ont été retravaillés et un troisième niveau a été créé, donnant ainsi naissance à :

- Pack essentiel : qui comme son nom l'indique inclut une visibilité et des services de bases,
- Pack medium : offrant en plus du pack essentiel des services pour développer les performances de l'activité de partenaire,
- Pack pro : le pack le plus complet, avec davantage de visibilité et des services d'accompagnement.

Ce pack Pro est d'ailleurs très apprécié notamment auprès des commerçants, il représente 33 % de la totalité des packs vendus.

Autre changement en 2017, il s'agit de la première année complète pour les partenariats commerces. Pour rappel, l'Office de Tourisme a acquis la compétence commerce en avril 2016 et est ainsi devenu Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat.

En interne, cela a donné lieu à une réorganisation avec d'une part, le Pôle commerce, constitué de Renaud Darquier et Jennifer Lamothe, qui gère les commerces et restaurateurs, et d'autre part, Marjorie Castagnos du pôle Commercialisation et Développement qui gère les prestataires touristiques comme les hôtels, activités de loisirs, chambres d'hôtes, meublés de tourisme, producteurs locaux etc.

En 2017, nous avons développé 200 partenaires toutes catégories confondues (contre 151 en 2016), soit 31 994,8 € de chiffre d'affaires HT.

Cette forte hausse du nombre de partenaires (32 %), s'explique tout naturellement par la nouvelle compétence commerce. Ces derniers sont d'ailleurs pour la plupart des commerçants du centre-ville.

Toutes les catégories de prestataires sont représentées, néanmoins nous constatons une majorité de sites culturels ou d'activités de loisirs ainsi que de commerçants.

A ce sujet, parmi l'ensemble des partenaires de sites culturels ou d'activités de loisirs, l'OTCA en comptabilise autant au sein de son agglomération qu'en dehors de son territoire. Ce constat démontre la volonté pour les acteurs touristiques de travailler en synergie.

D'un point de vue qualitatif, l'OTCA de Mont de Marsan Agglomération a adressé en septembre 2017 à l'ensemble de ses partenaires une enquête de satisfaction. 27 % d'entre eux ont répondu au questionnaire. Parmi les résultats, nous pouvons retenir que :

- 67 % des répondants se sentent suffisamment informés de l'offre touristique de Mont de Marsan Agglomération (ambassadeurs de territoires)
- 76 % des partenaires attribuent une note supérieure à 7/10 pour leur satisfaction de leur partenariat avec l'OTCA

Des services adaptés

Nos packs permettent donc aux partenaires de bénéficier de divers services en fonction de leurs besoins et de leur activité. Parmi eux, nous pouvons noter la solution Weebnb, proposé aux hébergeurs de meublés et de chambres d'hôtes afin de bénéficier d'un site internet dynamique et attractif, où remontent leurs disponibilités en temps réel.

Proposé pour la première fois en 2017, ce service a été apprécié et est reconduit pour 2018.

Autre exemple, les sets de table. Pour la troisième année consécutive, l'OTCA réalise des sets de table, pendant la période estivale, où sont valorisées les temps forts de l'année, les visites guidées incontournables, etc. Ce service est proposé aux restaurateurs et propriétaires de chambres d'hôtes. Il a été amélioré en 2017 en proposant au verso du set, des jeux et rébus pour enfants...en lien avec Mont de Marsan.

Suite au retour de plusieurs partenaires, ce service sera réajusté pour l'été 2018 puisque les sets de tables seront proposés en nombre illimité dès le pack médium pour les restaurants.

Enfin, par soucis de cohérence en termes de visibilité, services et tarifs, deux nouveaux packs viennent d'être créés pour 2018 « producteurs locaux » et « associations vie locale ». Il est rappelé que le renouvellement des partenariats a débuté en novembre, pour les retardataires il reste encore quelques jours pour finaliser les partenariats 2018.

NOS EQUIPEMENTS

L'aire de camping-cars

Ouvert en 2012, l'aire de camping-cars gérée par l'OTCA se situe en partie sur l'ancien terrain du camping municipal. Elle possède une capacité maximale de 45 camping-cars, dispose d'un wifi, de bornes en eau et en électricité.

Chiffres clés 2017 :

- 18 519, 84 € HT de chiffres d'affaires (+7,9 % comparé à 2016 (qui peut s'expliquer en partie par la revalorisation des périodes tarifaires),
- 2 931 transactions (+ 3,5 % comparé à 2016),
- 4 553 personnes recensées (+ 7.4 % comparé à 2016).

