FORMULAIRE DE DEMANDE DE CLASSEMENT D'UN OFFICE DE TOURISME DE CATEGORIE I

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

DEMANDE DE CLASSEMENT D'UN OFFICE DE TOURISME DE CATEGORIE I (Code du tourisme : art. L.133-1 et suivants, D. 133-20 et suivants) (Arrêté du 16 avril 2019)
Nom de l'office de tourisme concerné : **OFFICE DE TOURISME LANDES ATLANTIQUE SUD**
Collectivité sollicitant le classement de son office de tourisme : **COMMUNAUTE DE COMMUNES MAREMNE ADOUR COTE SUD**
Date de la délibération de la commune ou de l'EPCI sollicitant le classement de l'office de tourisme : **30 JUIN 2022**
(Cadre réservé à la préfecture) Date de réception du dossier :
(Cadre réservé à la préfecture) Dossier déclaré complet par la préfecture en date du :

Fait à 02 juin 2022 à Capbreton. le,

La présidente de l'office de tourisme
Mme BREVET Véronique

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
DE L'INDUSTRIE ET DE L'EMPLOI

OFFICE DE TOURISME
LANDES ATLANTIQUE SUD
Avenue Georges Pompidou
Tél. : +33 (0)5 72 12 11
40130 CAPBRETON
e-mail : karine@landesatlantiquesud.com

Accompagnement
LANDES ATTRACTIVITE
LANDES Attractivité

CHAPITRE I

L'Office de Tourisme est accessible et accueillant

1. L'espace d'accueil de l'office de tourisme est facile d'accès. Il se situe à proximité immédiate des flux touristiques. Il bénéficie d'une signalisation directionnelle et il est signalé par une enseigne visible depuis la voie publique.

Précision : ce critère a trait à l'implantation géographique de l'office de tourisme. Il ne concerne que les espaces d'accueil de l'office de tourisme et non ceux des locaux administratifs ou des fonctions support.
La notion de proximité immédiate est estimée à un rayon de 500m environ.
Pièces à fournir :

- Indiquer l'adresse de l'espace d'accueil de l'office de tourisme ;
- Descriptif indiquant le choix et l'intérêt du positionnement géographique de l'espace d'accueil de l'office de tourisme en fonction des flux touristiques principaux (précisions sur la distance entre l'espace d'accueil de l'office de tourisme et l'axe principal le plus proche) ;
- Visuel(s) montrant la signalisation directionnelle et d'indication principale ;
- Visuel(s) permettant d'identifier l'enseigne de l'office de tourisme depuis la voie publique (précisions sur la distance entre la voie publique et l'enseigne et/ou le panonceau) ;
- Carte ou plan

L'Office de Tourisme Landes Atlantique Sud est organisé en un réseau de 7 agences qui correspond aux anciens locaux des Offices de tourisme communaux d'avant fusion.
Pour autant, l'Office de Tourisme s'est engagé dans une harmonisation de son accueil en appliquant le même mode opératoire dans son réseau.
Un affichage interne, la mise à disposition des documentations sont réalisés de manière uniforme afin que le visiteur soit imprégné de l'état d'esprit de la destination.

7 agences = 1 structure = 1 mode de fonctionnement
1 seule façon d'accueillir

L'Office de tourisme s'engage à recevoir les visiteurs de manière uniforme dans toutes ces agences.

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

BUREAU D'ACCUEIL DU SIEGE SOCIAL

Avenue Georges Pompidou
40130 CAPBRETON

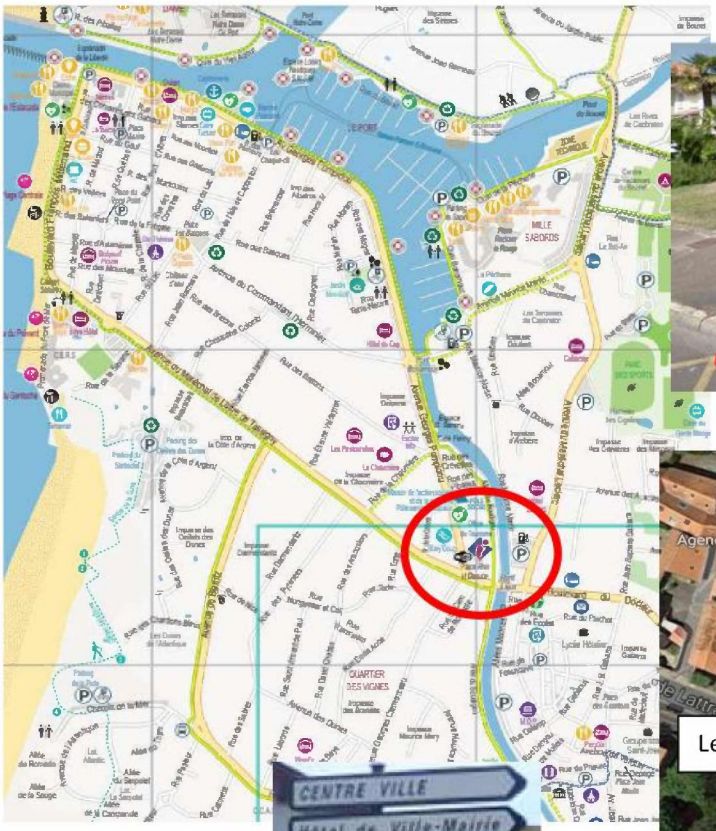
Note descriptive

L'Office de Tourisme Intercommunal est situé dans la ville de Capbreton, avenue Georges Pompidou.

Le bureau d'accueil est sur un axe central qui permet au visiteur de se diriger soit en centre-ville soit vers le port et la plage.

Celui-ci se trouve à proximité du centre sur l'axe principal de la plage. Cette implantation permet d'attirer le maximum de visiteurs touristes et locaux.

La signalétique est visible et fonctionnelle ; le bâtiment est matérialisé par un panneau OFFICE DE TOURISME et, l'endroit fleuri et agrémenté de jeux pour enfants, attire le regard.



LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

AGENCE DE LABENNE

6 rue des écoles
40510 LABENNE

Note descriptive

Le bureau d'accueil se situe dans le centre-ville de Labenne. Le flux principal traversant la commune, à savoir la RD810, se situe à 50m de l'Office de Tourisme. La gare est à 1.5km et l'arrêt de bus à 50m.

Le choix de ce positionnement géographique des locaux d'accueil a été fait selon la proximité immédiate de l'axe routier principal (RD 810), d'un arrêt de bus et du centre-ville. Cette position stratégique permet d'orienter les vacanciers à leur arrivée dans la commune.

Visuels permettant d'identifier l'enseigne de l'agence depuis la voie publique

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

AGENCE DE MESSANGES

3 route des lacs
40660 MESSANGES

Note descriptive

Le bureau d'accueil se situe au centre à proximité de la mairie et des divers commerces, sur la route des lacs (D652), axe principal, très fréquenté par les touristes. L'enseigne OTF est visible de cette route.
Cette situation permet une bonne visibilité du bureau. Un parking et un parc à vélos en facilitent l'accès.

Visuels permettant d'identifier l'enseigne de l'agence depuis la voie publique

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

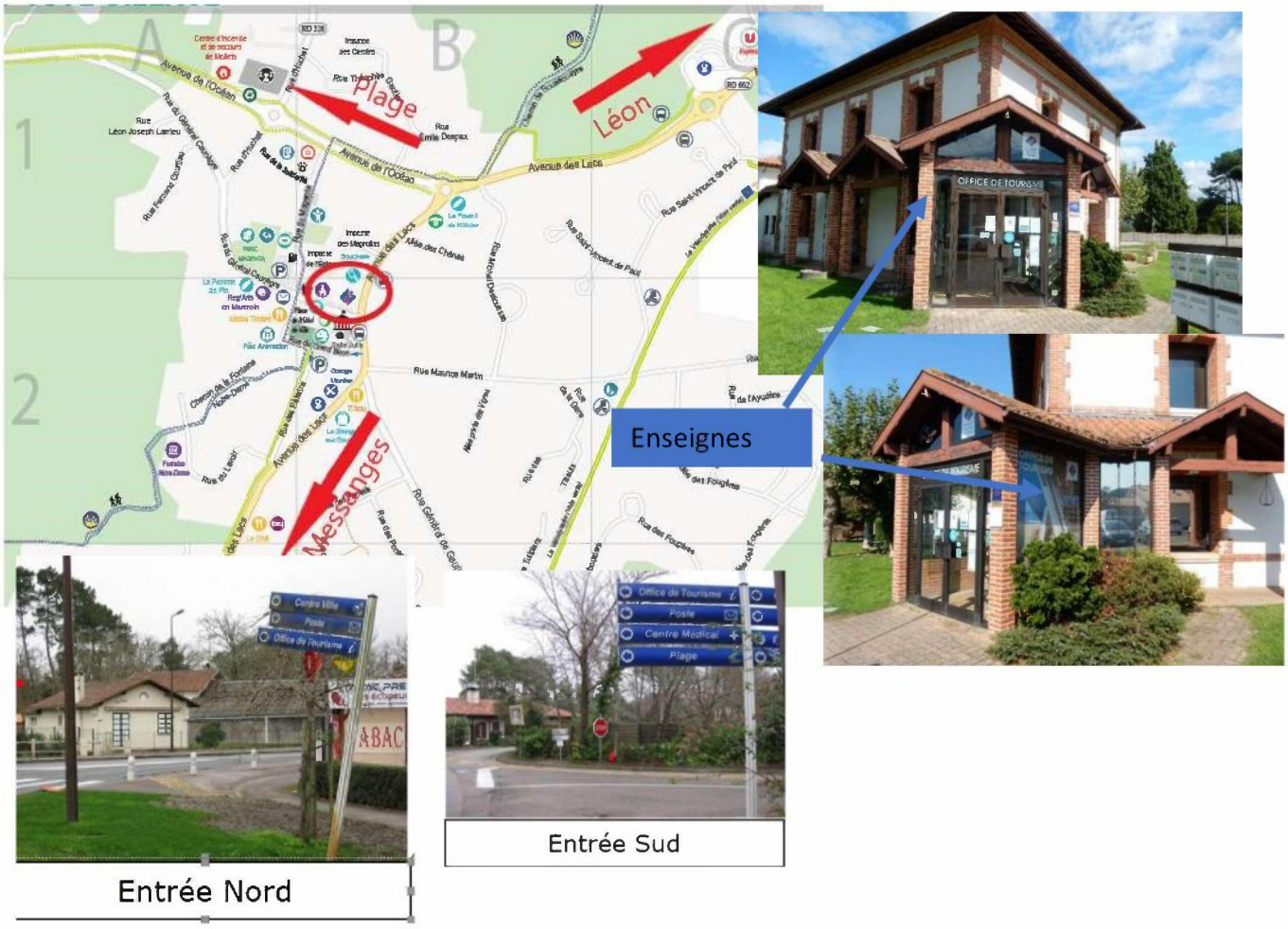
AGENCE DE MOLIETS ET MAA

20 rue du général Caunegre
40660 MOLIETS ET MAA

Note descriptive

Le bureau d'accueil est situé au cœur du village, au bord de la départementale 652 « la route des Lacs », axe principal qui relie toutes les stations balnéaires de la côte landaise et qui traverse le village dans le sens nord-sud, aux abords de la Mairie, de la Poste, de l'église et de la place du village. Il dispose d'un parking de 12 places plus une place pour les personnes à mobilité réduite (la plus proche de l'entrée de l'OT), d'un parc à vélos en extérieur et un couvert.

Visuels permettant d'identifier l'enseigne de l'agence depuis la voie publique



Avenue Georges Pompidou 40130 CAPBRETON - 05 58 72 12 11
N°SIRET 82428508400052 - Code APE 7990Z
www.landesatlantiquesud.com - contact@landesatlantiquesud.com

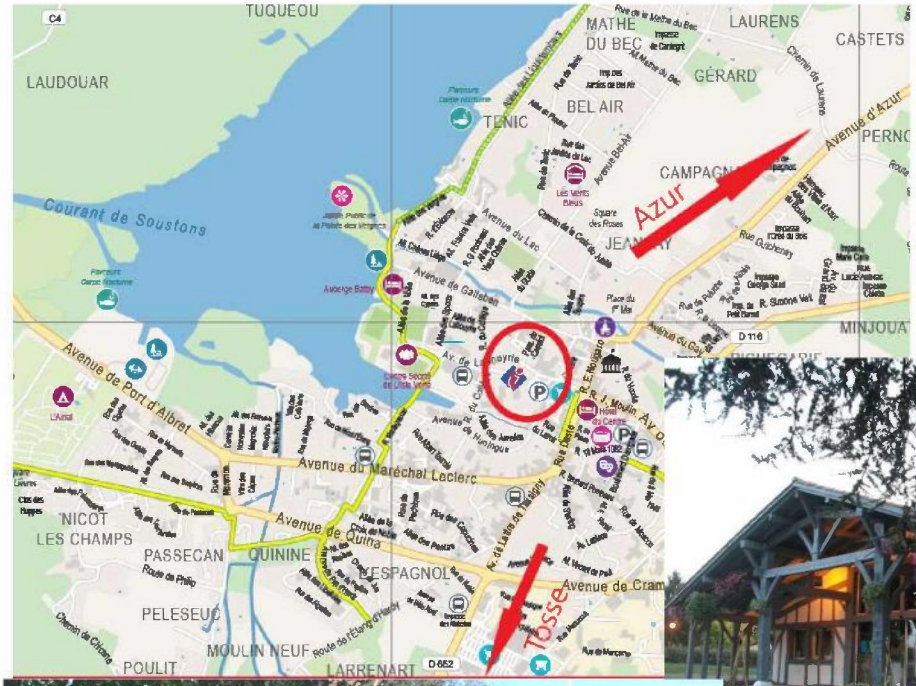
LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

AGENCE DE SOUSTONS
Avenue Labouyrie
40140 SOUSTONS

Note descriptive

Le bureau d'accueil, dans une ferme traditionnelle landaise, est situé au centre-ville.
Il est facilement repérable grâce aux aménagements extérieurs : éclairage du bâtiment, aire de jeu pour enfants, bosquet, banc.
Un parking de 6 places dont une pour les personnes à mobilité réduite est directement accessible de la route principale. Un autre parking plus large fait face au bâtiment. Les cyclistes disposent d'un parc à vélos.

Visuels permettant d'identifier l'enseigne de l'agence depuis la voie publique



MODELE DE PANNEAU
CARREFOUR CENTRAL
Arrivée Est et Sud

Axe

Enseignes

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

AGENCE DE SAINT-VINCENT-DE-TYROSSE

Avenue Nationale
40230 ST-VINCENT-DE-TYROSSE

Note descriptive

Le bureau d'accueil est en bordure de l'axe routier principal et au croisement des routes secondaires en direction des plages.
Le bâtiment, ancienne maison, est visible car placé au plus près des flux touristiques. L'accès des visiteurs est facilité par le parking situé aux abords.

Visuels permettant d'identifier l'enseigne de l'agence depuis la voie publique

Panneau directionnel sur l'axe principal, en centre-ville, à hauteur de la RD 81

Panneau directionnel intersection de la RD 810 et RD 33 (entrée de St Vincent de Tyrosse en arrivant de Dax et de Peyrehorade)

Avenue Georges Pompidou 40130 CAPBRETON - 05 58 72 12 11
N°SIRET 82428508400052 - Code APE 7990Z
www.landesatlantiquesud.com - contact@landesatlantiquesud.com

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

AGENCE DE VIEUX-BOUCAU

11 Mail André Rigal
40480 VIEUX-BOUCAU

Note descriptive

Le bureau d'accueil est situé dans le centre-ville au cœur de l'activité touristique de la station et sur l'axe commercial dans une partie piétonne de grand passage. L'axe routier principal, qui mène aux plages, est à environ 20m. Les parkings aux alentours permettent un accès facile à tous.

Visuels permettant d'identifier l'enseigne de l'agence depuis la voie publique

Avenue Georges Pompidou 40130 CAPBRETON - 05 58 72 12 11
N°SIRET 82428508400052 - Code APE 7990Z
www.landesatlantiquesud.com - contact@landesatlantiquesud.com

CHAPITRE I

L'office de tourisme est accessible et accueillant

2. Il existe un espace dédié à l'accueil et à l'information accessible à tout public. L'agencement des locaux facilite le déplacement des visiteurs et l'accès à l'information. Le mobilier permet de s'asseoir.

Précision : l'espace d'accueil doit être accessible aux personnes à mobilité réduite et proposer une surface suffisante pour accueillir un flux de touristes. Le dossier doit comporter des informations sur la superficie de l'espace d'accueil, les dispositifs d'accueil pour les PMR (rampes, ascenseurs…).

Pièces à fournir :

- Courte note explicative ;
- Plan des locaux ;
- Visuel(s) de l'espace d'accueil permettant de visualiser l'espace d'accueil et d'information et le mobilier ;

Visuel(s) de l'extérieur des locaux montrant l'accessibilité à tout public (plain-pied, rampe, ascenseur

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

SIEGE SOCIAL CAPBRETON

Note descriptive

L'Office de tourisme intercommunal est indépendant de toute activité non touristique.

