Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026



MARQUE LANDES TERRE DES POSSIBLES

RAPPORT D'ACTIVITE 2025 & PLAN D'ACTION 2026

LANDES Terre des possibles

CHAMBRE D'AGRICULTURE LANDES

CCI LANDES DES HOMMES ET DES FEMMES POUR ENTREPRENDRE

Chambre de Métiers et de l'Artisanat NOUVELLE-AQUITAINE LANDES

LES 18 INTERCOMMUNALITES LANDAISES

Département des Landes

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

LANDES Attractivité

Sommaire

01 - Missions - Ambitions - Stratégie

02 - Réalisations 2025 et plan d'action 2026

03 - Budget 2025/2026

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

LANDES Attractivité

Une mission d'attractivité globale et transversale



Naissance : le 4 février 2022 à Mont de Marsan
sous l'impulsion du Conseil Départemental
et par une extension des missions du CDT

Fondateur :
Le Conseil Départemental

Partenaires co-financeurs :
Chambres Consulaires
Communautés de Commune et d'Agglomération



Missions :

- Poursuivre les missions de développement touristique du CDT
- Gérer la marque Landes Terre des Possibles
- Développer l'attractivité économique et résidentielle des Landes

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

LANDES
Attractivité

Une mission d'attractivité globale et transversale



Positionnement de l'Agence :

- **Etre un facilitateur** qui met en relation privé/public, qui crée les conditions favorables au développement des Landes, de ses acteurs et à l'action collective,
- **Etre une porte d'entrée** qui capte les porteurs de projet, les talents et les informe sur les interlocuteurs à même de les accompagner,
- **Etre un centre de ressources** qui rassemble la data utile à la compréhension des dynamiques territoriales et au développement des projets qu'ils soient publics ou privés,
- **Etre le metteur en scène** et **le booster** de l'image des Landes.

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

Une **ambition**

Développer l'attractivité des Landes dans une approche qualitative, durable & inclusive



Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

4 AXES STRATÉGIQUES

Landes
Terre des possibles

Principaux enjeux

CONSTRUIRE ET SOUTENIR L'ATTRACTIVITÉ

- Maintenir les entreprises implantées sur le territoire,
- Attirer de nouvelles entreprises,
- Attirer les compétences et les talents en lien avec nos besoins

PROMOUVOIR LES LANDES

- Faire préférer les landes pour le choix d'un travail, d'un lieu d'implantation d'entreprise ou encore de villégiature,
- Valoriser les entreprises et les produits landais,
- Faciliter l'accès à l'information sur les Landes.

CRÉER DU LIEN ET DE LA VALEUR

- Faire se rencontrer les acteurs pour développer les partenariats et générer de nouvelles initiatives.
- Partager nos expériences, mutualiser et agréger nos actions pour aller plus loin et plus vite,

COMPRENDRE ET SE PROJETER

- Mieux comprendre notre environnement et ses dynamiques pour mieux piloter nos stratégies,
- Disposer de données enrichies pour pousser la digitalisation du territoire et créer les services à valeur ajoutée de demain.

Publié en ligne le 13/07/2026
Reçu en préfecture le 13-07-2026

Landes
Terre des possibles

REALISATIONS 2025
&
PLAN D'ACTION 2026

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

Landes
Terre des possibles

AXE 1

CONSTRUIRE & SOUTENIR L'ATTRACTIVITÉ

LANDES
Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

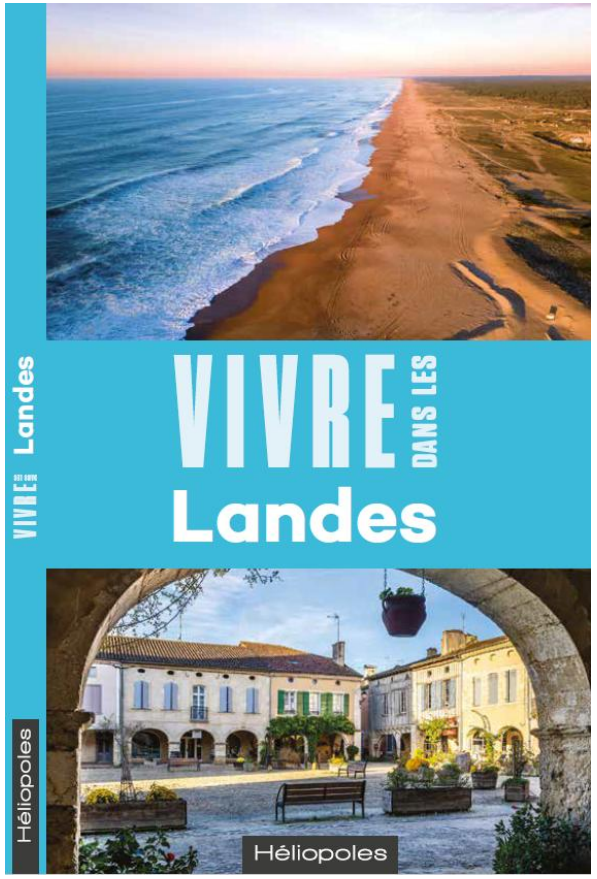
ACTIONS

2025/26

FACILITER L'INSTALLATION ET L'INTÉGRATION DES NOUVEAUX HABITANTS

DIFFUSION DU GUIDE « VIVRE DANS LES LANDES »

SORTIE EN AVRIL 2025



OBJECTIFS

- Faciliter l'installation des nouveaux habitants,
- Leur donner les codes & valeurs du territoire,
- Proposer aux Collectivités et aux Entreprises un **outil d'accueil et de bienvenue** pour leurs nouveaux habitants et collaborateurs.

