



Manuel Qualité 2025

Ce manuel a pour but de poursuivre le niveau de qualité par la professionnalisation de l'ensemble des services de l'Office de Tourisme de la Communauté de Communes du Pays d'Orthe et Arrigans et d'asseoir le positionnement de la destination de La Vallée du Kiwi.



Sommaire

►►	Ressources et présentation.....	p3
►►	Marque Qualité et système Qualité.....	p10
►►	Organisation interne.....	p15
►►	Stratégie d'accueil.....	p18
►►	Promotion et communication.....	p26
►►	Commercialisation	p29
►►	Animation des réseaux.....	p32

Documents références et abréviations

INTRODUCTION :

- L'Office de Tourisme du Pays d'Orthe et Arrigans a déposé à l'INPI sa dénomination commerciale de destination : La Vallée du Kiwi. Il est marqué Qualité Tourisme TM depuis 2012, poursuit ses engagements et est en catégorie 1 des Offices de Tourisme de France.

Ce manuel Qualité met en avant ses avancements et l'amélioration de ses services. Il s'attache à présenter l'organisation du service par le Système Qualité. Il pourra être revu en fonction des orientations de l'Office de Tourisme durant les 5 années à venir.



RÉFÉRENTIEL :

Objectifs nationaux qualité pour la marque Qualité Tourisme TM et ses annexes (cf documents ADN Tourisme - Marque Qualité Tourisme TM sur le site : www.qualite-tourisme.gouv.fr). L'Office de Tourisme passe un audit complet cette année sur la base des critères de Destination d'Excellence.

ABRÉVIATIONS utilisées dans ce manuel :

ADN Tourisme : Fédération nationale des organismes institutionnels de tourisme
CCPOA : Communauté de Communes du Pays d'Orthe et Arrigans
OTLVK : Office de Tourisme de La Vallée du Kiwi
CE : Conseil d'Exploitation
PALO : Pays Adour Landes Océanes
LA : Landes Attractivité
PCT : Patrimoine Culture Tourisme
CRT : Comité Régional du Tourisme
MAQ : Manuel Assurance Qualité
DGS : Directeur Général des Services
RAQ : Référent Assurance Qualité
EPCI : Etablissement Public de Coopération Intercommunale
SADI : Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information
GRC : Gestion Relation Client
SPA : Service Public Administratif
CIAS: Centre Intercommunal d'Action Sociale
BDD: Base De Données
MONA : Mission des Offices de Tourisme de Nouvelle Aquitaine
INPI : Institut National de la Propriété Industrielle
PCAET : Plan Climat Air Energie Territorial
SCOT : Schéma de Cohérence Territorial