L'accès à tous les publics est possible grâce aux différents aménagements réalisés : une rampe d'accès pour les personnes à mobilité réduite et les poussettes ; aucune marche ni dénivellation que ce soit à l'extérieur ou à l'intérieur de l'espace. Une main courante le long du mur permet de sécuriser la descente de cet accès. Par ailleurs, une installation de panneaux coupe-bruit dans l'espace accueil, des bandes de guidage à chaque marche d'entrée et la mise à disposition d'une boucle magnétique pour les malentendants permettent un accueil plus performant.
Une place de parking réservée aux personnes à mobilité réduite est matérialisée.
Une partie du comptoir d'accueil a été rabaissée aux normes handicap (hauteur et profondeur) et permet un accueil personnalisé et adapté aux personnes à mobilité réduite.
Depuis les restrictions sanitaires, les sièges mis à disposition sont réduits afin que la circulation soit aisée et fluide.

Visuels

COMPTOIR ABAISSE

RAMPE D'ACCES

Avenue Georges Pompidou 40130 CAPBRETON - 05 58 72 12 11
N°SIRET 82428508400052 - Code APE 7990Z
www.landesatlantiquesud.com - contact@landesatlantiquesud.com

AGENCE DE LABENNE

Note descriptive

L'agence de Labenne se situe dans un bâtiment indépendant destiné à accueillir les vacanciers et la population locale. Des espaces de travail pour le personnel ainsi que du stockage de documentation viennent compléter l'aménagement.
Aucune autre fonction non touristique dans ce bâtiment.

Les locaux sont accessibles depuis le parking avec une place matérialisée aux personnes à mobilité réduite, pas de marche ni d'obstacle à l'entrée du bâtiment. La porte d'entrée s'ouvre vers l'intérieur pour faciliter l'accès. L'espace d'accueil de l'Office de Tourisme permet une circulation facile, un comptoir d'accueil est accessible aux personnes à mobilité réduite.

Visuels

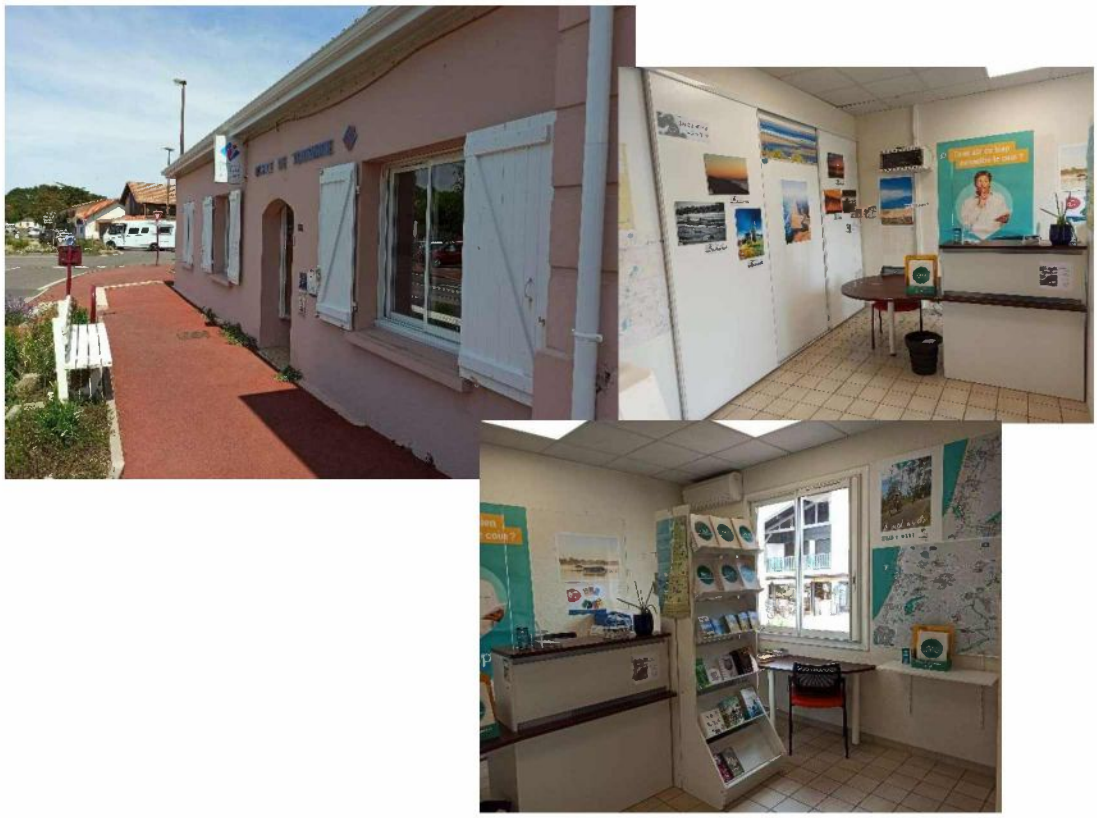
LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

AGENCE DE MESSANGES

Note descriptive

L'agence de Messanges est située dans le bâtiment de la mairie mais avec une entrée indépendante de toutes autres activités. Ce bâtiment est de plain-pied, avec une rampe qui permet l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.
La largeur de la porte permet aux fauteuils roulants d'entrer dans l'agence sans difficulté. En face de ce bâtiment se trouve un parking adapté qui permet de se garer et d'accéder facilement à l'Office de tourisme.

Visuels



Avenue Georges Pompidou 40130 CAPBRETON - 05 58 72 12 11
N°SIRET 82428508400052 - Code APE 7990Z
www.landesatlantiquesud.com - contact@landesatlantiquesud.com

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

AGENCE DE MOLIETS ET MAA

Note descriptive

L'agence de Moliets et Maâ est située au rez-de-chaussée de la Maison des clubs, bâtiment communal. La police municipale occupe une partie de celui-ci. Les entrées sont totalement indépendantes. Les locaux utilisés par l'Office de tourisme lui sont exclusivement réservés : hall d'entrée, accueil du public, bureau, réserve, local archives.
L'entrée de l'Office de tourisme à destination du public est orientée vers le parking et le parc à vélos, et accessible par une pente douce sans dénivelé au niveau du seuil d'entrée, avec une porte large. A l'intérieur, les conseillères en séjour se mettent à disposition du public à mobilité réduite.

Visuels

Avenue Georges Pompidou 40130 CAPBRETON - 05 58 72 12 11
N°SIRET 82428508400052 - Code APE 7990Z
www.landesatlantiquesud.com - contact@landesatlantiquesud.com

AGENCE DE SOUSTONS

Note descriptive

L'agence de Soustons est indépendante de toute autre activité non touristique.
L'accès au bâtiment depuis le parking, avec place dédiée aux personnes à mobilité réduite, est sans obstacle et l'entrée est facilitée par une porte automatique qui correspond aux normes d'accès.
Actuellement l'accueil connait des modifications. En effet, une séparation des espaces billetterie et accueil touristique est en cours de réalisation. Sur ces deux espaces, des comptoirs adaptés aux personnes à mobilité réduite sont mis en place.
Cette agence a renouvelé son obtention du label Tourisme et Handicap le 03 mars 2021 pour 4 fenêtres.
L'espace consacré au public est moderne et accueillant et l'information est facile d'accès par tous les publics.

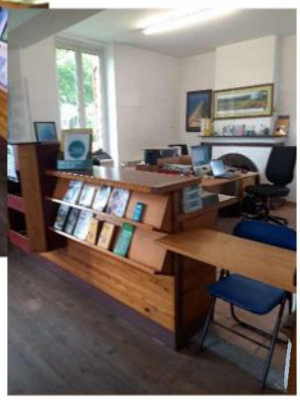
LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

AGENCE DE SAINT-VINCENT-DE-TYROSSE

Note descriptive

L'agence de St. Vincent de Tyrosse est indépendante de toute activité non touristique.
L'agence de St.V. de Tyrosse se situe, à l'entrée de la ville, en bordure de la RD 810. Des facilités de parking (avec places PMR) existent à proximité des locaux.
Une rampe d'accessiblité pour les personnes à mobilité réduite relie le portail à la porte d'entrée.
L'espace accueil est accessible à tout public (personnes à mobilité réduite, poussettes..).
L'accueil des clients se fait au comptoir. Une partie du comptoir a été abaissée facilitant l'accueil des personnes à mobilité réduite.

Visuels



LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

AGENCE DE VIEUX-BOUCAU

Note descriptive

L'agence de Vieux-Boucau est indépendante de toute activité non touristique.
Elle est située dans une zone piétonne en centre-ville, sur un accès de flux touristique important, sur le chemin des plages.
L'espace d'accueil de l'OT est adapté et accessible aux personnes à mobilité réduite. L'entrée est équipée d'une porte automatique et dans l'espace d'accueil l'aménagement d'un comptoir bas favorise l'accès au renseignement.

Visuels

En annexe : décision d'attribution d'usage de la Marque Tourisme et Handicap

CHAPITRE I

L'office de tourisme est accessible et accueillant

3. L'information touristique est accessible gratuitement via un moyen d'accès internet à haut débit sans fil dans l'espace d'accueil de l'office de tourisme.

Précision : ce critère est à apprécier en fonction du déploiement du programme national du « très haut débit » et notamment de la couverture en Wi-Fi du territoire.
La mise en place, par l'office de tourisme, d'un dispositif de filtrage ou de contrôle de l'utilisation de ce média n'est pas incompatible avec le libre accès à l'information si le dispositif mis en place par tout moyen approprié est proportionné et en relation avec le but recherché ou s'il permet le seul accès à toute information relative aux destinations touristiques (notamment hébergement, transport, excursions, monuments à visiter etc…)

Pièces à fournir :
- Courte note explicative ;
- Descriptif de la technologie internet à haut débit sans fil proposé (notamment le fournisseur d'accès et les services proposés à la clientèle de l'office de tourisme) ;
- Contrat avec le fournisseur wifi ;
- Descriptif des supports de communication utilisés pour présenter ce service mis à la disposition de la clientèle de l'office de tourisme ;
- Visuels de ces supports.

Note descriptive

L'OTI possède un contrat avec un fournisseur externe 2 ISR afin de proposer une solution de WIFI. L'Office de Tourisme bénéficie du câblage fibre et de ce fait, toutes les navigations sont facilitées.
A l'ouverture du portail sécurisé (un traçage des connexions est réalisé par le fournisseur), le site de la station est la page d'ouverture par défaut. Celui-ci est consultable également en mode hors ligne sur tous les navigateurs et tous les supports.
Trois agences (Vieux-Boucau, Messanges et St-V-de-Tyrosse) utilise un réseau public déployé par un autre fournisseur (Digital Max).
En 2023, toutes les agences seront sous un contrat unique fourni par Digital Max.

Annexe : contrat du fournisseur

VISUELS ILLUSTRANT L'ACCES A LA WIFI

En annexe : contrat du fournisseur WIFI

CHAPITRE II

L'office de tourisme est accessible et accueillant

5. L'office de tourisme doit s'engager à ouvrir son bureau d'information touristique principal au moins 240 jours par an, pour une durée minimale de 4 heures par jour et 1 680 heures par an. Les heures d'ouverture des différents bureaux d'information touristique, ou des accueils hors les murs par des conseillers en séjour, peuvent s'additionner si leurs périodes d'ouverture ne se chevauchent pas.

Précision : les exigences en termes d'ouverture de l'office de tourisme sont exprimées sous la forme d'un nombre minimal de jours et d'heures par an. La durée minimale d'ouverture est de 4 heures pour valider une journée complète d'ouverture. Les horaires de plusieurs BIT peuvent se cumuler s'ils ne se chevauchent pas. Le même raisonnement est admis pour l'accueil hors les murs : les plages horaires où des animateurs et conseillers en séjour sont déployés en dehors des BIT peuvent être comptabilisées sous la condition que ces plages ne se chevauchent pas avec les horaires d'ouverture des BIT.
Ces animateurs doivent présenter les mêmes compétences notamment linguistiques que les personnels d'accueil du BIT.
Un tableau décrivant les jours et horaires d'ouverture des différents lieux d'accueil des touristes et de présence d'animateurs ou conseillers en séjour permet de calculer le temps d'ouverture total de l'office de tourisme au regard de ce critère.
La durée d'ouverture est calculée sur la base du BIT principal, et du BIT secondaire lorsque le premier est fermé.
L'activité des animateurs peut être valorisée à hauteur de 8 jours, lorsque les BIT sont fermés.

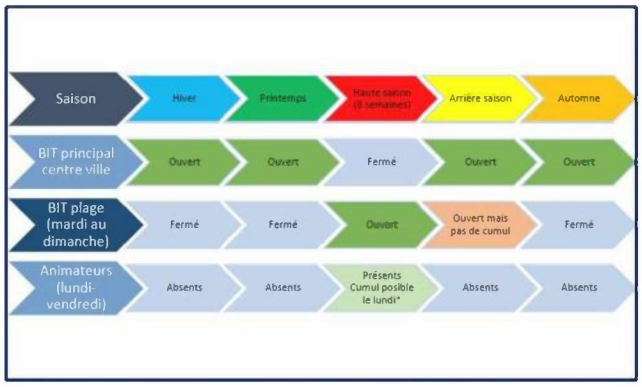
Pièces à fournir :
- Délibération de l'organe dirigeant de l'office de tourisme exprimant l'engagement de respecter les périodes d'ouverture ;
- Descriptif du nombre de jours et d'heures d'ouverture par an et par lieu d'accueil :

Saison	Hiver	Printemps	Haute saison (8 semaines)	Automne	Total
BIT principal					
BIT secondaire					
Animateurs					

Exemple * :

* La durée d'ouverture est calculée sur la base du BIT principal, et du BIT secondaire lorsque le premier est fermé. L'activité des animateurs peut être valorisée à hauteur de 8 jours, lorsque les BIT sont fermés.

Dans l'exemple, le BIT plage est ouvert en arrière saison mais ses heures d'ouverture ne sont pas comptabilisées car le BIT principal est également ouvert.



L'Office de tourisme, depuis sa création, a testé différentes solutions d'ouverture. Aussi il est important de préciser que les choix sont pris en tenant compte de plusieurs types de clientèles : les vacanciers, la population locale ainsi que les acteurs du tourisme.
Ces différentes typologies « consomment » l'Office de Tourisme de manière différente et de ce fait les ouvertures doivent s'adapter.

L'Office de Tourisme a fait le choix de segmenter ces horaires en trois périodes distinctes pour correspondre aux attentes et fréquentation des clientèles.
Ci-après le récapitulatif du total des heures et nombre de jours d'ouverture par période :

Saison	**Hiver**		**Printemps/ Automne**		**Haute saison** (8 semaines)		**Total**	
	JOURS	**HEURES**	**JOURS**	**HEURES**	**JOURS**	**HEURES**	**JOURS**	**HEURES**
AGENCE CAPBRETON SIEGE SOCIAL	127	699	135	905	61	439	323	2043
AGENCE DE MOLIETS	106	636	134	902	61	439	301	1977
AGENCE DE MESSANGES	106	636	134	819	61	389	301	1843
AGENCE DE VIEUX-BOUCAU	106	636	134	902	61	463	301	2001
AGENCE DE SOUSTONS	127	699	135	821	61	439	323	1955
AGENCE DE TYROSSE	127	699	131	806	52	359	310	1864
AGENCE DE LABENNE	106	636	134	821	61	439	301	1889

En annexe : PV du Conseil d'administration du 22/09/2021 ; horaires validés par le CA ; fichier du décompte des ouvertures détaillées des agences.

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

PERIODE OUVERTURE OFFICE DE TOURISME

SAISON	JANVIER A MARS	AVRIL A JUIN	JUILLET/AOUT	SEPTEMBRE AUX VACANCES DE TOUSSAINT INCLUSES	NOVEMBRE ET DECEMBRE
BIT PRINCIPAL CAPBRETON	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI	OUVERT DU LUNDI AU DIMANCHE MATIN	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN
AGENCE DE LABENNE	OUVERT DU LUNDI AU VENDREDI	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN	OUVERT DU LUNDI AU DIMANCHE MATIN	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN	OUVERT DU LUNDI AU VENDREDI
AGENCE DE ST.V de TYROSSE	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN	OUVERT DU LUNDI AU DIMANCHE MATIN	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN
AGENCE DE SOUSTONS	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN	OUVERT DU LUNDI AU DIMANCHE MATIN	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN
AGENCE DE MOLIETS	OUVERT DU LUNDI AU VENDREDI	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI	OUVERT DU LUNDI AU DIMANCHE MATIN	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI	OUVERT DU LUNDI AU VENDREDI
AGENCE DE VIEUX-	OUVERT DU LUNDI AU VENDREDI	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI	OUVERT DU LUNDI AU DIMANCHE	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI	OUVERT DU LUNDI AU VENDREDI
AGENCE DE MESSANGES	OUVERT DU LUNDI AU VENDREDI	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN	OUVERT DU LUNDI AU DIMANCHE MATIN	OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI MATIN	OUVERT DU LUNDI AU VENDREDI

Avenue Georges Pompidou 40130 CAPBRETON - 05 58 72 12 11
N°SIRET 82428508400052 - Code APE 7990Z
www.landesatlantiquesud.com - contact@landesatlantiquesud.com

CHAPITRE III

L'office de tourisme est accessible et accueillant

7. Il existe un service permanent d'accueil en français, en anglais et dans au moins une autre langue étrangère, en adéquation avec la clientèle accueillie, pendant les horaires et périodes d'ouverture du bureau d'information touristique principal, ainsi que dans les bureaux d'information touristique des stations classées de tourisme du ressort de l'office de tourisme. La fonction et les langues parlées par le personnel d'accueil sont identifiées sur un badge.