DIFFUSION

- Diffusion aux nouveaux arrivants par La Poste pendant 2 ans
- Vente en librairie au niveau national

1900 GUIDES DIFFUSES EN 2025

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2026

MAINTENIR LES ENTREPRISES SUR LE TERRITOIRE

CONTRIBUER À LA TRANSMISSION DES ENTREPRISES



Reportage sur la transmission Artiga réalisé en 2025

Réalisations prévues en 2026

- Valoriser la transmission agricole en réalisant des vidéos sur des exploitations agricoles à céder
- Reportages sur des transmissions d'entreprises réussies

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2026

MAINTENIR LES JEUNES LANDAIS SUR LE TERRITOIRE

FACILITER LES RECRUTEMENTS DES ENTREPRISES

LANCEMENT DE « FORMATIONS-LANDES.COM »

- Réalisation d'un annuaire exhaustif des formations professionnelles et post-bac
- Développement d'un espace dédié sur le site vivredansleslandes.com avec moteur de recherche par filière, par métier, par niveau de formation, par lieu,



LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026
Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025/26

FACILITER LE RECRUTEMENT ET LA FIDÉLISATION DES SALARIÉS

LE PARCOURS « MARQUE EMPLOYEUR »

EN 2025

Réalisation **d'un nouveau module autour du thème de la « solitude du dirigeant »** proposé en mars 2025 à toutes les entreprises ayant déjà réalisé le parcours

11 ENTREPRISES ACCOMPAGNÉES depuis le lancement du programme

BAYA HOTEL & SPA

LES THERMES SAUBUSSE

GROUPE BERNADET

Roy Travaux

CAFÉS LE BONIFIEUR DEPUIS 1924

ARMAGNAC Darroze ARTISAN D'EXCELLENCE

GROUPE aqualande

1929 AGGLOLUX LIEGE

Groupe TSMP Fabricant

METAL CONCEPT BUREAU D'ÉTUDES CHAUDRONNERIE MÉTALLERIE

Adishatz®

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2026

PARCOURS « MARQUE EMPLOYEUR »

FACILITER LE RECRUTEMENT ET LA FIDÉLISATION DES SALARIÉS

EN 2026

Lancement de la session#3

- Démarrage du cursus le 20 janvier 2026

6 partenaires engagés :

- Ateliers Nectoux
- Thermes By cœur thermal
- Atlantic Landes
- Office de tourisme d'Hossegor
- Golf de Moliets
- Golf de Seignosse

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026
Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025

FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT D'UN TERRITOIRE INCLUSIF ET DURABLE

PLAN D'ACTION RSE/RSO (Responsabilité **S**ociétale des **E**ntreprises et des **O**rganisations)



Objectif

Renforcer le déploiement des démarches durables et de la Responsabilité Sociétale dans les Entreprises et les Organisations

Réalisations 2025

- Accompagnement de 10 entreprises et institutions en pré-diagnostic :
Artiga, Ateliers NECTOUX, Café Le Bonifieur, Château GARREAU, Diblue, Domolandes, La Villa SEREN, Les Thermes de SAUBUSSE, Pulséo, Roy Travaux.

- Enquête d'intérêt auprès de 26 entreprises de la marque

LANDES Attractivité

Landes Attractivité est certifiée ISO 9001 et engagée dans une démarche RSE.
L'agence peut vous conseiller sur vos démarches qualité.

Reçu en préfecture le 13-07-2026
Publié en ligne le 13/07/2026

ACTIONS

2026

FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT D'UN TERRITOIRE INCLUSIF ET DURABLE

PLAN D'ACTION RSE/RSO (Responsabilité **S**ociétale des **E**ntreprises et des **O**rganisations)



Objectif

Renforcer le déploiement des démarches durables et de la Responsabilité Sociétale dans les Entreprises et les Organisations

Action 2026

- Proposition de l'accompagnement aux entreprises partenaires de la marque "Landes, Terre des possibleS"
- Poursuite de l'animation territoriale : pré-diagnostics [10 à 15 structures attendues]
- Accompagnement des acteurs institutionnels (EPCI et Offices de tourisme) dans leurs démarches internes : 3 offices de tourisme et 1 PETR
- Mise en réseau des acteurs : 2 rencontres annuelles

LANDES Attractivité

Landes Attractivité est certifiée ISO 9001 et engagée dans une démarche RSE.
L'agence peut vous conseiller sur vos démarches qualité.