Ressources et présentation



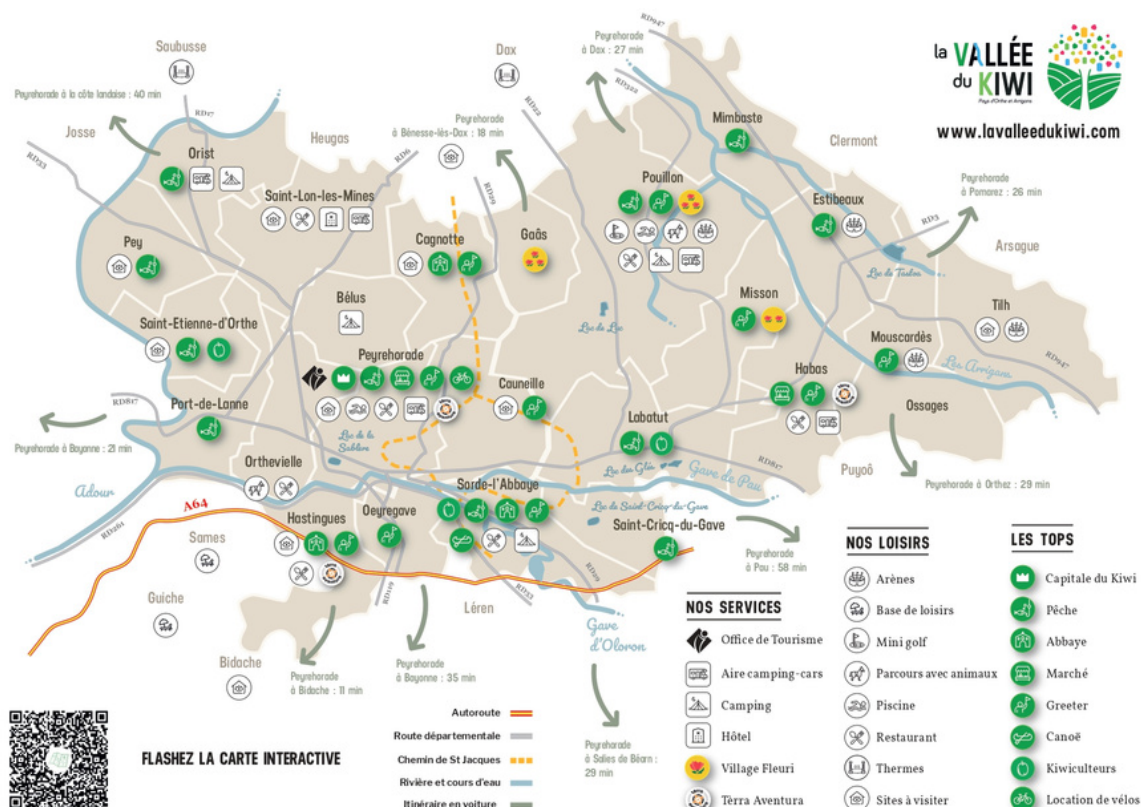
QUALITÉ
TOURISME

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Présentation de la Communauté de Communes

Composée de 24 communes, la Communauté de Communes du Pays d'Orthe et Arrigans exerce dans le cadre de ses compétences obligatoires, action de développement économique, la compétence promotion du tourisme, dont la création d'Offices de Tourisme. La Vallée du Kiwi se situe au Sud-Ouest du département des Landes. Le territoire est traversé par les Gaves de Pau et d'Oloron, formant les Gaves Réunis à Peyrehorade. Ces derniers se jettent ensuite dans l'Adour au Bec du Gave à Port de Lanne. Il est également bordé au Nord par l'Adour et le Luy.

Le siège social se situe à Peyrehorade à la Maison France Services, 156 route de Mahoumic.