Précision : l'accueil des touristes étrangers doit se faire *a minima* en anglais dans les offices de tourisme classés. Le personnel doit accueillir les touristes au moins dans une autre langue que l'anglais, dans son BIT principal ainsi que dans chaque BIT de station classée. Le choix de la ou des langues supplémentaires proposées doit être cohérente avec la structure de la clientèle étrangère accueillie.

Pièces à fournir :
- Organigramme ;
- Fiches de poste faisant apparaître les langues pratiquées ;
- Ou CV faisant apparaître les langues pratiquées ;
- Visuel(s) montrant la mise en situation du personnel d'accueil portant un badge.

L'Office de tourisme intercommunal propose un service bilingue à minima dans chaque agence.
Le personnel de l'Office de Tourisme porte des badges avec la mention des langues parlées, prénom et fonction. Une mention formalise « complice en herbe » distingue le personnel non-permanent du personnel permanent.
Cette présentation avec badges nominatifs permet une meilleure identification pour l'accueillant.

De plus, l'accueil de la clientèle étrangère tout au long de l'année permet un maintien du niveau des différentes langues parlées. En outre, les traductions sont d'ailleurs entièrement assurées sur tous les documents, site internet, applis mobiles par ce même personnel.

Les personnels non-permanents sont recrutés avec un minimum de deux langues étrangères maitrisées.

Les fiches horaires affichées sur les portes d'entrées sont traduites dans les langues parlées par le personnel.

Visuels

En annexe : organigramme de la structure ; fiches de poste.

CHAPITRE IV

L'office de tourisme est accessible et accueillant

8. Il L'office de tourisme recueille, valide et diffuse une information la plus complète possible et régulièrement mise à jour, sur l'offre touristique locale relative :
- à l'offre d'hébergement ;
- aux sites touristiques ;
- aux évènements et animations ;
- aux services de transport public et privé disponibles, de location de véhicule de tous types ;
- à tout autre service utile aux touristes.
L'office de tourisme dispose d'un système de gestion informatisé de référence permettant de référencer, de qualifier, de mettre à jour et de diffuser cette information sur l'offre touristique locale.
Toutes ces informations sont disponibles sur le site internet de l'office de tourisme. Certaines de ces informations peuvent être diffusées sous format papier.

Précision : l'office de tourisme classé doit recueillir auprès de l'ensemble des socio-professionnels l'information la plus exhaustive permettant de valoriser l'offre touristique de la destination. Le mode de consultation privilégié est désormais le numérique : l'obligation d'éditer des brochures sous format papier est supprimée au profit d'une impression à la demande ou en fonction de la politique de l'office de tourisme et des partenaires qui mettent à disposition le cas échéant des dépliants ou flyer.

Une information indigente dans les différentes rubriques obligatoires, ou dépassée en raison d'une absence de mise à jour du site internet peut justifier un refus de classement de l'office de tourisme.

Pièces à fournir :
- Courte note explicative sur le recueil, la validation et la diffusion de l'information touristique ainsi que sur sa mise à jour ;
- Attestation d'utilisation du logiciel Tourin soft du CDT ;
- Adresses url des pages dédiées à l'hébergement, sites touristiques, évènements et animations, transport public et privé, location de véhicules, tout autre service utile ;
- Liste des guides papiers proposés aux touristes.

L'Office de Tourisme Landes Atlantique Sud utilise le logiciel Tourinsoft et le Système d'Information Régional Touristique d'Aquitaine.
Un intranet est mis à disposition du personnel permanent et saisonnier des 7 agences de l'Office de Tourisme.
Sur cet intranet, le chapitre **INFO SADI** est dédié à :
1/ la collecte qui s'adresse aux hébergeurs et autres partenaires de l'OTI ainsi qu'aux associations et organismes proposant des manifestations.
2/ la mise à jour ou la création, à savoir, la manière de traiter la collecte. On parle ici de procédures de saisie et de qualification des offres dans Tourinsoft selon les outils employés (web questionnaire, appel téléphonique...) et selon la destination de l'information (sites internet de la destination ou des stations, site internet de séjour Lou Spot, guides…)
3/la diffusion de l'information sur nos supports numériques ou papier
Des processus et procédures sont aussi détaillées dans chacune de ces rubriques.
En lien avec ce traitement de l'information découle **le protocole de gestion de la documentation de l'Office de Tourisme et de ses partenaires**.

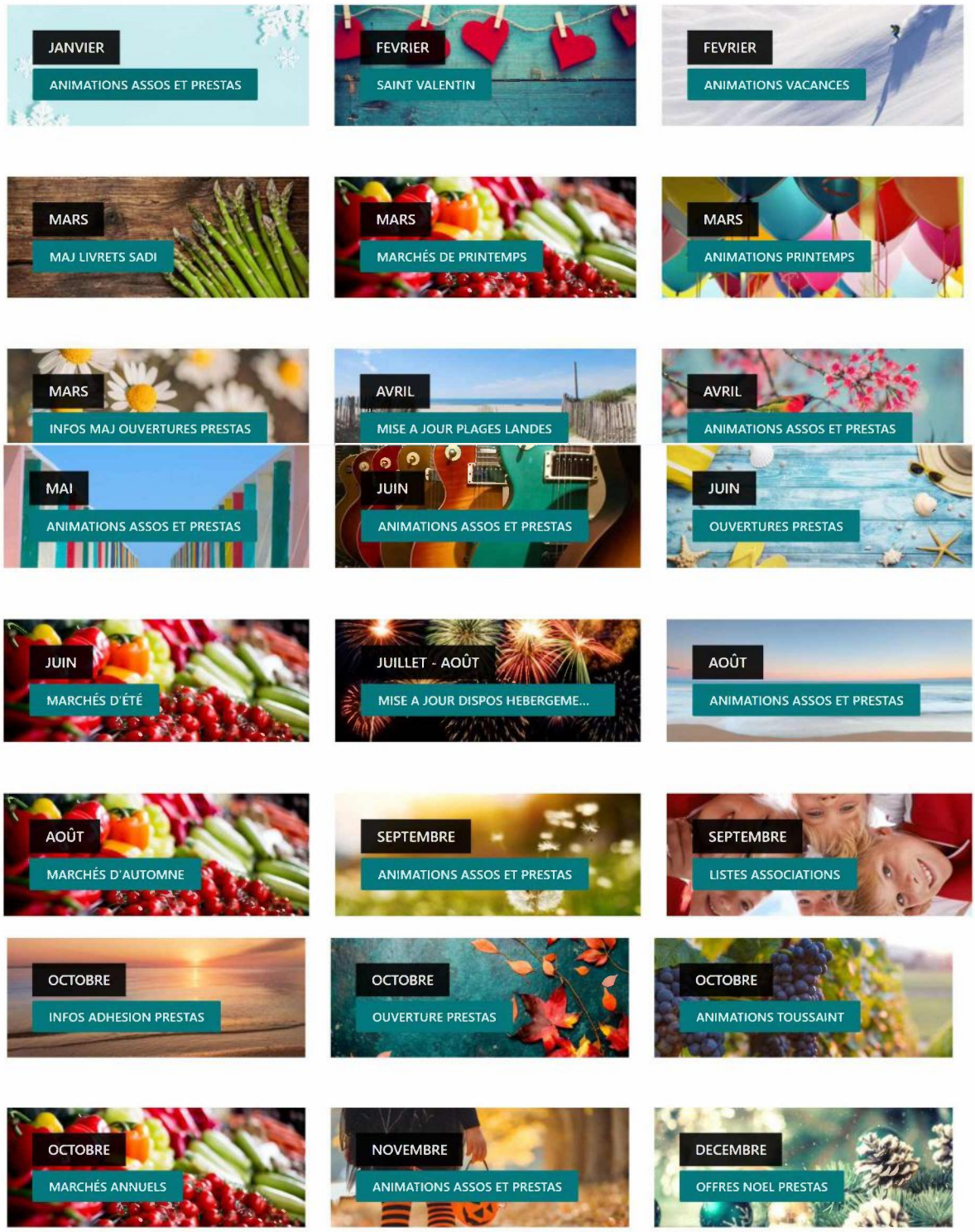
EXTRAIT ET CAPTURES ECRAN DE L'INTRANET SUR LA COLLECTE DE L'INFO
L'INFO SADI ou l'art et la manière d'informer, de conseiller, d'accueillir en toute circonstance !

Une info fiable collectée régulièrement auprès de nos partenaires grâce aux outils mis en place pour la gestion de l'information : collecte, traitement et diffusion.
Une info disponible via nos outils de diffusion à disposition des clients et via les outils conçus pour les "complices de vos vacances" , conseillers en séjour
Une info diffusée via différents outils à nos différents publics : partenaires et clients.

LA RUBRIQUE COLLECTE DE L'INFO
Elle met en avant :
1/ les règles générales de la collecte

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

2/ le calendrier de la collecte



Avenue Georges Pompidou 40130 CAPBRETON - 05 58 72 12 11
N°SIRET 82428508400052 - Code APE 7990Z
www.landesatlantiquesud.com - contact@landesatlantiquesud.com

3/ les outils et la procédure à suivre

Exemple en Janvier pour la collecte des tarifs et les dates d'ouverture des hébergements

COLLECTE TARIFS ET OUVERTURES HEBERGEMENTS

QUI ?	*FAIT QUOI ?*	*AVEC QUELS OUTILS ?*
Tous les portefeuilles hébergements sont concernés excepté les loueurs en meublés et les chambres d'hôtes	*Rappel aux hébergements qui n'auraient pas communiqué ces infos via le web questionnaire.* **3 possibilités :** **1- Envoi de l'emailing** " modèle à créer " via Tourinsoft. *Cet emailing renvoie vers le questionnaire Forms (à créer) qui collecte les périodes d'ouverture ainsi que les tarifs correspondants.* **2- Envoi par mail** **3- Appel téléphonique** Les infos collectées (soit automatiquement dans les tableaux des résultats via le formulaire (disponible également dans Teams), soit oralement, soit par mail doivent être mises à jour sur Tourin.	Tourinsoft Questionnaire Tableau résultats

EXTRAIT ET CAPTURES ECRAN DE L'INTRANET SUR LE TRAITEMENT DE L'INFO

SIRTAQUI et TOURINSOFT

Bienvenue sur notre base de données SIRTAQUI et son logiciel Tourinsoft !

SIRTAQUI ? Quesako ?

Système d'Information Régional Touristique de Nouvelle Aquitaine

TOURINSOFT ? Quesako ?

Pour gérer notre base de données touristiques

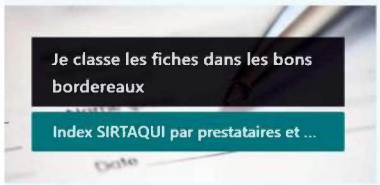
CREATION DES FICHES

MISE A JOUR DES FICHES

PENSE -BETE ET ASTUCES

AUX MANETTES à votre disposition : Cathy (Tourin) Christine (web) Laurent (LouSpot) Sabrina et Isabelle

NOUVELLE FICHE ? MAIS DANS QUEL BORDEREAU ? COMMENT BIEN SAISIR ?



Adresses url des pages dédiées à l'hébergement, sites touristiques, évènements et animations, transport public et privé, location de véhicules, tout autre service utile .

Hébergements
https://www.landesatlantiquesud.com/cote-pratique/hebergements/
Activité et sites touristiques
https://www.landesatlantiquesud.com/a-faire/

Evénements et animations
https://www.landesatlantiquesud.com/a-faire/evenements-et-temps-forts/

Transports
https://www.landesatlantiquesud.com/cote-pratique/commerces-et-services/transports-et-garages/

Autres services
https://www.landesatlantiquesud.com/cote-pratique/commerces-et-services/

Les sites stations proposent aussi des liens vers ces mêmes pages dédiées :
moliets.com
https://www.moliets.com/cote-pratique/hebergements/
https://www.moliets.com/a-faire/loisirs-et-sports/
https://www.moliets.com/a-faire/evenements-et-temps-forts/
https://www.moliets.com/cote-pratique/commerces-et-services/

ot-messanges.fr/
https://www.ot-messanges.fr/cote-pratique/hebergements/
https://www.ot-messanges.fr/a-faire/activites-visites/
https://www.ot-messanges.fr/a-faire/evenements-et-temps-forts/
https://www.ot-messanges.fr/cote-pratique/commerces-et-services/

tourisme-vieuxboucau.com/
https://www.tourisme-vieuxboucau.com/cote-pratique/hebergements/
https://www.tourisme-vieuxboucau.com/a-faire/loisirs-et-sports/
https://www.tourisme-vieuxboucau.com/a-faire/evenements-et-temps-forts/
https://www.tourisme-vieuxboucau.com/cote-pratique/commerces-et-services/

soustons.fr
https://www.soustons.fr/cote-pratique/hebergements/
https://www.soustons.fr/a-faire/loisirs-et-sports/
https://www.soustons.fr/a-faire/tout-lagenda/
https://www.soustons.fr/cote-pratique/commerces-et-services/

capbreton-tourisme.com
https://www.capbreton-tourisme.com/cote-pratique/hebergements/
https://www.capbreton-tourisme.com/a-faire/
https://www.capbreton-tourisme.com/a-faire/tout-lagenda/
https://www.capbreton-tourisme.com/cote-pratique/commerces-et-services/

tourisme-labenne.com
https://www.tourisme-labenne.com/cote-pratique/hebergements/
https://www.tourisme-labenne.com/a-faire/activites-et-visites/
https://www.tourisme-labenne.com/a-faire/evenements-et-temps-forts/
https://www.tourisme-labenne.com/cote-pratique/commerces-et-services/irisit/types/transports/
https://www.tourisme-labenne.com/cote-pratique/commerces-et-services/

L'Office de Tourisme dispose aussi d'un internet de séjour : louspot.
Ce site bénéficie des calendriers de collecte et de mises à jour cités précédemment.

Liste des guides papiers proposés aux touristes :

- Editions OTI
- Le mag LA Sud
- Carte touristique
- 7 Plans de ville
- A vélo (carte pistes cyclables)
- Calendrier des Marées

https://www.landesatlantiquesud.com/cote-pratique/infos-pratiques/brochures/

Documentation produite en interne à destination de clientèles spécifiques :
Activités par temps de pluie

- Besoin d'une pluie d'idées?
- Smiling in the rain
- ¿Que hacer cuando llueve?

Accueil des chiens sur le territoire

- Les mascottes en vacances Fr, ang et esp

Informations à destination des camping-caristes

- Camping-Car Family Fr, Ang, Esp

En annexe : attestation d'utilisation de Tourinsoft

CHAPITRE IX

L'office de tourisme est accessible et accueillant

19. L'office de tourisme élabore et met en œuvre une stratégie touristique précisant les missions de l'office de tourisme dans les domaines suivants :
- politique d'accueil ;
- commercialisation ;
- animation du réseau des acteurs touristiques, accompagnement dans la transition numérique, assistance aux porteurs de projet ;
- promotion de la destination et communication grand public ;
- actions de sensibilisation des touristes et des acteurs touristiques en matière de protection de l'environnement et de développement durable ;
- amélioration de l'offre touristique à travers le classement des hébergements et la diffusion des marques.
Cette stratégie est validée par la collectivité.

Précision : l'office de tourisme et la collectivité doivent formaliser leurs relations et les objectifs qu'ils partagent. Le dossier doit donc contenir en annexe le document stratégique fixant les objectifs que la collectivité a assigné à l'office de tourisme.
La stratégie de commercialisation s'applique à l'ensemble des produits vendus par l'office de tourisme dans sa boutique ou en ligne (prestations touristiques nécessitant une immatriculation ou produits locaux).
La promotion du classement des hébergements et des marques peut se traduire par une politique d'information ou une participation active au processus au travers de l'agrément ou de l'accréditation prévus à l'article L.324-1 du code du tourisme.

Pièces à fournir :
- document stratégique (convention d'objectifs et de moyens précisant les missions) signé de la collectivité et de l'office de tourisme ;
- note sur la mise en œuvre des actions de sensibilisation (descriptif des actions à destination des touristes et celles à destination des acteurs touristiques locaux) ;
- note sur les actions mises en œuvre pour inciter les hébergements à se faire classer (préciser si l'office de tourisme est accrédité pour effectuer les visites de classement des meublés de tourisme) ;
- note sur la diffusion des marques : support utilisé, fréquence…

LE DOCUMENT CADRE : LA CONVENTION D'OBJECTIFS

L'office de tourisme intercommunal (OTI) LANDES ATLANTIQUE SUD a été créé en 2017 par application des directives de la Loi NOTRe qui imposait le transfert de la compétence *Promotion du tourisme et création d'un office de tourisme* à l'échelon intercommunal. Depuis 2017, la collectivité de tutelle de l'OTI est donc la communauté de communes Maremne Adour Côte Sud (MACS).