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

AXE 2 PROMOUVOIR LES LANDES

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025

FAIRE PRÉFÉRER LES LANDES ET FACILITER L'ACCÈS À L'INFORMATION

SITE WEB ATTRACTIVITÉ : vivredansleslandes.com

Chiffres clefs 2025

- **26 783 connexions** en 2025 et 17 561 utilisateurs
- **Un site qui gagne en notoriété** avec en moyenne 2 231 **sessions/mois** - contre 1 452 sessions/ mois en 2024.
- **3mn42** de durée de session et **69,98%** de taux d'engagement
- Pages les **plus consultées** :

  1) Accueil 2) Offres d'emploi 3) Se loger 4) Reprendre une entreprise 5) Découvrir les Landes
- Des internautes venant de **Paris / Bordeaux / MDM / Toulouse**
- **Campagnes Search et Display** menées sur 2025 :
  Les campagnes Google Ads ont généré **plus de 6 200 clics** et **3 900 actions-clés**, apportant un trafic de très haute qualité avec un taux de conversion jusqu'à **70 %** en search et représentant **38 % des événements-clés du site.**

SUSCITER L'INTÉRÊT

Par la valorisation du territoire, de la qualité de vie, des entreprises, des initiatives remarquables

PROVOQUER LE DÉSIR

Par la promotion des territoires, la mise en lumière des réussites et des initiatives innovantes

INCITER À L'ACTION

Par une information engageante, concrète et inspirante

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026
Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025/26

FAIRE PRÉFÉRER LES LANDES ET FACILITER L'ACCÈS À L'INFORMATION

SITE WEB ATTRACTIVITÉ : vivredansleslandes.com

RÉALISATIONS 2025

- **Refonte des pages EPCI**, avec des contenus plus denses, plus fiables et plus riches
- Lancement des pages sur les **filières économiques**
- Démarrage de la **production de films sur la reprise** et la cession d'entreprises

NOUVEAUTÉS 2026

- Création d'un **espace dédié aux formations** professionnelles et supérieures dispensées dans les Landes
- **Tournage de deux vidéos** sur la vie étudiante dans les Landes
- **Réalisation de vidéos sur la cession et la reprise d'exploitations agricoles**, en partenariat avec la Chambre d'Agriculture

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS 2025/26

DEVELOPPEMENT DU LINKEDIN ATTRACTIVITÉ

LINKEDIN

Chiffres clefs 2025 :

- **3829 abonnés** fin 2025 (**2 669 abonnés** fin 2024)
- **70 publications**
- **68 000 personnes touchées**
- **122 000 impressions**
- Et 3M d'impressions en LinkedIn Ads en 2025

  ** Nombre de fois où nos contenus ont été vus*
- **Taux d'engagement moyen sur impressions :** 36%



IMAGE

Utiliser le social media pour booster l'image d'un territoire (et de ses entreprises) dynamique, porteur, innovant, où l'audace peut s'exprimer et donner vie à des projets. Donner vie à la promesse "Landes, Terre des possibles".







LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025

FAIRE PRÉFÉRER LES LANDES

COMMUNICATION ATTRACTIVITÉ : LES ACTIONS 2025

- Réalisation de deux vidéos de valorisation des Landes (à disposition des entreprises Partenaires de la Marque pour faciliter leur recrutement) et d'acquisition d'audience sur Linkedin

LE DYNAMISME DE L'ECONOMIE LANDAISE



LA QUALITE DE VIE DANS LES LANDES



- **Réalisation de 3 vidéos de mise en avant des entreprises** Partenaires de la Marque Landes **et d'acquisition d'audience** vers le compte LinkedIn Landes Terre des Possibles au travers de **courtes vidéos dynamiques** valorisant l'entreprise, son produit, la qualité du cadre de travail.

BOIS IMPRÉGNÉS



THERMES DE SAUBUSSE



EVOTECH



LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2026

FAIRE PRÉFÉRER LES LANDES

IMAGE & NOTORIETE ECONOMIQUE : LES ACTIONS 2026

- **Réalisation de trois vidéos de valorisation des filières économiques landaises** et campagne d'acquisition d'audience sur Linkedin

- **Réalisation de vidéos de mise en avant des entreprises** Partenaires de la Marque Landes

- Développement des contenus linkedin

LANDES
Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025

DEVELOPPER LA NOTORIETE ECONOMIQUE DES LANDES

RELATIONS PRESSE ATTRACTIVITE



1 RENFORCER NOTRE IMAGE ECONOMIQUE

Mettre les Landes dans la carte mentale des territoires dynamiques et à forte qualité de vie

Utiliser les relations presse comme un amplificateur des réussites de nos entreprises & de la qualité de vie de nos territoires. Nourrir et montrer la fierté d'appartenance.

2 SOUTENIR LA PERFORMANCE DE NOS ENTREPRISES

Contribuer à la valorisation des entreprises et des produits landais

Donner de la visibilité aux produits landais
Soutenir nos entreprises dans le recrutement de nouveaux collaborateurs (CDI, CDD, saisonniers)

3 ATTIRER DES PROJETS EN PHASE AVEC NOS VALEURS

Donner vie à la promesse "Landes, terre des possibles".