Chiffres clés
24 communes
391 km²
23 381 habitants



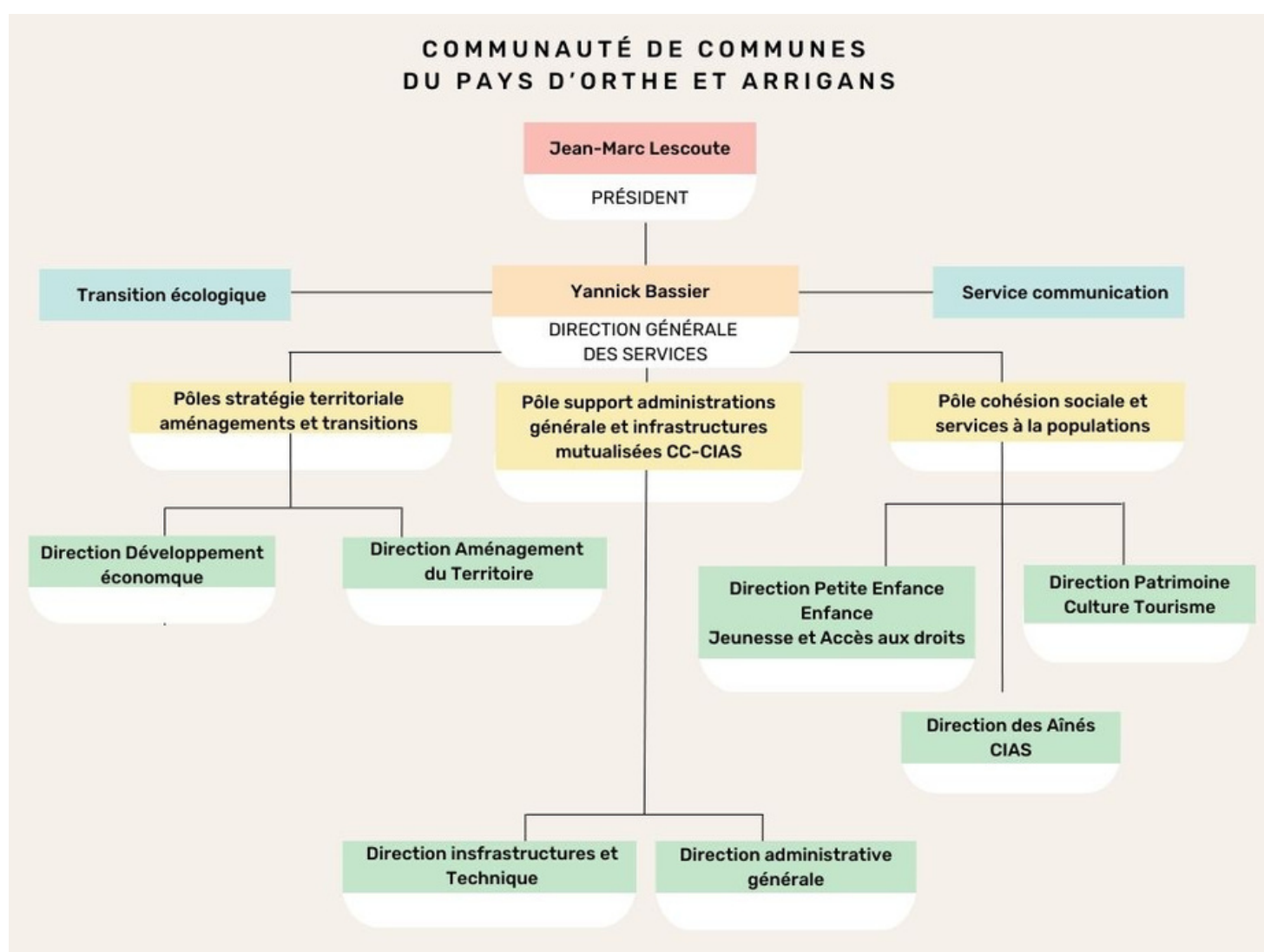
Ressources et présentation



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLICQUE FRANÇAISE

Organigramme de la Communauté de Communes





Ressources et présentation



Présentation de l'Office de Tourisme

L'Office de Tourisme de la Communauté de Communes du Pays d'Orthe et Arrigans, La Vallée du Kiwi, est constitué sous la forme d'une régie publique à autonomie financière en tant que SPA (budget annexe de la CCPOA).

Il est intégré au Pôle Patrimoine Culture Tourisme au sein de la Communauté de Communes du Pays d'Orthe et Arrigans.

Les missions de l'Office de Tourisme de La Vallée du Kiwi inscrites dans les statuts sont :

- l'accueil et l'information touristique
- la promotion touristique du territoire de la CCPOA en coordination avec LA et le CRT : réalisation d'éditions, promotion Web, commercialisation de prestations de services touristiques
- la coordination et l'accompagnement des acteurs locaux de développement touristique
- la conception de produits touristiques locaux
- la participation à la mise en œuvre de la programmation culturelle, de l'animation des loisirs, de manifestations culturelles en cohérence avec la politique de développement touristique locale
- l'observation quantitative et qualitative





Ressources et présentation



Présentation de l'Office de Tourisme

L'Office de Tourisme est administré par un Conseil d'Exploitation sous l'autorité du Président de la Communauté de Communes du Pays d'Orthe et Arrigans.



Le rôle du Conseil d'Exploitation est consultatif, il est dirigé par un Président et un vice-président, élus parmi leurs membres.