Le lien de tutelle est formalisé par le biais d'une **convention d'objectifs** pluri-annuelle qui fait chaque année l'objet d'un temps de bilan et d'analyse entre la direction de l'OTI et les services de MACS.

En 2021, MACS a lancé la formalisation d'un schéma directeur du tourisme qui sera validé à l'été 2022. En découlera la formalisation d'une nouvelle convention d'objectifs pluriannuelle qui tiendra compte des enjeux et des conclusions produites dans le schéma.

Dans l'attente, l'OTI est encadré par la convention d'objectif 2018/2020, reconduite depuis 2020 par avenants annuels (dans l'attente de la nouvelle convention).

Cf. PJ – convention initiale et avenants

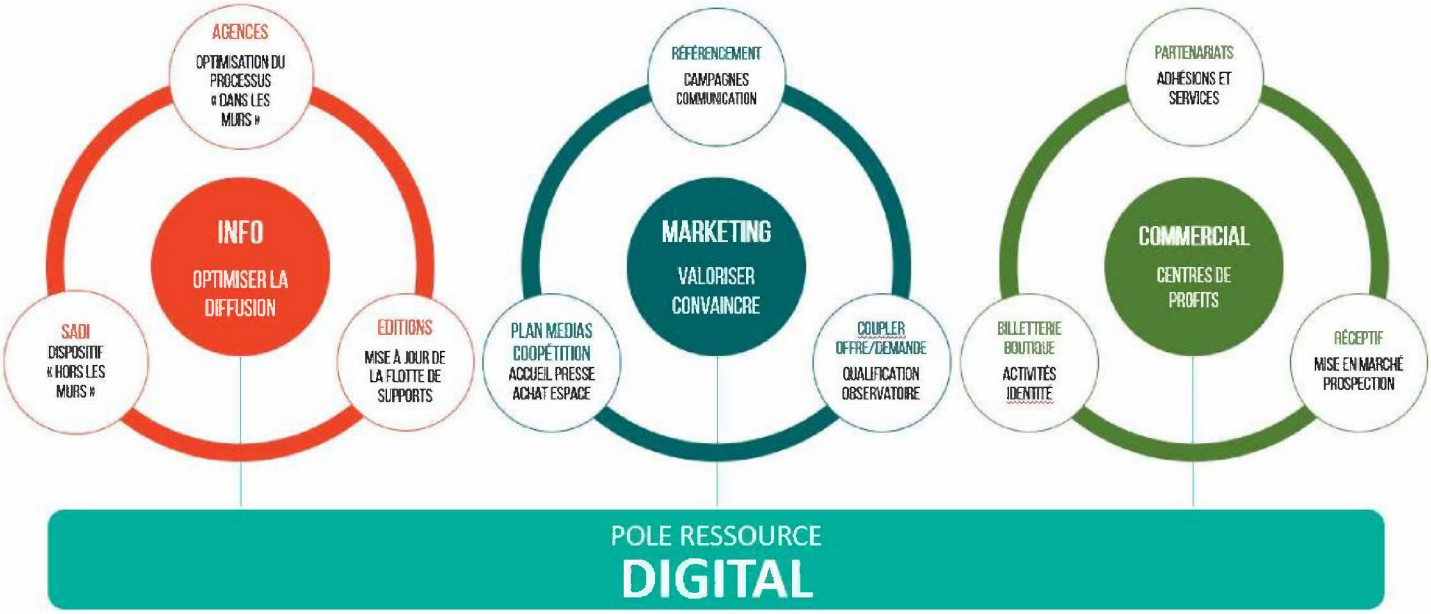
LA STRATEGIE OPERATIONNELLE DE L'OTI LANDES ATLANTIQUE SUD

Cette stratégie repose sur 3 axes principaux, validés lors de la création de l'OTI et renforcés au fur et à mesure de son développement :

1. Le développement des moyens de promotion et de renforcement de l'attractivité de la destination
2. L'optimisation de l'accès à l'information pour les personnes sur place
3. L'accompagnement des professionnels pour un développement de l'offre adapté aux attentes des clients et à la stratégie du territoire

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

Feuille de route LANDES ATLANTIQUE SUD 2022



1/ DEVELOPPEMENT DES MOYENS DE PROMOTION ET RENFORCEMENT DE L'ATTRACTIVITE
Pour ses missions de Promotion l'OTI s'appuie sur des outils déployés dans le cadre d'une stratégie qui concentre les efforts de promotion sur l'aspect digital.

Un positionnement marketing global pour une stratégie commune
Au préalable, afin de définir une stratégie promotionnelle commune à l'ensemble de la destination, l'office de tourisme a défini avec le soutien d'une agence spécialisée son positionnement marketing précisant :

- Les atouts majeurs à mettre en avant dans ses prises de paroles
- Les valeurs socles sur lesquels consolider l'identité de la destination
- Les publics cibles prioritaires vers qui communiquer

A retenir de ce travail de positionnement :

- Orienter l'image de la destination sur son aspect actif et ressourçant, à travers des messages positifs, sereins, rassurants
- S'appuyer sur les marqueurs identitaires forts : Landes pour la personnalité et Atlantique pour le dynamisme
- Ambitionner de développer le prisme des clientèles en consolidant le socle famille et en attirant, à d'autres périodes, des clientèles à « forte contribution » soucieuse de donner un sens à leurs séjours, respectueuses du cadre et de l'environnement, capables de multiplier les séjours sur place, etc.

Une fois ces éléments définis et partagés à l'ensemble des acteurs, l'OTI a été en mesure de déployer une flotte d'outils et actions pour valoriser sa destination et répondre aux aspirations des visiteurs potentiels.

Un site internet amiral : landesatlantiquesud.com
L'ensemble de l'information touristique de la destination est intégré et traité au sein du site www.landesatlantiquesud.com. Les univers touristiques de la destination y sont déclinés (hébergements, activités, restaurations), tout comme les différents espaces géographiques et les communes. Ce site sert de point d'entrée digital pour toute personne en phase de recherche d'information ou de préparation de son séjour, sur Labenne ou ses alentours.
Le site comporte notamment un espace Agenda, largement consulté, qui permet de référencer les animations et manifestations, dates à dates et communes par communes.

Des sites pour les stations littorales
En complément du site « amiral », chacune des stations qui font partie du périmètre d'actions de l'OTI dispose aussi de son propre site internet :

- Labenne : https://www.tourisme-labenne.com/
- Capbreton : https://www.capbreton-tourisme.com/
- Soustons : https://www.soustons.fr/
- Messanges : https://www.ot-messanges.fr/
- Vieux-Boucau : https://www.tourisme-vieuxboucau.com/
- Moliets : https://www.moliets.com/

Une présence renforcée sur les réseaux sociaux
L'OTI assure une visibilité en ligne à travers des comptes sociaux, sous la marque @landesatlantiquesud. L'OTI est ainsi présent sur les principaux réseaux sociaux.
Cette visibilité lui permet de diffuser une information régulière auprès de sa communauté de suiveurs mais aussi de mettre en œuvre des campagnes de communication payantes, afin de cibles des marchés (géographiques) et des cibles (profils de personnes) définies selon le message.
Liste des comptes sociaux de l'OTI :
Facebook : https://www.facebook.com/landesatlantiquesud
Instagram : https://www.instagram.com/landesatlantiquesud/
Youtube : https://www.youtube.com/channel/UCqzJdak_S9WK46zfEDAk8BQ

Une stratégie Médias / Presse
En complément de ce dispositif digital, en partenariat avec l'agence d'attractivité départementale Landes Attractivité, l'OTI déploie aussi des moyens pour une présence sur des médias plus traditionnels (TV, magazines…).
Cette action repose sur un volet « Accueils Presse » qui consiste pour l'OTI à faciliter et organiser l'accueil de journalistes en quête d'un sujet en lien avec la destination.
Un second volet repose sur une acquisition d'espace sous la forme de publireportages.

2/ OPTIMISATION DES MOYENS D'INFORMATION
En complément des opérations de promotion, l'OTI déploie également des outils et actions au service de ses visiteurs, une fois que ceux-ci sont déjà sur place ou en phase de l'être et en préparation de leur séjour.

www.louspot.fr : la bonne info, au bon moment, au bon endroit

L'OTI a développé une web-application (site internet dédié à la navigation sur smartphone) baptisée **Louspot.fr** qui tient la promesse de diffuser « la bonne info, au bon moment, au bon endroit » au visiteur comme au local qui souhaite mieux découvrir son territoire. Basée sur un principe de géolocalisation et de créneaux horaires, elle répond à la recherche du visiteur (selon ses envies) en lui suggérant des solutions à proximité de l'endroit où il se trouve et ouvertes dans la tranche horaires désirées.

Une vitrine en ligne réservée à l'activité balades, à pied ou à vélo : baladesudlandes.fr
En partenariat avec les offices de tourisme voisins, avec le soutien du PETR Adour Landes Océanes, l'OTI Landes Atlantique Sud a développé une site internet recensant les sentiers de balades et les itinéraires à vélo sur l'ensemble de sa destination. Plus de 300 adresses y sont recensées pour répondre à une ensemble d'une quinzaine d'envies en pleine saison.
Ces envies sont aussi complétées de propositions « chuchotées par d'autres visiteurs », qui via cet outil peuvent glisser leurs coins préférés de la destination.

Une flotte d'éditions adaptée aux demandes des visiteurs
Hors solutions digitales, l'information sur place s'appuie aussi sur une flotte plus traditionnelle d'éditions, répondant à des questions précises :

- Un magazine annuel pour celles et ceux qui sont là pour un long séjour et qui ont besoin d'être aiguillés
- Des cartes pour aider au guidage et à la situation :
    - Une carte touristique référençant la destination dans sa globalité
    - Une carte des pistes cyclables, pour répondre à la principale question posée durant la saison touristique
- Des plans de villes pour guider le visiteur dans ses premiers pas sur sa commune de vacances (7 plans distincts sont édités).

Ces documents (et d'autres plus spécifiques) sont téléchargeables sur notre site, Rubrique Brochures https://www.landesatlantiquesud.com/cote-pratique/infos-pratiques/brochures/

Stratégie Hors les murs
Conscient de n'avoir un impact direct que vers une part minime des vacanciers présents sur sa destination (ceux qui poussent les portes des agences), l'OTI a mis en oeuvre depuis sa création en 2017, une stratégie dite « hors les murs » pour optimiser la diffusion de l'information vers l'ensemble des clientèles touristiques.

- En diffusant d'abord l'ensemble des éditions produites par le biais des partenaires hébergeurs : ils sont tous destinataires de stock de documentation pour assurer la diffusion auprès de leurs clients.
- En déployant un service de formation en ligne, en appui sur l'outil https://bienvenueici.fr/ qui permet en peu de temps de donner aux personnels des entreprises touristiques une base d'information sur la destination touristique.

3/ ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS ET DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE

En parallèle de ses actions au service des clientèles touristiques, l'OTI développe aussi un programme d'actions à destination de ses partenaires professionnels, adhérents de l'association Landes Atlantique Sud.

Ces actions portent sur 2 enjeux principaux :

- La qualification de l'offre à travers des actions de soutien et d'aide à l'obtention de Labels et Chartes, ou de la marque Qualité Tourisme.
  Parmi les labels prioritairement promus, on retrouve le label national **ACCUEIL VELO**, en adéquation avec le potentiel cyclable de la destination, ainsi que la **CHARTE ECORESPONSABLE** développée localement pour un engagement responsable de la part des professionnels signataires. Actuellement 31 chartés Accueil Vélos et 20 chartés Tourisme Durable sur la destination.
  Les démarches de classement et d'obtention de la marque Qualité (principalement pour nos partenaires hébergeurs) sont conduites en collaboration directe avec les services de LANDES ATTRACTIVITE.
  Seuls les établissements classés peuvent devenir partenaires de l'OTI Landes Atlantique Sud.

- La professionnalisation du personnel de ces entreprises, notamment à une bonne connaissance de leur destination. L'OTI s'appuie sur une solution e-learning (formation en ligne – vu plus haut), baptisée https://bienvenueici.fr/ qui permet à chaque salarié de la destination de participer et de se former aux atouts de la destination Landes Atlantique Sud.
  Un volet « sensibilisation » est également animé et assuré par l'OTI sur le champ des transitions importantes auxquelles font face les professionnels :
  - La transition numérique, en appui sur nos outils, nos actions, notre expérience et à travers des ateliers de sensibilisation/information
  - La transition énergétique en appui sur la **Charte Eco-responsable** évoquée plus haut.

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

Détail de la Feuille de route Landes Atlantique Sud 2022

INFO
OPTIMISER LA DIFFUSION

« EN AGENCES »
- PROCESS ACCUEIL
  - Méthode et récit communs
- AMENAGEMENT AGENCES
  - Boutique // Billetterie
  - Affichage numérique
- STRATEGIE LOCALISATION
  - Déménagement / flux

« HORS AGENCES »
- STRATEGIE LOUSPOT
  - Info « chaude », géolocalisée
- KIT GRC
  - Info déportée / prescripteurs
- KIT RESIDENTS SECONDAIRES
  - L'habitant vacancier
- PARCOURS DECOUVERTE
  - Géocaching / balades contées

CONCEPTION DE SUPPORTS
- MAGAZINE
- SUPPORTS CARTO

MARKETING
FAIRE VALOIR LA DESTINATION

REFERENCEMENT OPTIMISE
- STRATÉGIE SEO
  - Référencement naturel
  - Animation des contenus
- CAMPAGNES SEA
  - Campagnes « résas »
  - Campagnes « conso locale »
  - Référencement payant (Google)

PLAN MEDIAS
- INSERTIONS / PUBLIREPORTAGES
- ACCUEILS PRESSE

COOPETITION
- CLUB LITTORAL LANDES
- CLUB DESTINATION ATLANTIQUE
- COOPÉRATION CRTNA
- COOPÉRATIONS AUTRES (MACS)

OBSERVATOIRE

QUALIFICATION DE L'OFFRE
- ANIMATION MARQUES / LABELS
- PROFESSIONNALISATION / COACHING

COMMERCIAL
DEVELOPPER UN CENTRE DE PROFITS

PARTENARIATS
- DISPOSITIF ADHÉSIONS 2022
- RÉGIE PUBLICITAIRE 2022
- SERVICES ADDITIONNELS

AGENCE RECEPTIVE
- STRUCTURATION OFFRE
  - Groupes / Affaires
  - Individuels
- PROSPECTION
- PROMOTION

SERVICES GRAND PUBLIC
- DEPLOIEMENT BILLETTERIE
- CONCEPTION BOUTIQUE
- *PASS DESTINATION ?*

SITES INTERNET / APPLI	DATA CENTER	STUDIO CONTENUS	COMMUNITY MANAGEMENT	PLACE DE MARCHÉ

POLE DIGITAL [OUTILS]

En annexe : convention d'objectif, charte écoresponsable, diagnostic accueil vélo, positionnement marketing de la marque.

Avenue Georges Pompidou 40130 CAPBRETON - 05 58 72 12 11
N°SIRET 82428508400052 - Code APE 7990Z
www.landesatlantiquesud.com - contact@landesatlantiquesud.com

CHAPITRE V

L'office de tourisme est accessible et accueillant

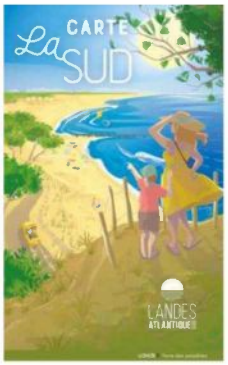
9. L'office de tourisme fournit gratuitement des plans ou cartes touristiques sur support papier.

Précision : il subsiste une seule exception en termes d'obligation de fourniture de document papier : il s'agit du plan touristique de base qui permet au touriste de s'orienter. Ce plan est gratuit, sa traduction n'est pas obligatoire et sa production peut être financée grâce à des partenariats notamment avec les commerçants référencés sur le plan, en plus des sites touristiques.

Pièce à fournir :

- Liste des cartes touristiques et plans proposés à la clientèle de l'office de tourisme.

L'office de tourisme déploie différents supports pour répondre au mieux aux attentes des visiteurs : touristes et population locale. Ces outils sont harmonisés au niveau de la destination tant au niveau graphique qu'au niveau des informations. En effet, cela permet aux visiteurs d'identifier notre Office de tourisme malgré la distance géographique entre les différentes agences et de porter le même discours sur l'ensemble de notre territoire.

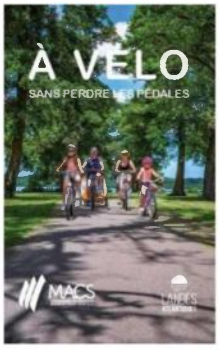


Une carte touristique et directionnelle assure une présentation l'ensemble de la destination Landes Atlantique Sud. Les incontournables touristiques viennent illustrer cette carte. Aussi, la matérialisation des axes routiers permet un aperçu des liaisons entre les communes. Des idées circuits complètent ces informations et incite le vacancier à circuler à l'intérieur du territoire.