Valoriser la dynamique d'innovation, de créativité ainsi que le réseau fertile d'acteurs qui encouragent et accompagnent l'initiative économique

LANDES Attractivité

22

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025/26

DEVELOPPER LA NOTORIETE ECONOMIQUE DES LANDES

RELATIONS PRESSE ATTRACTIVITE



Actions 2025

- Développement des réseaux médias avec l'appui d'une agence de relations presse
- Réalisation du 2e dossier de presse « Vivre Les Landes: Dynamisme de l'économie et des territoires landais»
- Rebonds sur l'actualité
- Animations journalistiques pour les évènements organisés par les partenaires de la marque

RÉSULTATS 2025 EN CHIFFRES :

- **2** Voyage de presse
- **18** contenus diffusés
- **90** retombées
- **50** actions d'informations aux journalistes
- **204 672 049** d'audience cumulée

Actions 2026 :

- Développement des réseaux médias avec l'appui d'une agence de relations presse
- 1 communication anglée et ciblée / mois.
- 2 voyages de presse thématiques
- Développement des relations avec les partenaires de la marque Landes Terre des Possibles

LANDES
Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025

VALORISER LES ENTREPRISES ET LES PRODUITS

MISE EN VALEUR DES PRODUITS LANDAIS SUR UN ESPACE WEB DEDIE



jachetelandais.com

Un site pour favoriser l'achat de produits landais et soutenir nos entreprises, artisans et commerçants

Près de 300 professionnels sur la plateforme répartis en 9 catégories de produits :

- Produits gastronomiques hors boissons (foie gras, volailles, Chocolats & Douceurs, Saumon & Poissons, autres produits gourmands)
- Armagnac, Vins & Bières
- Artisanat & Céramique
- Cosmétique
- Bijoux & Horlogerie
- Décoration & Ameublement
- Mode & Accessoires
- Objets pour les loisirs
- Pour l'extérieur

Performance de l'espace web en 2025

- **112 541 sessions** (+94%) pour **77 084 utilisateurs** (+101%)
- **1mn10** en durée de visite
- Un **bon taux d'engagement** global : 60 %
- **249 337 pages vues** (+122%) au total
- Les plus consultées : **Sommaire / foie Gras/ Produits Gastronomiques Hors boissons**

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2026

VALORISER LES ENTREPRISES ET LES PRODUITS

MISE EN VALEUR DES PRODUITS LANDAIS SUR UN ESPACE WEB DEDIE

jachetelandais.com - ACTIONS 2026

1. Développer **le nombre d'entreprises et d'artisans** référencés

2. Poursuivre les opérations de promotion
   - **Campagnes Social Media** sur des temps forts
     | St Valentin, Fête des Mères, des Pères et Fêtes de fin d'année.
   - Renouveler la visibilité **au travers de la radio**
     | Réseau ICI (Landes et bassins voisins)
   - **Campagnes social média**

3. **Valoriser « J'achète Landais »** sur **l'ensemble des outils de l'agence** (Carte touristique, siteS web …)

Lancement d'une réflexion sur une version de jachetelandais à destination d'une cible professionnelle
Objectif : favoriser l'achat de produits/services landais entre acteurs privés et publics du territoire



LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

LANDES
Terre des possibles

AXE 3 CRÉER DU LIEN ET DE LA VALEUR

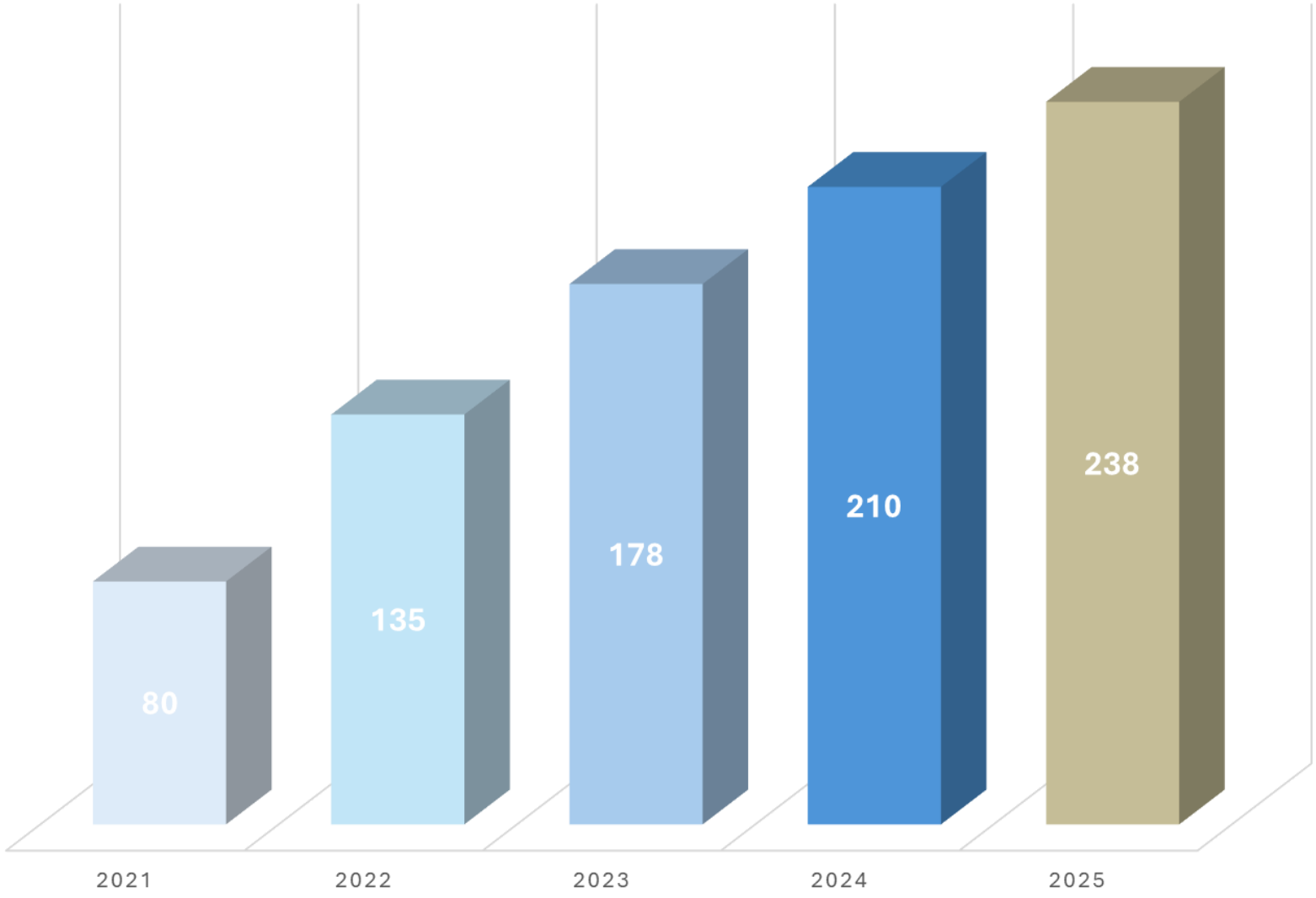
LANDES
Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026
Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025

DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU DES PARTENAIRES DE LA MARQUE



LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025

DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU DES PARTENAIRES DE LA MARQUE

LES PARTENAIRES AU 31/12/2025

- **196 entreprises**
  - ❑ 9 % Producteurs & éleveurs
  - ❑ 10 % Agro-alimentaire
  - ❑ 12 % Hébergement & Restauration
  - ❑ 3 % Thermalisme
  - ❑ 23 % Industrie / Aéronautique / Chimie
  - ❑ 8 % BTP
  - ❑ 5 % Filière Bois
  - ❑ 9 % Artisanat & Métiers d'Art
  - ❑ 15 % Sports & Culture
  - ❑ 6 % Autres
- **42 organismes publics**



LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025

DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU DES AMBASSADEURS DE LA MARQUE

Réalisation de films sur chacun des ambassadeurs

Stéphanie Barneix



Championne du monde
de sauvetage côtier

Jérome Daret



Sélectionneur et entraineur
équipe de France
de rugby à 7

Quentin Vlamynck



Vainqueur
de la Transat Jacques Vabre
en Océan Fifty

Tom Frager



Auteur compositeur
interprète

Dan Nécol



Champion du monde
en duo de Pala Larga

Jérémy Lauilhé



MOF 2023 Barman

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS 2025



CRÉER DU LIEN ET DE LA VALEUR

LES TEMPS FORTS DU RÉSEAU DES PARTENAIRES DE LA MARQUE EN 2025

3 comités d'attribution de la marque **26 candidatures examinées**

Organisation de 2 événements **32 partenaires et 3 Ambassadeurs**

- Ouverture tournoi PALA d'OR au Jaï Alaï Hossegor
- Derby landais PRO D2 Rugby à Dax

Organisation de 2 Eductours **25 participants**

- Bois et Imprégnés
- Granulation de Bois_ scierie Lesbats

6 rencontres avec les Responsables Développement économique des EPCI

1 Atelier d'appropriation de la Marque pour les EPCI

Animation de 3 conférences pour les partenaires

- Juin : animation de la **Table ronde "Décarbonation industrielle"** en collaboration avec Agrolandes
- Juin : Animation du **RDV ECO avec la CC des Grands Lacs** sur les marques territoriales
- Octobre : Animation des **2 tables rondes « Itinérance & Ruralité : un enjeu territorial »** lors du Festitruck à Biaudos

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025

CRÉER DU LIEN ET DE LA VALEUR

LES TEMPS FORTS DU RÉSEAU EN 2025

LES SOIREES LAÜSA

Partenariat avec Placéco Landes sur 9 événements réseau réservés aux Partenaires de la Marque

Le principe : Des afterworks autour de rencontres inspirantes

- 09/02 : Didier Massy, Président de la CPME, à Pulséo Dax
- 20/02 : Colonel Chanut, Base Aérienne 118 à MDM
- 11/03 : Raphaël Jannel, Jack's à St Geours de Maremne
- 12/04 : Audrey Lacroix, Présidente de Basket Landes à MDM
- 22/05 : Andreu Coma Rocca , Les Prés d'Eugénie à Eugénie les Bains
- 24/09: Fabien Chevalier, Maison Lafitte à Montaut
- 16/10 : Dominique Coutière à Mimizan
- 20/11 : Thimothée Cagniard, La Boite Concept à Soorts-Hossegor
- 17/12 : Jérémy Lauilhé, French Pub à Dax

338 participants

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2026

CRÉER DU LIEN ET DE LA VALEUR

LES TEMPS FORTS DU RÉSEAU EN 2026

- Projet de participation à 2 événements
- 3 Eductours de la Marque
- Organisation de 9 des soirées Laüsa



LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

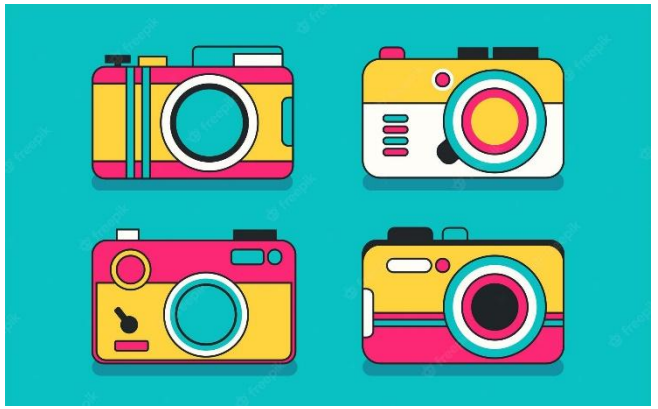
2025

CRÉER DU LIEN ET DE LA VALEUR

Animation des réseaux des responsables communication du Département, des EPCI, chambres consulaires et technopoles (attractivité, presse, réseaux sociaux, web)



Mise à disposition de nouveaux reportages photos & vidéos pour les EPCI



Partage de l'outil médiathèque avec les EPCI
Possibilité pour les EPCI d'y stocker leurs photos

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

Landes
Terre des possibles

AXE 4

COMPRENDRE ET SE PROJETER

LANDES
Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025

MIEUX COMPRENDRE NOTRE ENVIRONNEMENT

FOURNITURE DE DONNEES & ANALYSES TERRITORIALES



1. Mise à disposition bimestrielle des EPCI d'indicateurs de la fréquentation touristique
(Données Flux Vision Tourisme par Orange)

2. Accompagnement des réflexions des EPCI sur l'acquisition de données d'observation :

- **Analyse des mobilités** sur leur territoire par l'acquisition des données Flux vision Transport/Mobilité,

- **Analyse de la dynamique commerciale ou de l'impact d'un évènement** sur la fréquentation (Flux Vision Cœur de ville/Evènementiel)

3. Mise à disposition aux EPCI tous les 2 mois des données Flux vision

- **sur la fréquentation touristique**
- **sur la mobilité des résidents**

LANDES Attractivité

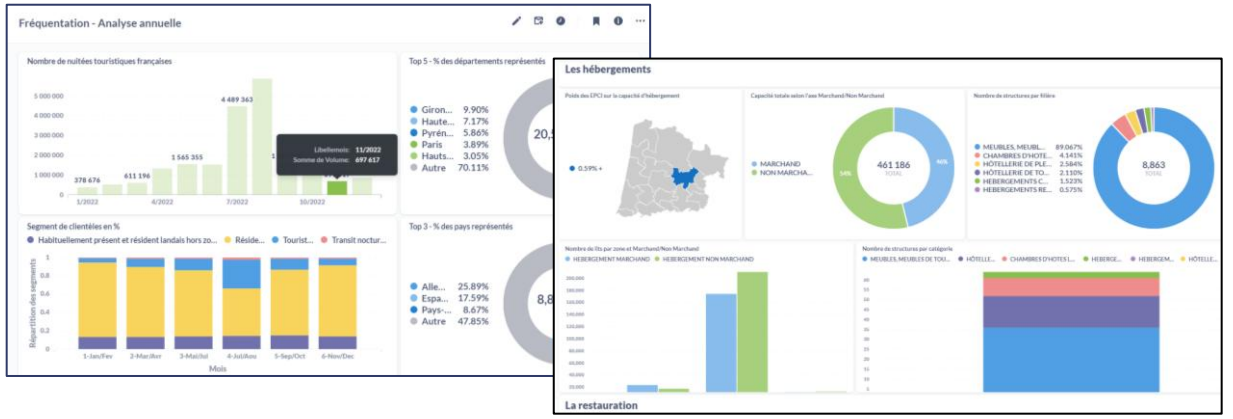
Publié en ligne le 13/07/2026
Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS 2025

COMPRENDRE ET SE PROJETER

MIEUX COMPRENDRE NOTRE ENVIRONNEMENT

DATALANDES, L'OUTIL DE DATAVISUALISATION DE LA DONNÉE TERRITORIALE



- **1er semestre 2025 :**
  - Implémentation des tableaux de bord économie
  - Implémentation des tableaux de bord emploi

- **2e semestre 2025 :**
  - Implémentation des tableaux de bord population/cadre de vie
  - Réflexion avec les EPCI sur les nouveaux tableaux de bord à créer et/ou évolution des tableaux existants en V2