Conseil d'Exploitation		
34 membres		
1	24	10
Président Communauté de Communes	représentants Communauté de Communes	représentants professions et activités touristiques
Membre de droit	(1 titulaire + 1 suppléant)	(1 titulaire + 1 suppléant)

Groupes de travail

Croq'Kiwi
Billetterie
Groupes
SADI

NB : Qualité Tourisme est abordé lors des Conseils d'Exploitation



Ressources et présentation



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLICQUE FRANÇAISE

Présentation de l'Office de Tourisme



Sandrine Cuevas

Responsable

Tél : 06 69 23 49 57

s.cuevas@lavalleedukiwi.com



Élodie Legendre

Communication / Promotion

Tél : 06 65 03 22 25

e.legendre@lavalleedukiwi.com



Hélène Voisin

Accueil / Produits touristiques

Tél : 07 62 26 24 19

h.voisin@lavalleedukiwi.com

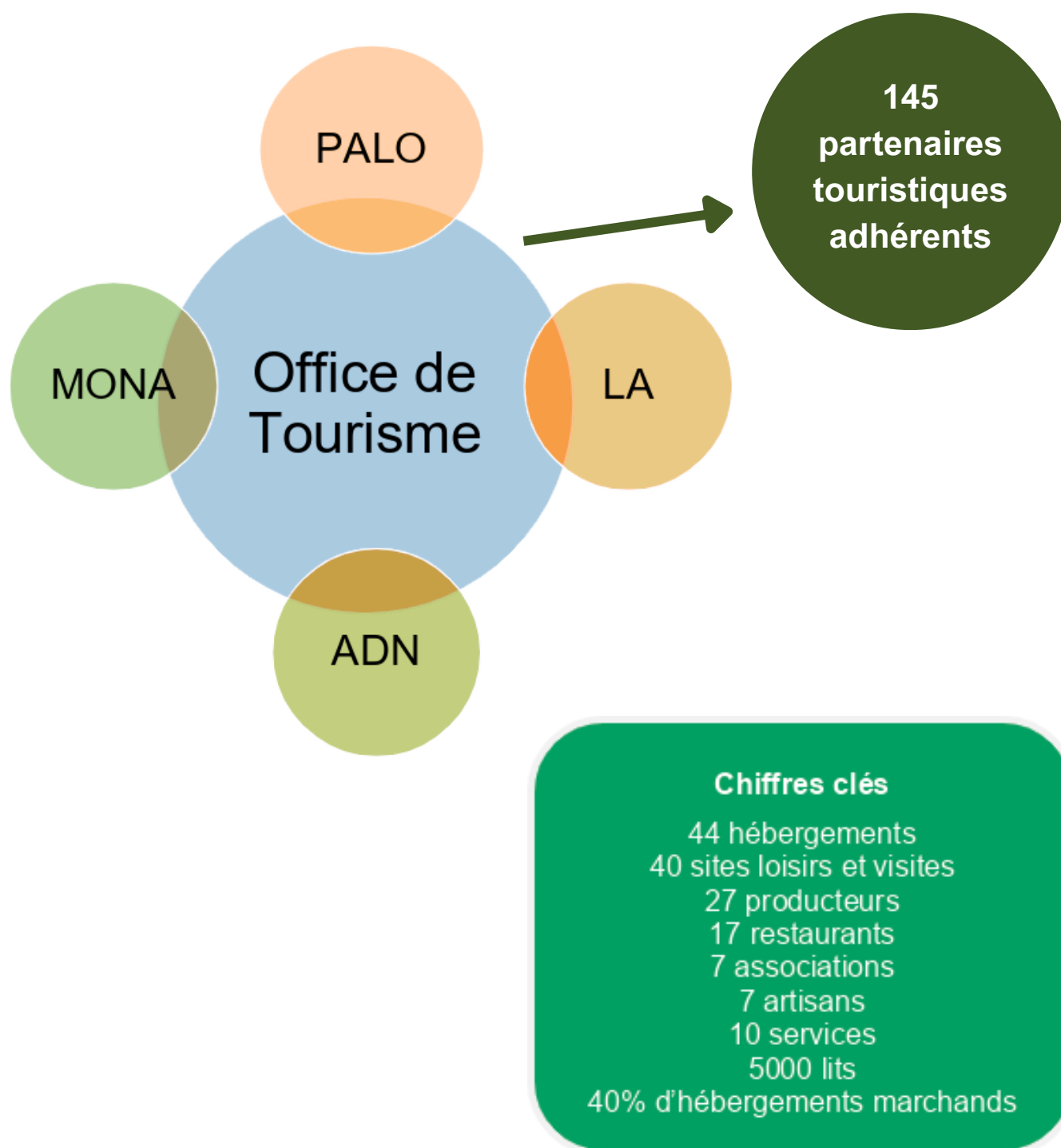


L'équipe de l'Office de Tourisme accueille un renfort saisonnier et des stagiaires.

Présentation de l'Office de Tourisme

Écosystème touristique

L'Office de Tourisme de La Vallée du Kiwi évolue au sein d'un réseau de partenaires touristiques et institutionnels.





Introduction



En 2005, la marque Qualité Tourisme TM a été créée, conçue par l'État dans un plan global d'amélioration de l'offre touristique, le Plan Qualité Tourisme. L'Office de Tourisme s'est engagé en novembre 2007 dans la démarche Qualité. Depuis décembre 2012, il est détenteur de la marque Qualité Tourisme TM. L'Office de Tourisme est accompagné par LA dans le cadre de la convention.

Le référent qualité (RAQ) de l'Office de Tourisme anime la démarche afin de veiller à ce que les critères du référentiel national soient appliqués. Les documents Qualité (procédures, outils de suivi...) sont présentés lors de la prise de fonction. Toute personne travaillant à l'Office de Tourisme se doit de lire ces procédures et s'engage à les appliquer.

L'écoute client : remarques orales/écrites, avis en ligne, questionnaires satisfaction pro, réclamations.



Le label « Destination d'excellence » a été introduit en mai 2024 pour remplacer la marque « Qualité Tourisme » et améliorer la qualité globale des services touristiques en France, tout en mettant un accent particulier sur l'écoresponsabilité et d'information des publics en situation de handicap.

L'objectif principal du label « Destination d'excellence » est d'accroître les standards de qualité dans l'accueil et les services touristiques, tout en intégrant des pratiques plus respectueuses de l'environnement. Cela se traduit par des critères plus exigeants que ceux de l'ancien label « Qualité Tourisme », notamment en matière de développement durable, aux mobilités durables, à la sobriété numérique et énergétique, à la consommation d'eau, ou à la gestion des déchets.