Cette carte est diffusée à l'ensemble de nos partenaires, dans nos accueils et téléchargeable depuis notre site internet : Carte Touristique Landes Atlantique Sud

Des plans de villes comme supports directionnels. Des éléments touristiques viennent compléter ce document. En effet l'OT a choisi d'indiquer des informations touristiques comme les hébergements mais du pratique utile aux vacanciers et locaux avec la liste des restaurants, des commerces.

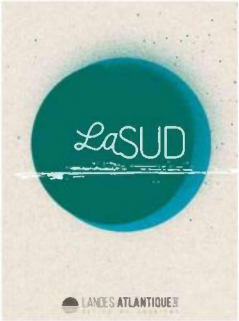
Ces plans sont diffusés à l'ensemble de nos partenaires, dans nos accueils et téléchargeable depuis notre site internet : Moliets, Messanges, Vieux-Boucau, Soustons//Azur//Magescq, Saint-Vincent-de-Tyrosse, Capbreton, Labenne



Pour circuler autrement : une carte détaillée des pistes cyclables de l'ensemble de la communauté de communes. Cette carte est réalisée en partenariat avec le service mobilité de notre communauté de communes. Ce document vient répondre à une question récurrente actuellement de nos visiteurs (touristes et locaux).

Nos partenaires loueurs en vélos disposent d'un stock de cartes et nous assurons la distribution chez les hébergeurs. Elle est valorisée dans nos espaces d'accueil et téléchargeable sur notre site : A VELOS

L'Office de tourisme complète sa flotte de documents avec d'autres éditions qui correspondent aux attentes des visiteurs de la destination dont le magazine LaSud.



LaSud : le magazine de la destination.

Ce magazine vient informer sur les curiosités, les pépites du territoire par le biais d'articles, d'illustrations. Il est destiné à mettre en valeur nos partenaires mais aussi des moments de vie, des lieux oubliés…Il se veut être un outil de découverte, de partage d'un mode de vie à la façon LaSud. La population locale, qui est le premier ambassadeur, reçoit dans sa boite aux lettres ce magazine.

Cet outil est diffusé à l'ensemble de nos partenaires hébergeurs, dans nos accueils et téléchargeable depuis notre site internet : magazine LaSud et dans toutes les boites aux lettres des habitants de la communauté de communes Maremne Adour Côte Sud.

L'ensemble de ces documents est consultable dans la rubrique brochure de nos sites internet stations et sur le site de la destination :
https://www.landesatlantiquesud.com/cote-pratique/infos-pratiques/brochures/

CHAPITRE V

L'office de tourisme est accessible et accueillant

11. Les informations touristiques sont accessibles sur un site internet adapté aux appareils fixes et mobiles, et compatible avec les principaux navigateurs. Le site est proposé en français, en anglais et dans au moins une autre langue étrangère, en adéquation avec la clientèle accueillie ; les traductions sont réalisées par des personnes qualifiées.

Précision : parallèlement à l'obligation d'accueil bilingue et trilingue dans les BIT, le site internet doit être disponible dans les mêmes langues, grâce à des traductions soignées. Compte tenu des capacités technologiques actuelles, l'utilisation de logiciels de traduction automatique sans la supervision d'un locuteur averti ne permet pas de valider ce critère.

Le site internet doit être accessible et fonctionnel depuis des plateformes mobiles et fixes opérant sous divers logiciels : un mauvais fonctionnement ou une absence de développement pour les navigateurs et systèmes d'exploitation les plus répandus peut justifier un refus de classement.

Le dossier doit ainsi mentionner dans quelles langues le site est traduit, comment sont réalisées ces traductions et quels sont les navigateurs ou systèmes d'exploitation supportés.

Pièces à fournir :

- Adresse url du site internet ;
- Langues traduites ;
- Capture d'écran du site internet avec les langues traduites ;
- Procédure de réalisation des traductions (méthode, appel à un traducteur (fournir le contrat) ou ressource interne (fournir tout document attestant du bon niveau du collaborateur à traduire) ;
- Navigateurs ou systèmes d'exploitation supportés.

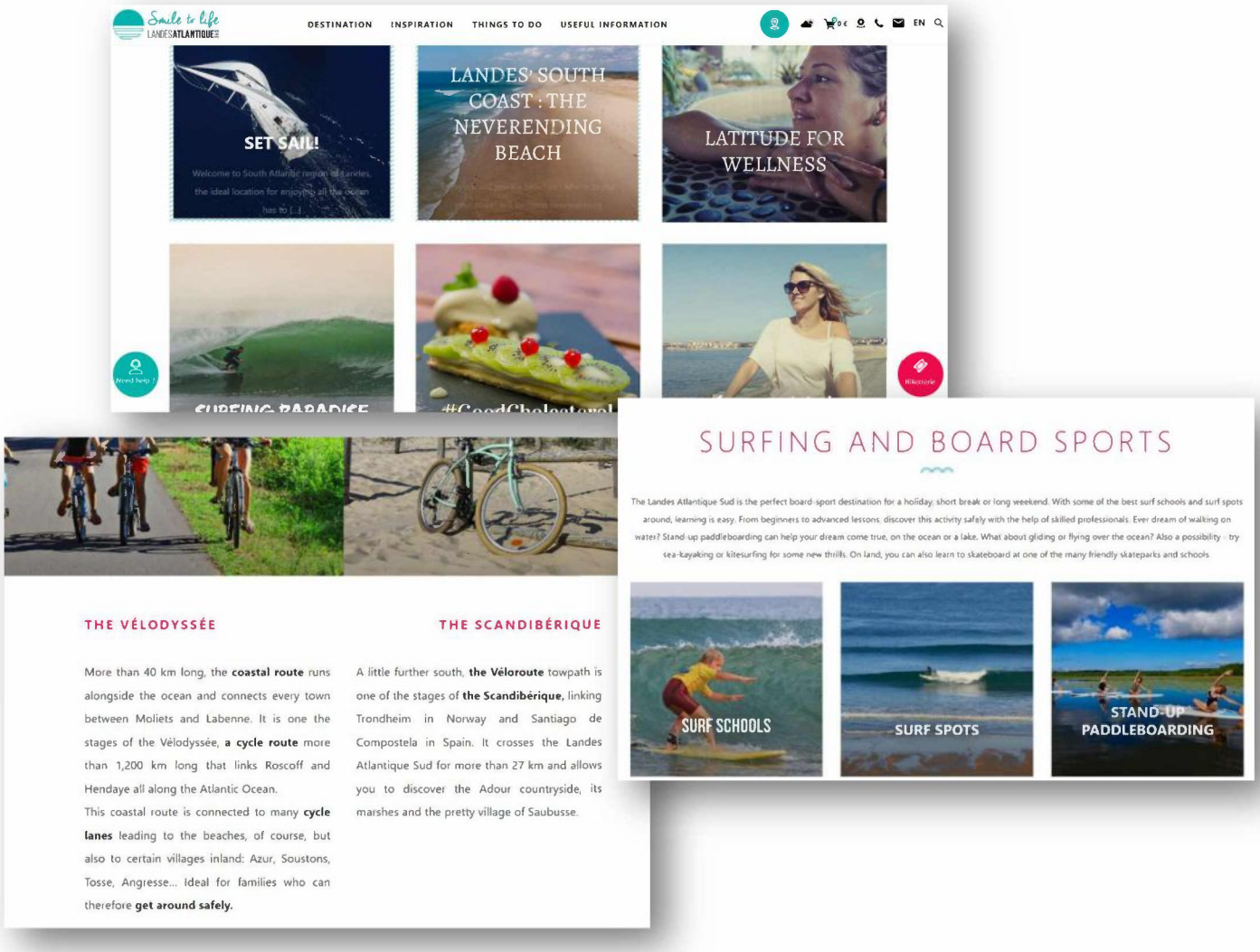
L'Office de tourisme Landes Atlantique Sud dispose d'un site internet qui couvre l'ensemble de la destination et qui recense l'offre disponible sur le territoire en matière d'hébergements, d'activités, de visites, de restauration… www.landesatlantiquesud.com

Le dispositif numérique compte également 6 sites internet qui répertorient l'offre des stations balnéaires de Moliets et Maâ, Messanges, Vieux-Boucau, Soustons, Capbreton et Labenne. (Renvoi vers le site Landes Atlantique sud pour les versions étrangères)
https://www.soustons.fr/
https://www.tourisme-vieuxboucau.com/
https://www.ot-messanges.fr/
https://www.moliets.com/
https://www.tourisme-labenne.com/
https://www.capbreton-tourisme.com/

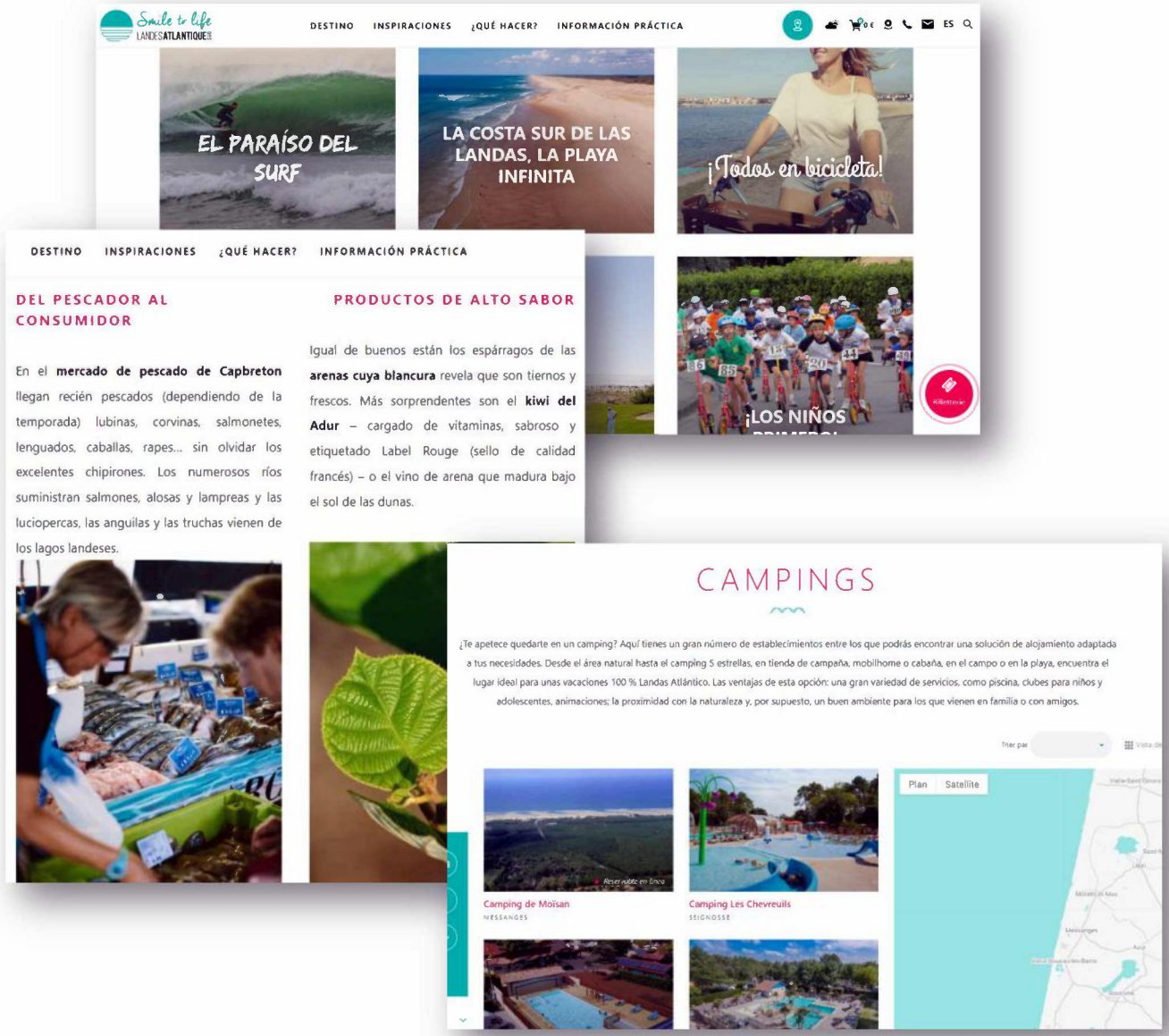
Langues traduites :
Le site www.landesatlantiquesud.com est disponible en version anglaise, espagnole et allemande. Cela correspond aux principales cibles de clientèles étrangères du territoire. Il est possible de passer à une version étrangère du site depuis le menu en haut à droite de l'écran (FR-ES-EN-DE) :

Les versions étrangères sont également accessibles depuis une URL dédiée à chaque version : https://www.atlanticcoast-landes.com/
https://www.atlantikkuste-sudfrankreich.de/
https://www.playasdelaslandas-francia.es/

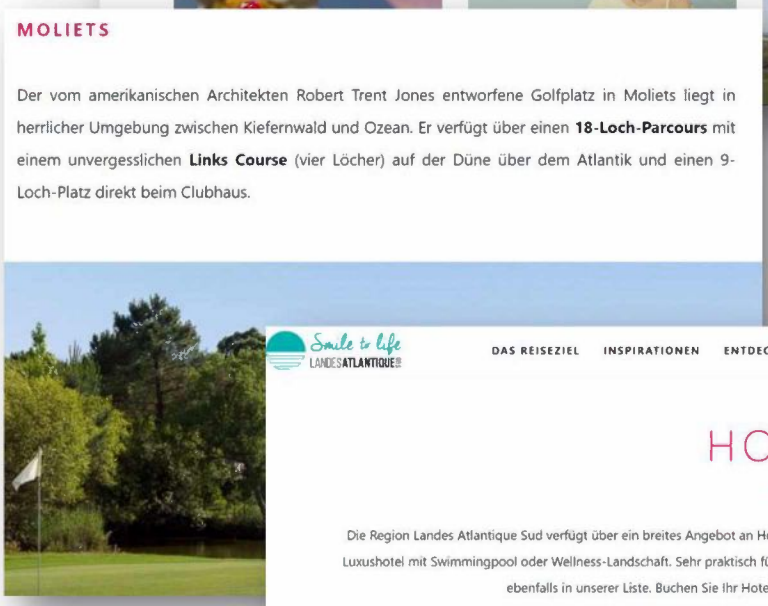
Captures d'écran version anglaise (page accueil, page de contenu rédactionnel et liste d'offres)

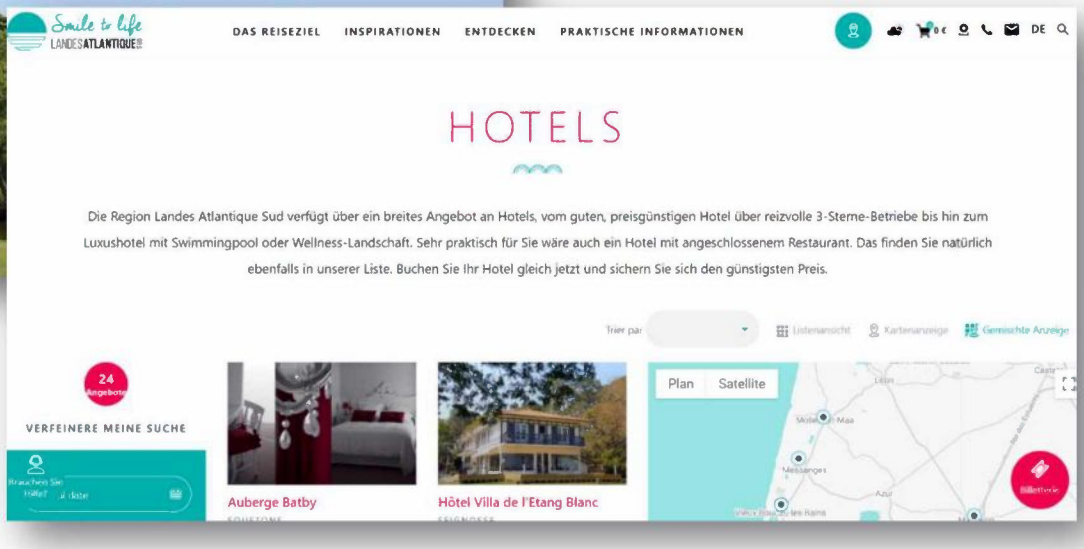


Captures d'écran version espagnole (page accueil, page de contenu rédactionnel et liste d'offres)



Captures d'écran version allemande (page accueil, page de contenu rédactionnel et liste d'offres)





Méthode de traduction

Les contenus sont rédigés en français par l'équipe de l'Office de tourisme puis envoyés à traduire à une agence de traduction.
Un volume important de contenus a été traduit lors de la création des sites internet. (cf devis traduction signé). Ces contenus disponibles permettent d'alimenter les différentes rubriques des sites internet.