Publié en ligne le 13/07/2026
Reçu en préfecture le 13-07-2026

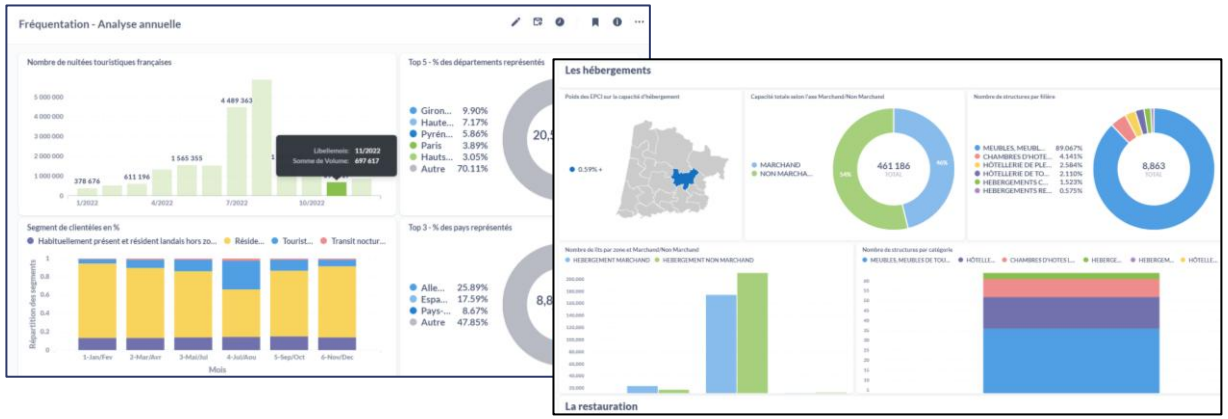
ACTIONS 2026

COMPRENDRE ET

SE PROJETER

MIEUX COMPRENDRE NOTRE ENVIRONNEMENT

DATALANDES, L'OUTIL DE DATAVISUALISATION DE LA DONNÉE TERRITORIALE



Les nouveautés 2026

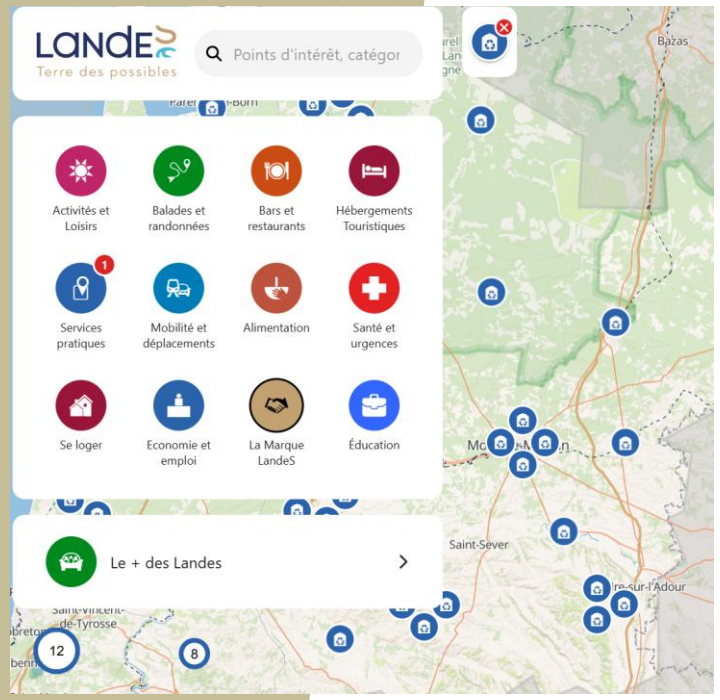
- Mise en ligne de "Portraits de territoires » à destination des EPCI : synthèse des données clefs sur le territoire
- Rapport économie :
  - Développement du suivi de la dynamique des entreprises (création/radiation)
  - Développement filières : secteur agricole

Améliorations techniques

- Rapport flux de mobilités :
  - Evolution de la datavisualisation (cartographies)
- Rapport tourisme : mise à jour capacité d'accueil des hébergements marchands 2026

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS 2025/26



MIEUX COMPRENDRE NOTRE ENVIRONNEMENT

CARTELANDES.COM :

plus de 19 400 services landais géolocalisés et valorisés

2025

- Développement de clearance : l'outil collaboratif de contrôle de la donnée
- Amélioration de l'ergonomie sur mobile
- Développement des Routes thématiques en Armagnac
- Formations continues et mutualisées des professionnels des Offices de tourisme

2026

- Développement des couches d'informations : jeunesse, formation, mobilités, santé, déchets
- Dispositifs d'amélioration de l'information publique à partir des sites internet
- Mise à disposition des collectivités partenaires (à la demande) :
  - Carto-guides localisés,
  - Widgets thématiques paramétrés.

LANDES Attractivité

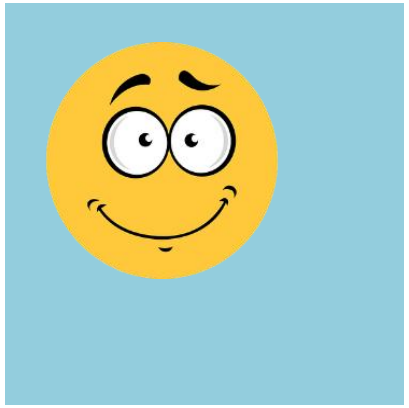
Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2025

MIEUX COMPRENDRE NOTRE ENVIRONNEMENT

BAROMETRE DE MESURE DU BONHEUR INTÉRIEUR BRUT



Objectifs :

- Mesurer la perception de la qualité de vie par les habitants
- Identifier leurs sources de satisfaction ou d'insatisfaction
- Savoir ce qui compte pour eux dans leur quotidien

En 2024 :

- Novembre 2024 : livraison du baromètre

En 2025 :

- Présentation des résultats auprès des partenaires :
  - AG Landes Attractivité,
  - Agglo du Grand Dax,
  - Mont de marsan agglomération,
  - AG des Maires des Landes,
  - AG CCI,
  - Bureau CMA,
  - Pays Cote Landes Nature,
  - Trophées de l'économie