Marque Qualité et système Qualité



QUALITÉ
TOURISME

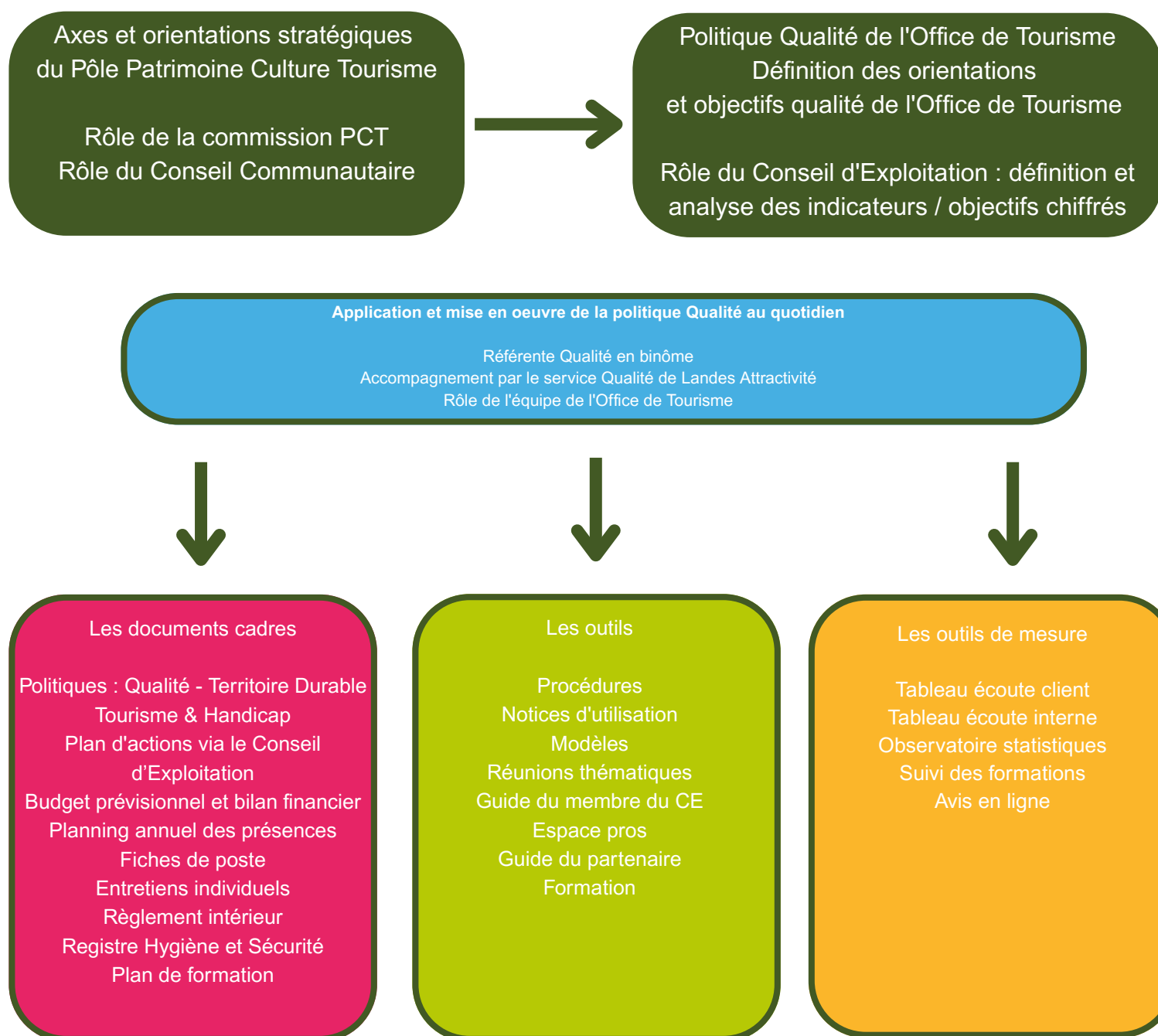
REPUBLIC FRANÇAISE

Organisation et système Qualité

Dates clés de la démarche Qualité



Etapes du système Qualité





Stratégie et objectifs

Stratégie touristique :

Conforter le positionnement Slow Tourisme

Développer l'attractivité du territoire La Vallée du Kiwi

Gagner en notoriété et en visibilité en capitalisant sur la notoriété du kiwi
(et plus largement des produits – saumons, canards, et productions agricoles)

Investir la filière itinérance (cartographie OSM)

Accompagner les prestataires dans le développement de leurs offres et
créer un réseau de socio professionnels

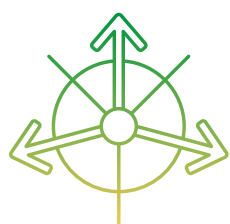
Inciter les professionnels à la qualité des services apportés aux touristes
(excursionnistes) et habitants

Rendre l'offre facilement consommable (LVK territoire gourmand, circuit
vélos, offres groupes...)