A chaque besoin d'actualisation des contenus, la méthode est la suivante :
> Rédaction des contenus en français / collecte de contenus
> Demande de devis agences de traduction/ Validation devis
> Collecte et envoi des textes à traduire
> Réception et intégration aux sites internet

Navigateurs ou systèmes d'exploitation supportés

Les sites internet, créés en 2018 sont à jour et accessibles à tout moment et par tous types de navigateurs ou systèmes d'exploitation.
Ils sont Responsive design et s'adaptent à tous types de supports et d'écrans, fixes ou mobile : tablettes, smartphones ou ordinateurs. Les contenus sont adaptés pour une lecture optimale sur tous types de supports et notamment mobile (la part d'utilisateurs sur mobile représente en moyenne 70% sur l'année 2021).

CHAPITRE VI

L'office de tourisme est accessible et accueillant

12. L'office de tourisme met en place un dispositif de collecte et de traitement des réclamations et organise l'étude de la satisfaction des clients sur les différents services qu'il propose. Il met en place des actions permettant l'amélioration de l'accueil et formalise ses procédures internes.

Précision : le dossier de classement précise quels sont les moyens dédiés aux réponses et réclamations des usagers de l'office de tourisme et comment leur satisfaction est mesurée. Les procédures internes relative à l'accueil sont formalisées et reproduites dans le dossier de classement.

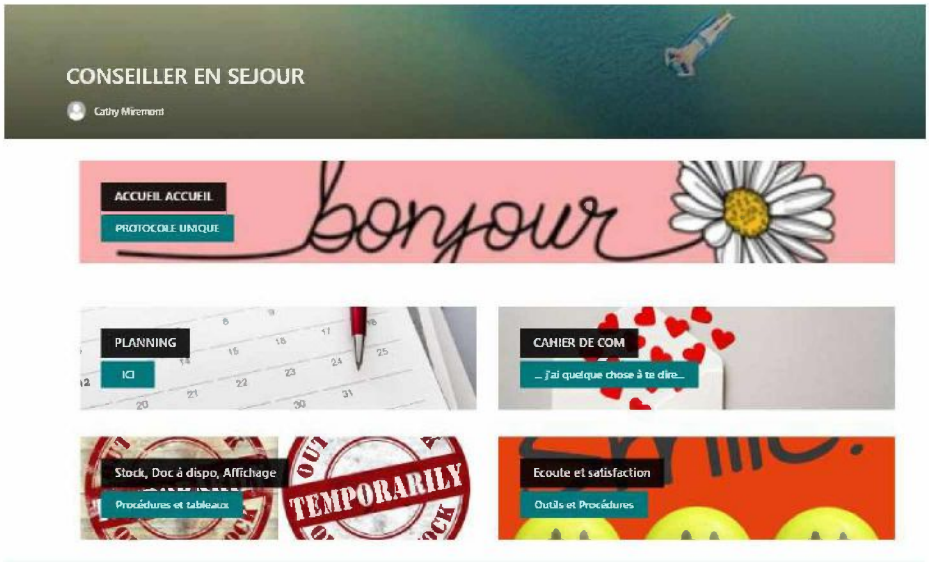
Pièces à fournir :
- Courte note présentant le dispositif mis en place par l'office de tourisme pour la collecte (nature du support de recueil des avis des clients) et le traitement des réclamations (méthode de recueil) et le dispositif de l'étude de satisfaction (méthode d'analyse des avis et leur fréquence, les suites données) avec le questionnaire de satisfaction remis à la clientèle ;
- Résultats des enquêtes de satisfaction des clients sur les différents services proposés ;
- Tout document informatif (charte d'accueil, intéressement des agents de l'office etc.).

Ecoute Client (touristes et prestataires)

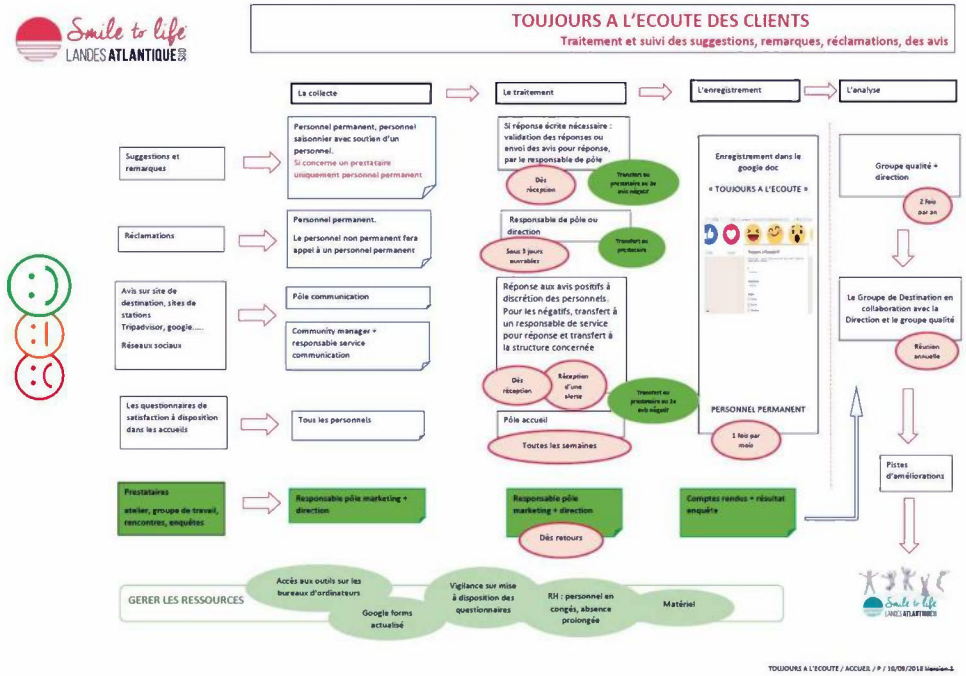
L'Office de Tourisme Landes Atlantique Sud a mis en place un observatoire sur la satisfaction client que cela soit pour la clientèle touristique et pour ces partenaires.

Des processus et procédures permettent aux personnels d'accueil de connaître la marche à suivre dans le traitement d'une suggestion, remarque, réclamation ou plainte.

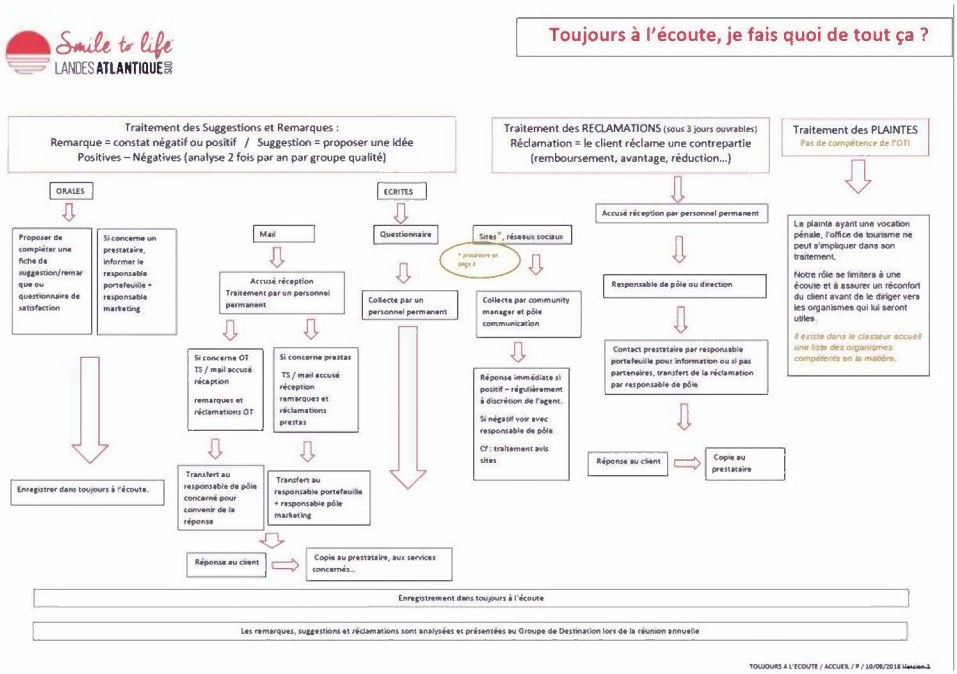
Un espace privilégié sur la page d'accueil de l'intranet de l'Office de Tourisme est réservé pour ce sujet. Cet espace permet d'accéder aux différents supports « aide » pour le traitement ainsi que pour les enregistrements.



Processus Toujours à l'écoute des clients (Traitement et suivi des suggestions, remarques, réclamations) **(annexe)**



Procédure Toujours à l'écoute (je fais quoi de tout ça) (annexe)



Fiche de suggestions, remarques et réclamations (annexe)

L'office de Tourisme met à disposition des clients touristes et partenaires dans les agences, les fiches de suggestions, remarques et réclamations.

Toujours à l'écoute (annexe)

Les suggestions ou remarques orales positives ou négatives, ainsi que les réclamations sont enregistrées dans le Toujours à l'Ecoute, tableau de bord de suivi de l'Ecoute Client. Il est complété chaque fois que nécessaire par le personnel permanent des agences de l'Office de Tourisme

L'Office de Tourisme n'étant pas habilité à traiter les plaintes, en cas de litige, nous fournissons aux clients touristes ou partenaires, une liste des **Organismes habilités au traitement des plaintes (annexe)**

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

LISTE DES ORGANISMES COMPETENTS DANS LE DEPÔT D'UNE PLAINTE

• **Direction Générale de La Concurrence, Consommation et de la Répression des Fraudes** Info service consommation allo service public 3939 (0.006€/mn) www.economie.gouv.fr/dgccrf Pour signaler une arnaque à la location ou autre : www.internet-signalement.gouv.fr	• **DDCSPP DES LANDES** **(Direction départementale de la cohésion sociale et de la protection des populations)** 1 place Saint-Louis BP 371 400012 Mont-de-Marsan 05 58 05 76 30 ddcspp@landes.gouv.fr Accueil consommateur lundi et jeudi 8h45-11h45 sur rendez-vous uniquement en-dehors de ces horaires accueil téléphonique du lundi au vendredi :8h00-11h45 et 13h15-17h00

• **Associations de consommateurs** **ORGECO - organisation générale des consommateurs** 6 rue des Jonquilles 40100 Dax permanence jeudis de 14h à 18h 05 58 75 97 37 www.orgeco.net	• **UFC que choisir** Rue du 8 Mai 1945, 40000 Mont-de-Marsan 05 58 05 92 88 lundis, mardis, mercredi, et vendredi de 14h-17h Permanences téléphoniques aux mêmes jours de 9h-12h et de 14h-17h

LITIGES SUR DES MEUBLES DE TOURISME ET LABELLISES	
Comité Départemental de Tourisme des Landes Classement des meublés de tourisme et clévacances Avenue Aristide Briand 40000 Mont-de-Marsan 05 58 06 89 89 contact@cdt40.com www.tourismelandes.com	Gites de France landes 137 Avenue du Maréchal Foch 40000 Mont-de-Marsan 05 58 85 44 44 accueil@gites-de-france.com www.gites-de-france-landes.com

GENDARMERIES

CAPBRETON (40130) Gendarmerie Nationale 2311 Boulevard du Dr Junqua 05 58 72 74 00	**SOUSTONS (40140)** Gendarmerie Nationale Passage du Carrelot 05 58 41 44 48	**ST VINCENT DE TYROSSE (40230)** Gendarmerie Nationale 115 avenue Nationale 05 58 77 58 28

HUISSIERS DE JUSTICE	
SOUSTONS (40140) SCP Lart et Lalanne 26 rue Jean Moulin 05 58 41 58 00	**ST VINCENT DE TYROSSE (40230)** SCP Guillerme François et Metral Marion Rue De Corinthe Avenue Aspremont 05 58 77 00 46

En ligne, nous suivons aussi les avis sur les Google My Business des agences, tripadvisor... Ces avis font l'objet d'un recensement sur un tableau à part (voir fichier Synthèse 2021). Les commentaires laissés par les clients donnent suite à une réponse de l'Office de Tourisme.

LEGENDE
GOOGLE MY BUSINESS
TRIPADVISOR
commentaire

		Nombre d'étoiles									
		1	2	3	4	5					
TOTAL (nb)	168	2	8	8	43	107					
en %		1,19%	4,76%	4,76%	25,59%	63,69%					
NE PAS ECRIRE AU DESSUS DE CETTE LIGNE											
Agence	Avis déposé le	1	2	3	4	5	Nom	Avis	Réponse proposée	Modification demandée par Isa avant publication	Date de publication
Labenne						1	Pascal Martel	On accueil très sympathiqu			
Capbreton						1	Isabelle callulier	Pas de commentaire	Pas de réponse		
Capbreton						1	Rolande Lionnet	Pas de commentaire	Pas de réponse		
Capbreton				1			Edith	Bel endroit mais pas			
Capbreton						1	Sandrine Iaconelli	Personne accueillante m et charmante			
Capbreton						1	Dragan				
Capbreton						1	Julien Bourez	Très bon accueil même au téléphone			

Une fois par an, nous faisons un bilan de l'écoute. L'analyse est envoyée à notre chargée de mission Qualité départementale.

Détail synthèse 2021 Ecoute client (annexe)

ORIGINE

4. Origine

Plus de détails | Insights

Touriste	32
Résident	4
Prestataire	2

NATURE

5. Nature du retour client

Plus de détails

Suggestion (le client propose ...	0
Remarque (constat négatif ou ...	35
Réclamation (Attention, le clie...	3

ECOUTE CLIENTS - SYNTHESE 2021

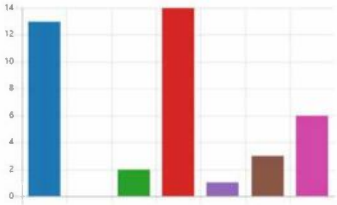
04/01/2022

RETOURS PAR AGENCES

1. Agences

Plus de détails | Insights

Moliets-et-Maâ	13
Messanges	0
Vieux-Boucau	2
Soustons	14
Saint-Vincent-de-Tyrosse	1
Capbreton	3
Labenne	6



SYNTHESE RESEAUX SOCIAUX

168 avis déposés

161 comptabilisés sur les google my business des agences

9 sur les pages Tripadvisor des agences (1 de moins qu'en 2020)

La majorité des avis concerne l'accueil dans les agences voire plus généralement la ville

Un seul avis concerne un prestataire (avis négatif : 1 étoile)

64 avis sur 127 n'ont pas de commentaires (50%)

150 avis entre 4 et 5 étoiles

18 avis de 1 à 3 étoiles.

4 avis avec commentaires (1 en 1 étoile et 3 en 2 étoiles) concernent l'accueil à l'agence de VB. 1 2* à Sts et un à Capbreton sans commentaires développés, Vu par Isabelle , Manager Pôle Accueil

BYE BYE 2021 ET AMELIORATION SUR 2022

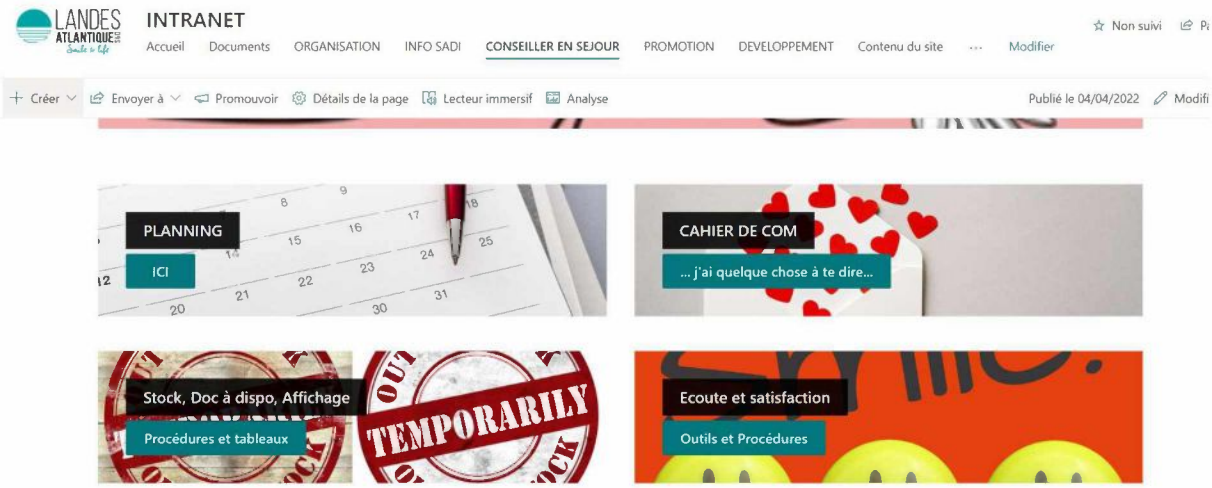
En ce qui concerne l'outil "Toujours à l'écoute

Constats sur 2021 : des efforts ont été faits dans l'utilisation mais il faut encore en fournir

Attention à porter sur le remplissage et le suivi des dossiers

Avoir mis un quizz en place a sûrement aidé à appréhender l'utilisation des outils de l'Ecoute Client. Mélgré tout, il faudra faire des rappels

Les résultats sont consultables par l'ensemble du personnel par le biais de notre intranet



Afin de respecter notre engagement d'amélioration continue, des quizz internes permettant de faire connaître ou redécouvrir les outils disponibles à l'accueil avec bilan réponses

BILAN 4 - PAN PAN Q QUIZZ
Ecoute Client (annexe)

CHAPITRE VI

L'Office de tourisme est à l'écoute du client et engagé dans une démarche promouvant la qualité et le progrès

13. L'office de tourisme est certifié ou labellisé ou détenteur d'une marque sur la base d'un référentiel national ou international relatif à la qualité de service se caractérisant par un dispositif de reconnaissance par une tierce partie

Précision : l'office de tourisme doit être détenteur d'une certification ou d'une marque relative à la qualité de service validée par un tiers. Les principales certifications accessibles aux offices de tourisme sont la marque d'État « Qualité Tourisme », la certification « NF service » de l'AFNOR ou encore la certification « ISO 9001 ».
Le droit d'usage de la marque « Qualité Tourisme » nécessite en principe un classement préalable de la structure. Aussi, un office de tourisme souhaitant se classer directement en catégorie I peut se voir octroyer l'usage de la marque sous réserve d'obtenir son classement dans les 6 mois. Ce droit d'usage temporaire permet de valider ce critère.