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026
Reçu en préfecture le 13-07-2026

ACTIONS

2026

ETUDE D'IMAGE DES LANDES en 2026



MESURE DE L'ÉVOLUTION DE L'IMAGE ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE DES LANDES

- Cette étude a pour objectif de **mesurer l'attractivité des Landes comme territoire de villégiature et d'implantation d'activité économique. Elle identifie les moteurs et les freins de l'attractivité landaise.**

  La première étude a été réalisée en 2018 dans le cadre de la création de la marque Landes Terre des possibles. L'objectif sera de mesurer l'évolution des résultats par rapport à 2018 mais aussi d'introduire de nouveaux questionnements en lien avec les nouveaux enjeux du territoire.

Cibles interrogées :

- Cible Grand public français
- Cible professionnelle : Chefs d'entreprise et professions libérales

L'étude d'image donnera la perception du territoire par des publics extérieurs aux Landes.

En cela, elle complète le baromètre du Bonheur Intérieur Brut qui donne la perception du territoire par ses habitants.

LANDES Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

LANDES
Terre des possibles



3. RÉSULTAT 2025



LANDES
Attractivité

Publié en ligne le 13/07/2026
Reçu en préfecture le 13-07-2026

COMPTES 2025 - Marque Landes Terre des possibles

Poste	DEPENSES 2025		Poste	RECETTES 2025	
	Prévisionnel TTC	Réalisé TTC		Prévisionnel TTC	Réalisé TTC
TOTAL GENERAL	**300 000 €**	**306 502 €**	**TOTAL GENERAL**	**300 000 €**	**306 167 €**
Charges de fonctionnement	**120 000 €**	**128 217 €**	**Subvention**	**300 000 €**	**306 167 €**
Frais généraux	6 000 €	**4 525 €**	Conseil Départemental	200 000 €	**200 000 €**
Masse salariale CDI + Alternance	114 000 €	**123 692 €**	EPCI	80 000 €	**80 000 €**
			Chambres consulaires	20 000 €	**20 000 €**
Construire et soutenir l'attractivité	**17 000 €**	**18 026 €**	Subvention apprentissage		**6 167 €**
Accueillir les Nx arrivants (fichiers + diffusion guide)	12 000 €	**1 543 €**			
Accompagnement Marque Employeur		**357 €**			
Réalisation vidéos	5 000 €	**16 126 €**			
Promouvoir les Landes	**87 000 €**	**89 993 €**			
Campagnes de promotion	22 000 €				
Campagne Web (Triple Lootz)		**16 192 €**			
PLV et objets promotionnels		**8 838 €**			
Campagne RS (linkedin)	23 000 €	**18 054 €**			
Site Web Attractivité	12 000 €				
Connexion et Intégration France Travail		**5 136 €**			
Forfait 24h Maintenance évolutive IRIS |19.09.25		**2 592 €**			
Hellowork, Abt annuel API Jojoba	0 €	**3 000 €**			
Rédaction textes filières économiques | Kaoueta		**2 592 €**			
Presse (Dossier + accueil) DP	30 000 €				
Base presse + Voyage Presse		**5 269 €**			
Veille		**1 519 €**			
Agence		**20 400 €**			
Rédaction dossier de presse		**3 000 €**			
Voyage de presse 1		**1 357 €**			
Voyage de presse 2		**1 690 €**			
Dossier de presse		**354 €**			
Créer du lien et de la valeur	**24 000 €**	**21 321 €**			
Temps de rencontre mensuels / Placéco Laüsa	12 000 €	**13 715 €**			
Evenementiel /participation Event / Salons	12 000 €	**6 314 €**			
Réunion RSE		**1 292 €**			
Comprendre et se projeter	**52 000 €**	**48 945 €**			
Animation Data	29 000 €	**21 780 €**			
Mesure du Bonheur Intérieur Brut suites enquête	10 000 €	**0 €**			
Alternance & CDD Data		**13 925 €**			
Analyse Flux Vision	13 000 €	**13 240 €**			

Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026



4. BUDGET 2026



Publié en ligne le 13/07/2026 Reçu en préfecture le 13-07-2026

BUDGET 2026 - Marque Landes Terre des possibles

CHARGES	BP 2025	BP 2026	PRODUITS	BP 2025	BP 2026
Charges de fonctionnement	120 000 €	133 400 €	Conseil Départemental	200 000 €	200 000 €
Construire et soutenir l'attractivité	17 000 €	4 100 €	EPCI	80 000 €	80 000 €
Promouvoir les Landes	87 000 €	78 500 €	Chambres consulaires	20 000 €	20 000 €
Créer du lien et de la valeur	24 000 €	22 000 €	Subvention apprentissage		4 000 €
Comprendre et se projeter	52 000 €	66 000 €			
TOTAL DES CHARGES	**300 000 €**	**304 000 €**	**TOTAL DES PRODUITS**	**300 000 €**	**304 000 €**

Publié en ligne le 13/07/2026
Reçu en préfecture le 13-07-2026

LANDES
Attractivité

VOUS REMERCIE
DE VOTRE CONTRIBUTION

LANDES
Terre des possibles