Stratégie et objectifs



Axes stratégiques 2023-2027 votés en Conseil Communautaire :

- Assoir la marque La Vallée du Kiwi
- Vers une information poussée où se trouve le client
- Vers des contenus promotionnels plus ciblés et la commercialisation du territoire
- Dynamiser le réseau des acteurs autour du slow tourisme et du gourmand
- Poursuivre la dynamique autour des démarches qualifiantes : Destination d'Excellence, Tourisme Durable, Tourisme et Handicap, Catégorie 1
- S'appuyer sur le travail en réseau (Landes Attractivité, PALO)
- Déployer et capitaliser sur l'outil OSM
- Collaborer aux temps organisés sur le territoire (forum, pots d'accueil nouveaux habitants)
- Identifier les possibilités de mobilité et offres packagées pour les groupes
- Créer un réseau ambassadeurs La Vallée du Kiwi avec carte VIP



Engagements



Envers les visiteurs

- Faciliter l'accès aux locaux
- Accueillir la clientèle dans un lieu propre et chaleureux
- Apporter des réponses rapides et précises aux demandes
- Proposer des informations touristiques et pratiques dans et hors les murs
- Sensibiliser au développement durable
- Offrir des supports en langues étrangères
- Prendre en compte les avis et suggestions
- Promouvoir les offres touristiques locales



Envers les partenaires

- Mettre en œuvre des services personnalisés
- Diffuser de l'information au plus près de leurs besoins
- Promouvoir leur offre
- Les accompagner dans leurs projets
- Apporter conseils et suivi dans la qualification de leur offre (accompagnement concernant la labellisation)
- Proposer des temps de rencontres et de travail
- Recueillir leurs avis
- Solliciter le réseau dans le montage de produits et d'animations



En interne

- Améliorer le système documentaire pour faciliter l'accès à l'information
- Apporter des solutions aux dysfonctionnements
- Assurer un suivi individuel et collectif des objectifs annuels
- Transmettre les plannings, plans d'actions et compte-rendus
- Qualifier les postes afin d'améliorer l'efficacité du service
- Recueillir et traiter les suggestions d'amélioration



Organisation interne



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLIQUE FRANÇAISE

Fonctionnement de l'Office de Tourisme



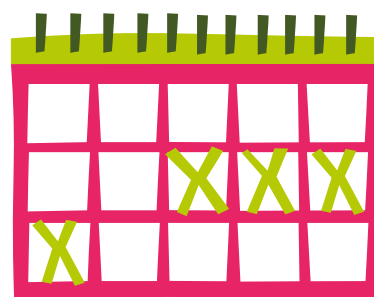
Moyens

- Du temps
- Communication interne
- Matériel opérationnel
- Partage des connaissances, formations



Outils

- Réunions, planning de travail
- Écoute interne
- Suivi des dysfonctionnements, gestion des incidents, suivi actions correctives (Simplydesk, Interstis)



Indicateurs

- Suggestions équipe
- Remarques orales
- Dysfonctionnements et incidents traités





Organisation interne



QUALITÉ
TOURISME

 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Fonctionnement de l'Office de Tourisme



Recrutement

- La Direction identifie les besoins de la structure en personnel permanent ou saisonnier, en adéquation avec le budget de l'Office de Tourisme.
- Les candidats sont retenus pour un ou plusieurs entretiens avec jury sur dossier préalable.



Accueil nouvel entrant

- Chaque nouvel entrant à l'Office de Tourisme est accueilli dans sa prise de poste par la directrice adjointe de l'Office de Tourisme (présentation du service, de l'équipe, de l'espace de travail). Le Manuel Qualité lui est remis. Une introduction à la démarche Qualité est effectuée par la Référente Qualité de l'Office de Tourisme.



Formation

- Un plan de formation, établi pour 3 ans, à l'échelle de la Communauté de Communes est programmé en adéquation avec les objectifs du Pôle et de chaque agent (du fait des entretiens individuels d'évaluation). Un plan prévisionnel annuel de formation est établi pour le service Tourisme. Un bilan des formations suivies par les agents est assuré annuellement lors des entretiens d'évaluation.



Évaluation

- Des entretiens individuels d'évaluation sont menés en fin d'année. Lors de l'entretien, un bilan des objectifs de l'année précédente est réalisé.
- En fonction du plan d'actions de l'année suivante ou des besoins de formation exprimés lors de cet entretien, de nouveaux objectifs sont fixés. La Direction rédige un compte-rendu d'entretien, transmis pour validation et signature à la direction et à la Présidence de la Communauté de Communes, puis retourné à l'agent. Ce compte-rendu d'entretien est enfin adressé au Centre de Gestion du Département.