Pièces à fournir :
- Nom du référentiel ou de la norme national(e) ou international(e) ;
- Nom de l'organisme d'évaluation ou de certification ;
- Document prouvant la certification, la labellisation, ou la détention de marque requise (certificat ou label ou marque de qualité de service).

Depuis sa création, L'Office de tourisme Landes Atlantique Sud est engagé dans une démarche d'amélioration continue. Pour répondre à cet objectif, l'Office de Tourisme a souhaité valoriser ces engagements en candidatant à la marque Qualité Tourisme™.
Le cabinet d'audit William Terry Conseil a validé l'obtention de la marque en décembre 2018.

Le délai de validité de la marque étant passé à 5 ans, la Direction Générale des Entreprises a enclenché une visite de contrôle au bout de 3 ans principalement sur les critères accueil de la Marque Qualité Tourisme afin que les Offices de Tourisme maintienne un niveau satisfaisant pendant 5 ans.
Le cabinet d'audit EVOLUTION TOURISME a validé cette obtention en octobre 2021.

Il faut noter que l'Office de Tourisme est accompagné tout au long de l'année par Landes Attractivité avec une personne dédiée qui transmet les nouveautés, assure un suivi régulier.

L'Office de Tourisme Landes Atlantique Sud devra candidater en 2023 sur l'ensemble des critères du référentiel QUALITE TOURISME™.

En annexe : NOTIFICATION DU DROIT D'USAGE DE LA MARQUE QUALITE TOURISME™

CHAPITRE VI

L'office de tourisme est accessible et accueillant

14. L'office de tourisme dispose de comptes sur les réseaux sociaux et y intervient pour valoriser la destination et répondre aux questions et avis publiés.

Précision : l'office de tourisme doit disposer de comptes sur les réseaux sociaux afin de toucher le public le plus large possible. Le dossier de classement précise les réseaux sociaux utilisés ainsi que la fréquence ou la volumétrie des interventions.

Pièces à fournir :

- Réseaux sociaux utilisés ;
- Fréquence/volumétrie des interventions ;
- Captures d'écran de réponse de l'office de tourisme sur les avis publiés.

L'Office de tourisme est présent sur les réseaux sociaux Facebook, Instagram avec les comptes @landesatlantiquesud

https://www.facebook.com/landesatlantiquesud
https://www.instagram.com/landesatlantiquesud/

Fréquence de publication sur les réseaux sociaux et chiffres clés :
Le rythme de publication est fixé à **3 prises de parole par semaine** (posts). A cela viennent s'ajouter des publications ponctuelles, selon l'actualité (story, réels, lives).

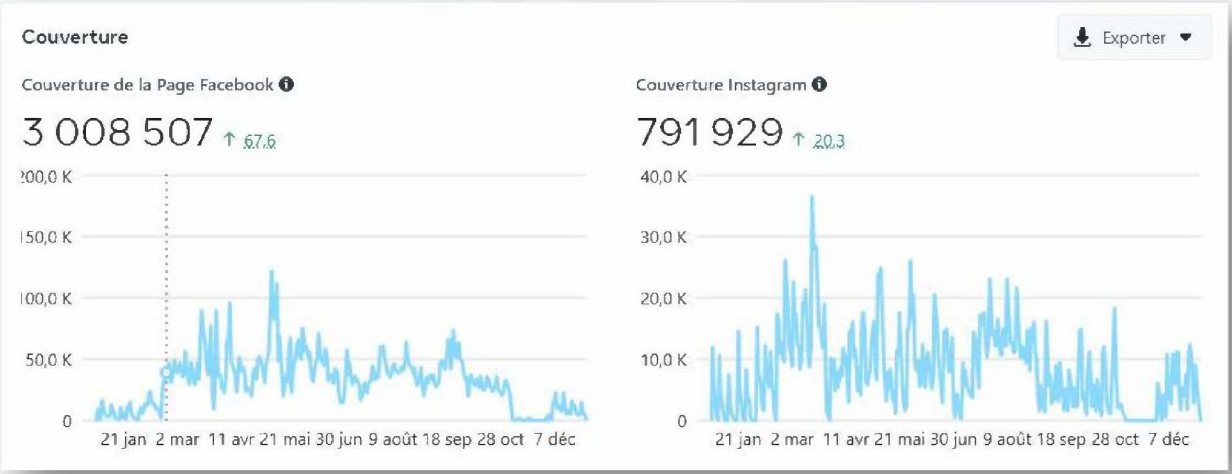
FACEBOOK : lundi (publication inspiration) / Mercredi (focus partenaire ou événement) / Vendredi (suggestion balade/découverte). Horaire de publication : fin de matinée 11h30-12h

Chiffres clés Facebook 2021
Mentions j'aime de la page Facebook : 33622
2 723 nouvelles mentions j'aime
Couverture de la page Facebook: 3 008 507 personnes

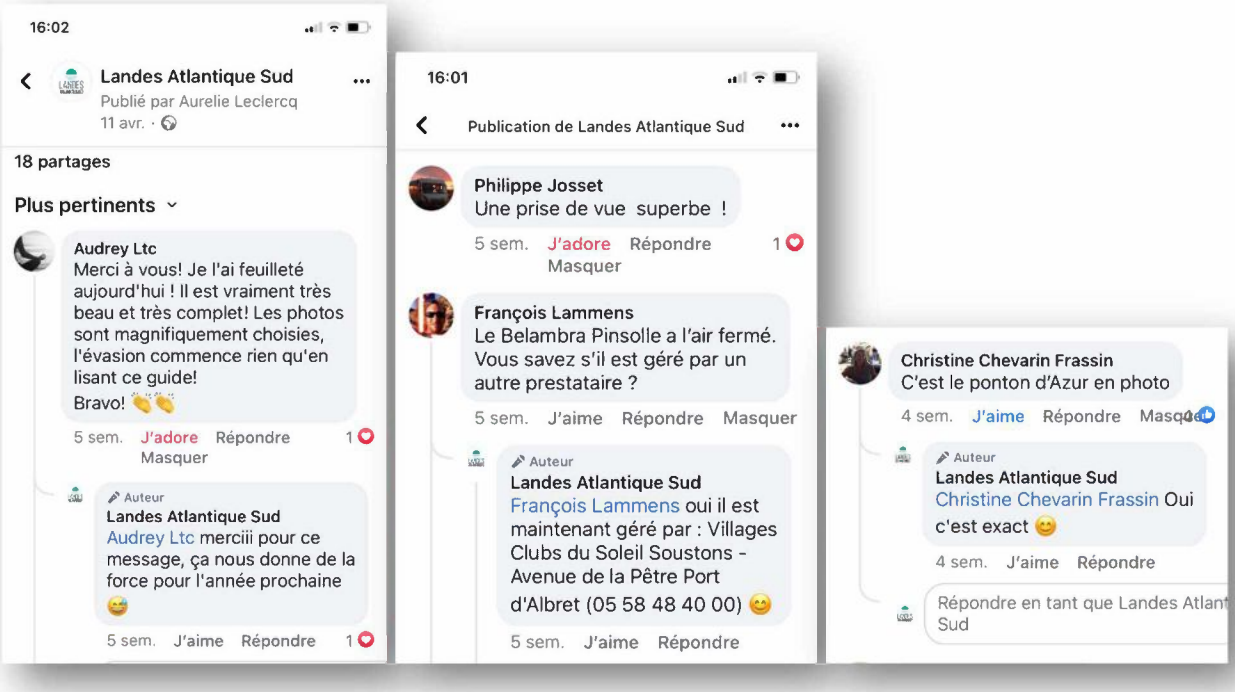
INSTAGRAM : Contenu inspiration (valorisation destination) et réels (actualité, focus partenaires).
Horaire de publication : le soir, après 18h

Chiffres clés Instagram 2021
Abonnés Instagram : 18 742
Nouveaux abonnés : 1 569
Couverture Instagram 2021 : 791 929 personnes

Couverture réseaux sociaux (2021)



Capture d'écran de réponse aux commentaires sur les réseaux :



Exemple de performance des contenus (2021)

Contenu — Publications et Stories — Exporter

Contenu récent	Type		Couverture	Mentions J'aime et réacti	Clics sur des sticke
L'Amazonie Landaise, ce joyau de l... 10 mai 2021	Publica	Booster la...	294 379	10 931	--
La plage de Messanges en mode p... 19 mar 2021	Publica	Booster la...	174 485	5 577	--
La plage de Vieux-Boucau à la gold... 14 mai 2021	Publica	Booster la...	172 432	5 721	--
La plage de Soustons, le Lac Marin ... 26 mar 2021	Publica	Booster la...	146 757	4 857	--
La plage de Santocha à Capbreton ... 9 avr 2021	Publica	Booster la...	146 746	3 641	--
C'est le début des vacances pour c... 5 juil 2021	Publica	Booster la...	133 865	2 655	--
La plage des Sablères à Vieux-Bouc			131 375	3 761	--

Booster la publication

Préparez les maillots de bain & les tongs... 🏖️ 📢 Vieux-Boucau est l'une des ...
31 mars 2022 à 11:16
ID : 5657140454314653

Interactions
2 593 réactions — 394 commentaires — 471 partages

Performances

Couverture
Total
134 298 Pire Meilleure
Cette publication a touché plus de personnes que 100 % de vos 50 publications et stories Facebook les plus récentes.

Couverture	134 298

Réactions, commentaires et p...
Total
3 458 Pire Meilleure
Cette publication a enregistré plus de réactions, de commentaires et de partages que 100 % de vos 50 publications et stories Facebook les plus récentes.

Réactions	2 593
Commentaires	394
Partages	471

Résultats
Total
3 591 Pire Meilleure
Cette publication a reçu plus de clics sur des liens que 98 % de vos 50 publications et stories Facebook les plus récentes.

Clics sur le lien	3 591

CHAPITRE VII

L'office de tourisme est accessible et accueillant

16. L'office de tourisme emploie un directeur justifiant d'une aptitude professionnelle appropriée, titulaire d'une formation de niveau 6 ou d'une expérience professionnelle dans un poste similaire, et des collaborateurs permanents représentant au moins 5 équivalents temps plein travaillé.

Précision : le dossier de classement indique le nombre d'équivalents temps plein travaillé (ETPT) employé de manière permanente par l'office de tourisme. Les emplois saisonniers ne sont donc pas comptabilisés pour le respect de ce critère, mais le poste de direction doit en revanche être comptabilisé. Un organigramme ou un tableau précisant la quotité de travail des agents de chaque cellule permet de contrôler ce critère.

L'aptitude professionnelle du directeur est vérifiée sur la base d'un CV, le niveau 6 correspondant à un diplôme BAC +3 ou +4. Un poste similaire est un poste d'encadrement dans une structure proposant un service d'accueil du public, avec des effectifs équivalents et d'une durée suffisante (environ 3 ans).

Pièces à fournir :
- Organigramme ou tableau précisant la quotité de travail des agents de chaque cellule ;
- Curriculum Vitae ou diplômes du directeur de l'office de tourisme ;
- Validation des Acquis et de l'Expérience (VAE) du directeur de l'office de tourisme ;

Fiches de poste des salariés travaillant à l'année.

Nom des salariés	Fonction	Temps d'occupation (temps complet ou partiel)	Conditions (répartition du temps passé aux différentes fonctions)

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

Nom des salariés	Fonction	Temps d'Occupation	Conditions (répartition du temps / mission)			
			Management / Gestion	Accueil / Information	Promotion	Commercial
Denis Dupouy	Directeur	temps plein	50%	5%	25%	20%
Karine Barrere	Responsable Administratif Financier	temps plein	90%	10%		
Hélène Rigal	Responsable Commercial	temps plein	25%	15%	0%	60%
Isabelle Burosse	Responsable Accueil	temps plein	25%	55%	20%	0%
Sabrina Helleux	Responsable Promotion	temps partiel	25%	15%	50%	10%
Fanny Lesca	Conseillère en séjour	temps plein		70%	15%	15%
Christine Biben	Conseillère en séjour	temps plein		50%	40%	10%
Cathy Miremont	Conseillère en séjour	temps plein		60%	20%	20%
Aurélie Leclerc	Chargée de contenus	temps plein		0%	90%	10%
Marta Lamaison	Conseillère en séjour	temps plein		70%	0%	30%
Sandrine Caplanne	Conseillère en séjour	temps plein		65%	0%	35%
Marie Gabouleaud Meurvier	Conseillère en séjour	temps plein		80%	0%	20%
Régine Dicharry	Chargée de mission	temps plein		45%	20%	35%
Laure Maisonnat	Chargée de mission	temps plein		50%	15%	35%
Laurent Goubert	Chargée de mission	temps plein		30%	25%	45%
Maïlis Danguy des Déserts	Conseillère en séjour	temps plein		70%	0%	30%
Anne Sophie Auzou	Chargée de mission	temps partiel		30%	20%	50%

L'organisation interne de l'Office de Tourisme telle que présentée dans l'organigramme joint subit régulièrement de légers ajustements et aménagements pour répondre au mieux aux contraintes de fonctionnement de la structure (la crise COVID de ces deux dernières années nous a obligé à faire preuve d'adaptabilité et d'agilité).

Cette organisation des Ressources Humaines repose sur la complémentarité entre les notions de Postes et de Rôle.

Ainsi, dans nos missions au quotidien, le fonctionnement s'articule autour de niveau de fonctions (en dehors de la direction) :

- Des responsables de services qui ont un rôle managérial prépondérant : leur mission est d'animer les équipes et rendre compte des projets menés dans le cadre de leur pôle de responsabilité.
- Des collaborateurs (conseillers en séjours, chargés de missions, etc.) qui ont une contribution opérationnelle sur les projets et services développés par l'Office de Tourisme.

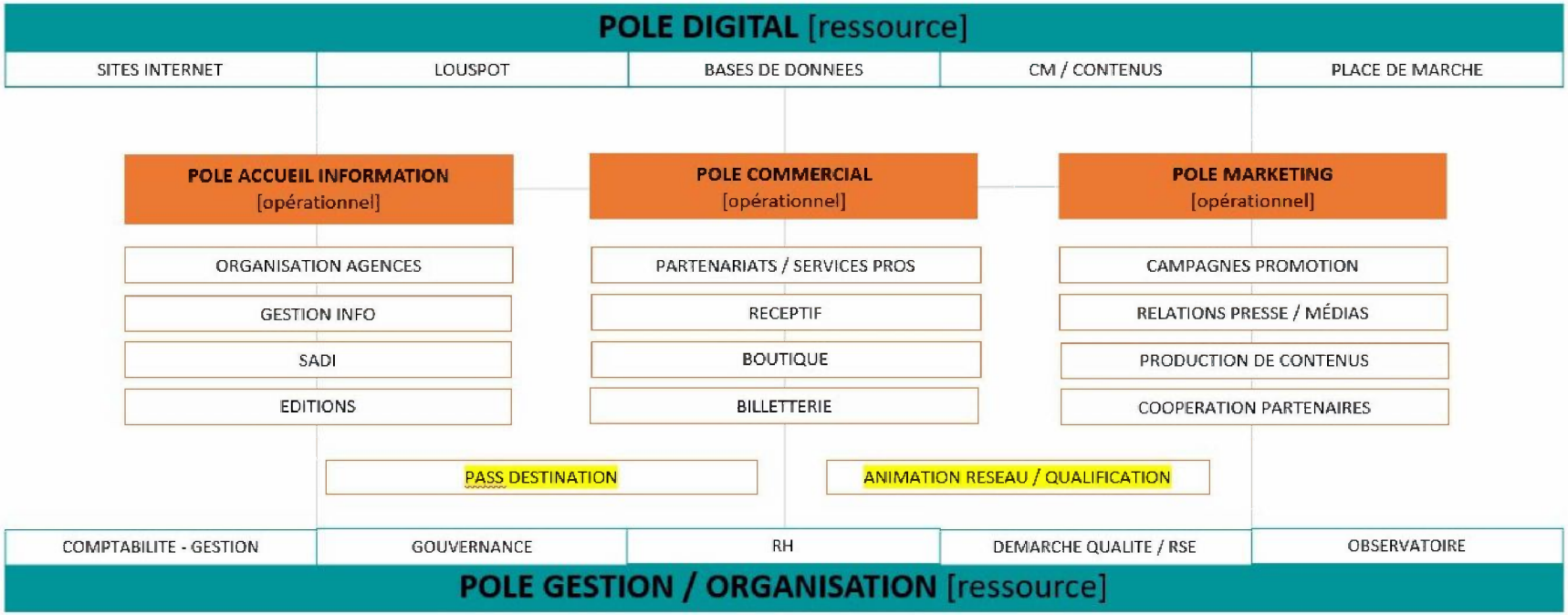
Chacun des collaborateurs est aussi amené à voir son rôle varier dans le cadre de ces projets et opérations. La distinction se faisant entre un rôle de Pilote, chargé d'assurer le suivi et reporting de l'opération en question, ou un rôle de contributeur.
A noter : ponctuellement, il peut arriver qu'un responsable de services ou le directeur puisse être associé à une opération en tant que collaborateur, sous le pilotage d'un autre salarié de l'Office de Tourisme.
Chaque projet étant régulièrement mené par un binôme de pilotage et une équipe de collaborateurs (équipe à taille variable).