Comme chaque année, la saison commence dès le mois d'avril et ce jusqu'en octobre. La seconde partie de l'été est généralement synonyme de pic de fréquentation sur l'aire. L'aire de camping-cars enregistre une part non négligeable de clientèle étrangère, avec en premier lieu les Hollandais. Il s'agit d'ailleurs d'une des clientèles à développer en 2018.

- Origine de la clientèle : 80,1 % clientèle française / 19.9 % de clientèle étrangère,
- Top 3 clientèle étrangère : 1. Pays-Bas / 2. Royaume-Uni / 3. Espagne,
- Top 3 clientèle française : Nouvelle Aquitaine 27.3 % / Pays de Loire : 14.4 % / Occitanie 12.8 %.

Les meublés de Bostens

Les deux meublés de tourisme de Bostens ont connu en 2017 leur deuxième année d'exploitation. Ouverts à la location de début février à début novembre, 28 demandes ont été comptabilisées (+600 % comparé à 2016), 8 ont été confirmées soit 29 % de concrétisation. Leur mise en location a généré un CA de 2 201,20 € HT.

- La Cistude (gîte du rez-de-chaussée) : 8.4 % de taux d'occupation / 11 personnes accueillies / Durée moyenne du séjour : 5,75 jours,
- La Salamandre (gîte du premier étage) : 21,4 % de taux d'occupation / 9 personnes accueillies / durée moyenne du séjour : 12 jours.

Les locations qui ont lieu ont été réalisées dans le cadre de déplacements professionnels ou évènements familiaux. Fin 2017, il a été décidé d'ouvrir à l'année pour développer les locations en basse saison.

ANIMER LE CENTRE VILLE

Les évènements partenaires

Trois évènements ont animé le centre-ville et les commerçants montois en 2017 :

- **Arte Flamenco** : en partenariat avec la Direction Culture du Département et le BIJ (pour le jury), 23 commerçants ont participé au concours de vitrines. Les 3 premiers ont eu pour récompense des places de spectacles. Pour 2018, à la demande du Département, nous allons étudier le dossier pour la gestion du festival Off dans sa totalité.
- **Octobre rose** : l'OTCA a été partenaire des Forces Vives du Marsan, de la ligue contre le cancer et de l'association « La Course du Moun » pour les opérations suivantes :
 - 1281 inscriptions payantes pour la course du Moun spécial Octobre Rose soit un CA de 12 810 € ;
 - 476 foulards vendus, soit 2 380 € de chiffre d'affaires ;
 - 358 parapluies vendus, soit 3 580€ de chiffre d'affaires.L'OTCA est venu en appui pour la communication via les réseaux sociaux afin de faire d'Octobre Rose un évènement pour le centre-ville.
- **Jeu de Noël 2017** : un jeu concours a été mis en place par l'OTCA en partenariat avec les Forces Vives du Marsan et la Régie des Fêtes. 5000 coupons ont été diffusés avec pour objectif de faire consommer les habitants de l'agglomération et de la zone de chalandise. 100 commerçants ont participé au jeu. Bilan :
 - 215 bulletins ont été retournés à l'OTCA avec 536 places diffusées,
 - un chiffre d'affaires constaté de 55 435 € selon les déclarations effectuées sur 41% de bulletin remplis. Le total estimé est de 120 850 €.

En parallèle des jeux ont été organisés sur les réseaux sociaux : 4 « Christmas Days » à la boutique de l'OTCA avec remise de 2 places adultes et 4 places enfant pour 15€ d'achats.

L'étude en cours et les réseaux d'experts

- **Etude du centre-ville montois** : une étude sur le centre-ville montois est actuellement effectuée par le cabinet AID :
 - 1^{ère} étape : analyse du tissu économique du centre-ville et analyse de la demande et des comportements d'achat
 - 2^{ème} étape : validation d'une stratégie de développement commercial avec les élus et les acteurs économiques et validation du plan d'actions pour la fin du mois de Mars 2018.
- **Manacom** : l'OTCA fait partie du réseau Manacom, réseau des managers de centre-ville afin d'échanger sur les bonnes pratiques
- **Centre-ville en mouvement** :
 - participation aux Assises Nationales du centre-ville ;
 - 2018 : 1^{ère} assise européenne du centre-ville le 7 et 8 juin à Metz ;
 - participation aux auditions de l'Assemblée Nationale pour défendre des centres-villes auprès du gouvernement.

PROMOUVOIR LE TERRITOIRE

Accueillir la presse

A noter :

- Une belle visibilité de la destination via l'accueil du blogueur Teddy Bear. Compte Instagram « Teddy Bear photos » suivi par 83 800 followers !
- Une meilleure visibilité de la destination sur le guide de voyages « GUIDE VERT AQUITAINE MICHELIN » dès 2018.