Il est donc à retenir qu'en complément des statuts et fonctions représentés dans le schéma Organigramme et traduit par les fiches de postes, le fonctionnement privilégié en « Mode Projet » permet une responsabilisation partagée à l'ensemble de l'équipe et des temps de coopérations multipliés.

En annexe : organigramme de la structure ; fiche de poste, CV du directeur.

LANDES ATLANTIQUE SUD
OFFICE DE TOURISME

ORGANISATION POLES DE SERVICES



Avenue Georges Pompidou 40130 CAPBRETON - 05 58 72 12 11
N°SIRET 82428508400052 - Code APE 7990Z
www.landesatlantiquesud.com - contact@landesatlantiquesud.com

CHAPITRE VIII

L'office de tourisme est accessible et accueillant

17. L'office de tourisme tient à jour un tableau de bord de la fréquentation touristique locale, notamment du nombre de visiteurs accueillis à l'office de tourisme, la fréquentation du site internet, et dans la mesure du possible la nature et la durée des séjours, la fréquentation des hébergements touristiques, des sites touristiques, de sa zone géographique d'intervention.

Précision : l'office de tourisme doit assurer une mesure statistique des principaux indicateurs du tourisme local, à commencer par la fréquentation de ses bureaux d'information et de son site internet et des sites touristiques dans sa zone de compétence. Le dossier de classement décrit quels sont les outils et partenariats mis en place dans ce cadre.

Pièces à fournir :

- Note expliquant comment sont recueillies les données de fréquentation de l'office de tourisme (préciser le mode de comptage) et du site internet ;
- Note du CDT sur l'organisation de l'observation de la fréquentation des hébergements touristiques de la zone géographique d'intervention (ci-dessous) ;
- Tableaux de bord des données de fréquentation de l'office de tourisme, de son site internet, nature et durée des séjours, fréquentation des hébergements et sites touristiques.

L'Office de Tourisme dispose de différentes données statistiques à disposition pour des analyses différentes :

Des données accueil :
Pour la fréquentation de l'Office de Tourisme, un tableau de bord est accessible depuis l'intranet sur la page de chaque agence.
Le conseiller en séjour doit compléter le nombre de visiteurs, d'appels téléphoniques ainsi que le personnel présent quotidiennement.
En fin d'année, la responsable accueil peut établir un bilan de ces données. Celles-ci permettent d'adapter si besoin les ouvertures des agences, les renforts saisonniers.

Un système de compteurs, uniforme dans toutes les structures est à l'étude.

Des données digitales :
Les visites sur le site internet sont comptabilisées grâce à l'outil statistique Google Analytics (enregistre le nombre de visites, de visiteurs unique…). Les données de fréquentation du site internet sont ensuite enregistrées dans le tableau de bord.
Des campagnes promotionnelles digitales sont engagées et un reporting est effectué afin de mesurer la pertinence de celles-ci

Des données de fréquentation des hébergements :

1. Des enquêtes en partenariat avec Landes Attractivité et le Comité Régional Nouvelle Aquitaine

Une enquête de conjoncture coordonnée est envoyée par e-mailing à nos partenaires chaque fin de mois - d'avril à octobre plus les vacances de fin d'année – afin de récolter les données de fréquentation (remplissage, clientèles, comparaison N-1, tendances sur les mois à venir…).
Landes Attractivité communique à l'OTI les synthèses des réponses de son territoire à travers l'outil Sphinx.
L'Office de Tourisme élabore une note de synthèse et peut ainsi restituer des informations importantes via la newsletter mensuelle à tous ses partenaires.

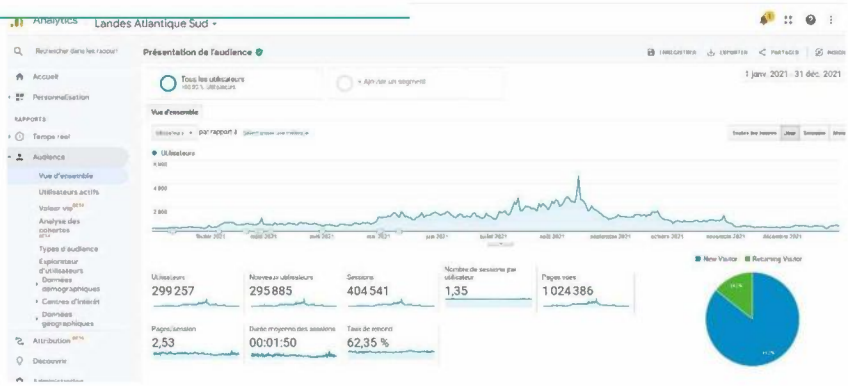
2. Des données en interne

En période de forte affluence (we prolongés, saison estivale), l'Office de Tourisme questionne ses hébergeurs partenaires sur leurs disponibilités. Un tableau de bord sur notre destination est accessible depuis l'intranet de l'Office de Toursime. Cela permet aux conseillers en séjour de répondre au mieux aux clients de dernière minute.

Des données de fréquentation des sites touristiques

Une enquête se déroule sur deux temps - fin septembre et fin décembre - pour récolter la fréquentation réelle ou estimée des sites touristiques majeurs partenaires de notre territoire sur l'année écoulée.
Ces données sont partagées sur un tableau à destination de Landes Attractivité pour alimenter les chiffres du département.

Exemples de tableaux de bords et données statistiques



Modèle tableau de bord statistique accueil

MODELE TABLEAU DES DONNEES ACCUEIL
2022

AGENCE	TYROSSE					LABENNE				
DATE										
	FREQUENTATIO	TEL	MAILS	NBRE DE CS	COMMENTAIRES	REQUENTATIO	TEL	MAILS	NBRE DE CS	COMMENTAIRES
1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										

Capture tableau de bord interne des disponibilités

Smile to life
LANDES ATLANTIQUE SUD

DISPONIBILITES HEBERGEMENTS

DATE DE MAJ le 27/05/2022	mai					
HOTELS	26/05	27/05	28/05	29/05	30/05	31/05
Baya Hôtel & Spa *** 85 av Mal de Lattre de Tassigny 05 58 41 80 00		complet	complet			
Hotel Océan *** 85 av Georges Pompidou 05 58 72 10 22	1 CHAMBRE 90 EUROS	complet	complet			
Hôtel du Cap ** 29 av Georges Pompidou 05 58 72 13 47	1 chambre	complet	complet			

Labenne | Capbreton | Tyrosse | Soustons | Vx Boucau | Messanges | Moliets | Dispo des VV et résidences vaca | Meublés

Exemple de formulaire en collaboration avec Landes Attractivité :

https://www.sphinxonline.com/surveyserver/s/LANDES_ATTRACTIVITE/Barometreactivitemai2022/LAS.htm

Landes Attractivité

ACTIVITE TOURISTIQUE: bilan du mois de mai et tendances pour la saison

Catégorie d'établissement

○ Hôtel ○ Camping ○ Meublé de tourisme ○ Chambre d'hôtes ○ Activité de loisirs ○ Site de visite ○ Restaurant

FREQUENTATION du mois de mai

Quel est votre niveau de satisfaction pour le mois de mai?

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt pas satisfait	Pas satisfait	Pas concerné
Clientèle globale	○	○	○	○	○
Clientèle française	○	○	○	○	○
Clientèle étrangère	○	○	○	○	○

Plus précisément, quel est votre niveau de satisfaction pour les périodes suivantes

	Très sa
1ère semaine de mai (fin des vacances de Printemps)	○
Week-end de l'Ascension	○

Fréquentation mensuelle des sites touristiques

LANDES ATLANTIQUE SUD

NOM DE LA STRUCTURE :

PERIODE D'OUVERTURE :

VOTRE FREQUENTATION :

Mois	Nombre d'entrées
Janvier	×
Février	×
Mars	×
Avril	×
Mai	×
Juin	×
Juillet	
Août	
Septembre	
Octobre	
Novembre	
Décembre	×
Total Année 2021	×

LA FREQUENTATION DE VOTRE SITE EST-ELLE :

☐ Réelle (comptage des entrées)

☐ Estimée (pas de comptage des entrées)

Dans le cadre de sa politique de communication et de promotion, l'office de tourisme Landes Atlantique Sud ou le Comité Départemental du Tourisme des Landes sont susceptibles de communiquer la fréquentation cumulée annuelle et son évolution pour les sites touristiques observés.

Merci de bien vouloir répondre en rayant la mention inutile :

J'accepte la diffusion de mes données de fréquentation : oui ..... non

Par défaut il sera considéré que vous acceptez la diffusion de vos données de fréquentation.

En annexe : note partenariat conjoncture Landes Attractivité ; bilan de fréquentation campings, note de conjoncture sur les chiffres clés Landes, bilan fréquentation OT, tableau de bord chiffres site internet, bilan retour sites touristiques.

CHAPITRE VIII

L'office de tourisme est accessible et accueillant

18. L'office de tourisme met en place un observatoire sur la satisfaction client à l'échelle de sa destination et une gestion de la relation client.

Précision : l'office de tourisme doit étendre son suivi statistique (quantitatif et qualitatif) à la satisfaction client en lien avec les différents partenaires dans sa zone de compétence.
La gestion de la relation client est interne à l'office de tourisme.

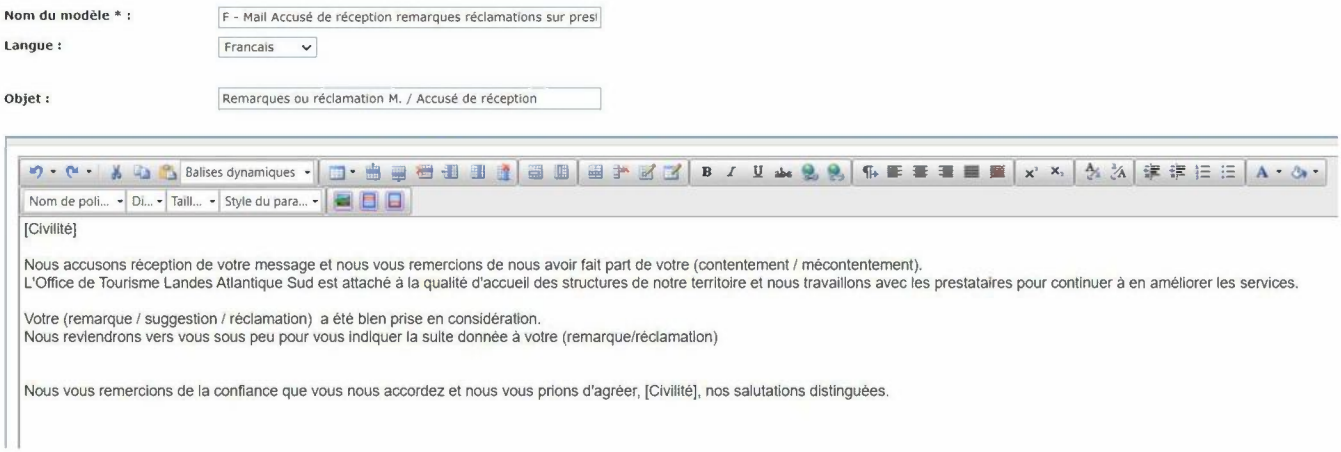
Pièces à fournir :
-Note présentant :
- le dispositif mis en place par l'office de tourisme pour le traitement des réclamations (nature du support de recueil des avis des clients, méthode de recueil des avis, leur fréquence)
- le dispositif de l'étude de satisfaction (méthode d'analyse des avis et les suites qui y sont données)
- la gestion de la relation client

- Questionnaire de satisfaction remis aux clients ;
- Résultats des enquêtes de satisfaction des clients ;
- Tout document informatif (charte d'accueil, intéressement des agents de l'office etc.).

L'Office de Tourisme met en place un recueil statistique **(voir Chapitre VIII Point 17)** ainsi qu'un observatoire sur la satisfaction client **(voir Chapitre VII Point 12).**

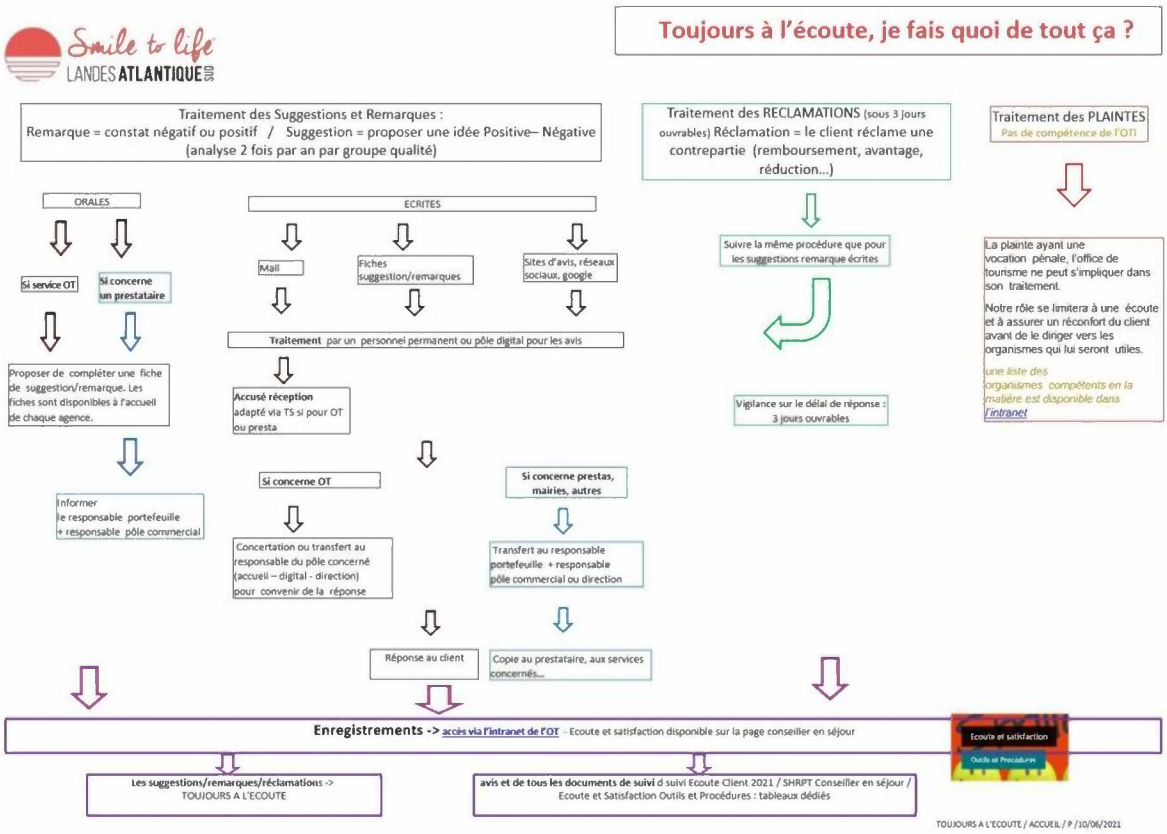
Nos partenaires touristiques sont impliqués dans notre observatoire de satisfaction client. Nous les intégrons au traitement des suggestions, remarques et réclamations en leur relayant les retours positifs ou négatifs reçus en agence.

Les réponses à la clientèle concernant des remarques prestataires se font par le biais de Tourinsoft. Un modèle préétabli et modifiable permet de répondre dans les délais de traitement impartis par la Marque Qualité Tourisme :



Les suivis des dossiers sont centralisés dans un dossier en date de l'année.

POUR RAPPEL. Voici la procédure de traitement des suggestions, remarques et réclamations avec protocole concernant les prestataires.



A partir de juin 2022, notre partenaire Weebnb (qui propose des sites internet aux 450 propriétaires de meublés de tourisme adhérents à l'OTI) va mettre en place un questionnaire de satisfaction que diffuseront les loueurs à leur clientèle.
Les 4 ou 5 premières questions seront choisies en collaboration avec l'Oti puisqu'elles concerneront la Destination Landes Atlantique Sud.
Nous pourrons donc bénéficier de ces retours complémentaires fin 2022.