4 restaurants reconnus par le guide :

- ✓ 3 assiettes : le Richelieu et la Villa Mirasol à Mont de Marsan, l'Auberge de la Pouillique à Mazerolles.
- ✓ 1 étoile : les Clefs d'argent
- ✓ 1 site touristique reconnu « Intéressant » : le musée Despiau-Wlérick

Les nouvelles éditions

Le magazine de destination (15 000 ex.)

Un nouveau format de document type « magazine » qui réunit des articles et des adresses de la destination. Un carnet d'adresses accompagné de nombreux articles liés aux événements de la destination, à des interviews de partenaires, des pages culture, nature...

Le plan liasse (10 000 ex.)

Principalement diffusé à l'accueil de l'OTCA et par les hôteliers du centre-ville de Mont de Marsan, ce plan du centre est diffusé notamment aux visiteurs de passage ou aux personnes recherchant un lieu précis en centre-ville.

Nouveauté ! La carte touristique (10 000 ex.)

Elle valorisera principalement les sites d'activités et de loisirs. Ce sera le petit mémo des idées de sorties et d'activités sur Mont de Marsan et ses environs. Un document à avoir chez soi et à partager auprès de ses amis, sa famille...

DESTINATION 2018

La scandibérique

A partir de juin 2018 (inauguration nationale), Mont de Marsan Agglomération accueillera l'Eurovéloroute n°3, dite La Scandibérique ou véloroute des pèlerins.

Itinéraire européen : 5 000 kilomètres de voie cyclable entre Trodheim en Norvège à Saint Jacques de Compostelle en Espagne.

En France, 1 600 kilomètres de voie cyclable, 23 collectivités et 19 départements traversés. Sur les six eurovéloroutes présentes en France La Scandibérique est la seule qui passe par Paris.

Environ 30 kilomètres sont situés sur Mont de Marsan Agglomération (Bougue, Mazerolles, Mont de Marsan, Saint Pierre du Mont, Saint Perdon et Campagne), nécessitant des aménagements principalement en termes de signalétiques, coordonnés par les services de l'agglomération et du Conseil Départemental.

L'accueil Vélo

Arrivée d'une nouvelle clientèle : les cyclotouristes, dont la consommation moyenne est de 67 euros par jour et par personne.

Le tourisme à vélo est également générateur de retombées économiques sur les territoires traversés. La mise en tourisme de l'itinéraire cyclable La Scandibérique est donc essentiel.

La marque nationale « Accueil Vélo » a été mise en place afin de réserver un accueil et des services de qualité auprès des cyclistes.

Six référentiels selon la catégorie de la structure : hébergement, loueurs de vélos, réparateurs de vélos, Offices de Tourisme, sites de visite ou de loisirs et restaurants (référentiel en cours de création).

Pré requis n°1 > Etre à moins de 5 km de l'itinéraire cyclable,

Pré requis n°2 > Etre partenaire de l'Office de Tourisme de leur territoire.

Une trentaine de prestataires potentiels ont donc été contactés, 9 ont assisté à la réunion d'information.

Mardi 23 janvier 2018 – première commissions de labellisation : deux hôtels, (Le Renaissance et Villa Mirasol), un réparateur de vélos (OkaSports), et un site culturel (Musée Despiau Wlérick)

L'OTCA de Mont de Marsan Agglo va également soumettre un dossier de labellisation pour l'obtention de la marque, il s'agit de positionner l'OTCA comme véritable relai en centre-ville et apporter des services personnalisés à la clientèle cyclotouristique.

En termes de coût : une redevance de la marque (200€ pour 3ans), l'achat d'un kit de réparation à mettre à disposition (80€), la création et l'impression d'un « guide pratique du vélo » et l'intégration des informations portant sur la Scandibérique dans nos différents supports de communication.

Le schéma de développement

Le tourisme, important générateur d'emplois et de richesse, est une économie transversale du point de vue territorial.

Réalisé en interne durant l'année 2014, le schéma de développement touristique de Mont de Marsan Agglomération est synonyme d'outil d'analyse du territoire : à partir d'un état des lieux complet de l'Agglomération, il en résulte la définition d'une stratégie de développement touristique et d'un plan d'actions sur trois ans.

Objectifs :

- mieux appréhender les objectifs à atteindre pour valoriser la destination et développer son attractivité ;
- anticiper les besoins, qu'ils soient techniques, humains ou financiers.

Il s'agit donc d'un outil pour faire face aux enjeux et grandes tendances du tourisme des années à venir, qui concernent l'OTCA, les partenaires touristiques du territoire, les collectivités mais aussi les porteurs de projets.

Validé et retravaillé en collaboration avec la Commission Tourisme de Mont de Marsan Agglomération, il a été acté par délibération en conseil communautaire le 24 février 2015.

Le schéma de développement touristique est synonyme d'outil d'analyse touristique du territoire : à partir d'un état des lieux complet, il en résulte la définition d'une stratégie de développement touristique et d'un plan d'actions sur trois ans.

La stratégie de développement touristique se décline en un plan d'actions concret.

Le nouveau schéma de développement devra débuter en 2018.

Et aussi....

✓ **Taxe de séjour**

Les tarifs de la taxe de séjour n'avaient pas été réévalués depuis l'instauration de la taxe de séjour en 2013. C'est chose faite, les nouveaux tarifs sont applicables depuis le 1^{er} janvier 2018, tous les hébergeurs de l'agglomération sont concernés.

Plus d'informations sur www.montdemarsanagglo.taxesejour.fr

✓ **Club presse CDT Landes**

Sur le premier trimestre 2018, l'OTCA de Mont de Marsan va intégrer le nouveau groupe presse du CDT40. Une première rencontre est prévue en février. L'objectif de ce groupe est de monter en compétence de manière collective pour déployer la stratégie Relations Presse Landes. L'idée est de définir des éléments de langage communs, en faisant ressortir les forces de chaque territoire et de mutualiser certains outils /supports de communication et accueils Presse/voyages de Presse.

✓ **Démarche qualité**

Bientôt 3 ans que l'OTCA a obtenu le renouvellement de la marque Qualité Tourisme. L'Office devra donc repasser un audit de contrôle d'ici la fin de l'année afin de vérifier sa mise en conformité et application des de la centaine de critères inclus dans le référentiel national de la marque. Ce signe distinctif et de reconnaissance valorise les professionnels du tourisme qui s'engagent dans une démarche qualité orientée vers la satisfaction client.

✓ **Nouveau service e-notoriété**

Le service « Guest App » est la nouveauté 2018. Ce nouveau service, piloté par le CDT 40, a pour vocation de faire remonter les avis des établissements touristiques de 40 plateformes existantes et de les transmettre directement à nos partenaires. Cet outil a été intégré dans notre offre de service OTCA en 2018 pour les hôtels et pour les restaurants dans les packs médium (avis qui remonte seulement aux partenaires) et PRO (note moyenne de e-réputation en plus avec de conseils).

Pour le moment, le dispositif sera utilisé uniquement dans les packs de services 2018 des Offices de Tourisme de Mont de Marsan Agglo et Landes Côte Sud.

✓ Destination landes intérieures

Depuis 2015, l'Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat est engagé dans un projet de territoire, les Landes Intérieures, avec les Offices de Tourisme de Chalosse Tursan et du Pays Grenadois. Ce projet est né dans le cadre d'un appel à candidature lancé par la Région Nouvelle-Aquitaine qui soutient, tant techniquement que financièrement ce projet.

Ce projet a deux volets, deux axes de travail.

Le premier concerne l'harmonisation de la qualité de service des Offices de Tourisme. En 2018, ce travail consistera pour l'Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat, à poursuivre la création de contenu multimédia (photo et vidéo) de qualité et l'aménagement du hall d'accueil de l'Office de Tourisme et de la boutique. Il s'agira également de poursuivre le travail d'harmonisation amorcé par les trois Offices de Tourisme des Landes Intérieures en ce qui concerne :

- L'accueil et de la diffusion de l'information touristique sur le territoire ;
- L'harmonisation et l'élargissement des services proposés aux acteurs du tourisme ;
- La commercialisation de produits pour les groupes en partenariat avec les partenaires touristiques du territoire ;
- La création d'une centrale d'achat commune pour les boutiques des Offices de Tourisme des Landes Intérieures, avec pour objectif de valoriser les productions et producteurs locaux ;
- La mise en place d'une campagne de promotion des Landes Intérieures et de diffusion de l'information touristique auprès des habitants du territoire ;
- L'acquisition d'un logiciel permettant aux propriétaires de gîtes et de chambres d'hôtes de facilement procéder à leur enregistrement obligatoire, par voie numérique, plutôt qu'en passant par la Mairie.

Le second volet concerne la création d'une destination touristique à l'échelle de l'intérieur du département des Landes. Sur cet objectif, l'Office de Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat va continuer son travail avec l'ensemble des Offices de Tourisme des Landes Intérieures pour animer et optimiser les outils numériques qui ont été créés, à savoir la page Facebook Landes Intérieures et le blog www.visites-landes.fr. Le travail d'étude de positionnement et de travail collectif sur une marque commune va également se poursuivre, en concertation avec les acteurs du Département notamment.