Organisation interne



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLIQUE FRANÇAISE

Environnement



Territoire Durable

- Engagé dans une démarche de Territoire Durable avec le Pays Adour Landes Océanes, l'Office de Tourisme s'attache à préserver et valoriser l'environnement.
- La charte d'engagement écoresponsable mise en place par le PALO, à laquelle s'est associé l'Office de Tourisme, engage les signataires sur 10 points dont : réduire la consommation d'énergie, préserver la ressource en eau, diminuer la production de déchets, acheter écoresponsable et local, limiter la pollution numérique...
- En lien avec son engagement, l'Office de Tourisme s'est fixé comme priorité de qualifier et valoriser l'offre locale : itinérance, lien avec la population locale, tourisme gourmand et slow tourisme.





Stratégie d'accueil



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLIQUE FRANÇAISE

Accueillir dans et hors les murs



- L'Office de Tourisme est engagé depuis 2017 dans la mise en œuvre d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI).
- L'espace accueil du public est situé à Peyrehorade, dans un bâtiment qui abritait initialement les Bains-Douches (1932-1950). L'inscription historique, préservée à la demande des Architectes des Bâtiments de France, est toujours visible.
- Il est ouvert au public + de 250 jours / an.



- En saison estivale, l'accueil s'effectue également en Office de Tourisme Mobile, en se déplaçant sur les lieux de fréquentation touristique du territoire, où les flux sont les plus importants. Il est nécessaire de redéfinir le SADI avec de nouveaux lieux stratégiques, améliorer les outils d'accueil mobile, tester des collaborations pour des accueils délégués, continuer à développer les partenariats avec les destinations voisines. Lors de ces accueils, une boutique déportée est mise en place pour promouvoir les produits locaux.



- Des Points Infos Tourisme ont été installés sur le territoire. Ces supports, équipés d'une tablette numérique, permettent de déployer une information touristique harmonisée et d'atteindre la clientèle hors les murs. Objectifs : une information accessible sans besoin d'une présence physique et un service aux partenaires et réseaux.



Stratégie d'accueil



Accueillir tous publics



- L'Office de Tourisme est labellisé Tourisme & Handicap depuis 2019 avec pour objectif de faire de l'accessibilité une priorité (aménagements, stationnement, mise à disposition de matériel adapté, guide d'accueil, formation du personnel).



- Des espaces d'accueil différenciés sont mis en place : consultation de documents, accès au wifi, espace enfants, espace boutique.
- Les locaux sont climatisés et nettoyés régulièrement.
- Les horaires d'ouverture sont adaptés en fonction de la fréquentation.



- La signalétique directionnelle et les informations sur site permettent de faciliter l'identification du bâtiment : panneaux et totems, flags, écrans et panneaux d'affichage.
- Des panneaux "Bienvenue dans La Vallée du Kiwi" ont été positionnés aux endroits stratégiques d'entrée de territoire.



Stratégie d'accueil



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLIQUE FRANÇAISE

Gestion de l'information



Mises à jour des données touristiques

- Les conseillers en séjour mettent à jour la base de données Tourinsoft (minimum 1 fois/an).
- Les disponibilités des hébergements sont affichées sur la haute saison (juillet/août).
- Les infos de dernière minute sont enregistrées en interne sur le cahier de liaison numérique et communiquées aux partenaires et mairies.
- Les avis clients sont collectés et analysés.



Gestion des stocks

- La documentation des partenaires est mise à disposition des visiteurs sur des présentoirs thématiques. Les autres brochures sont stockées en back office et fournies en cas de besoin.
- Le stock de la documentation OTVK est comptabilisé sur Tourinsoft.
- Un système de seuil d'alerte est mis en place pour les documents prioritaires.



Conseil éclairé

- Les conseillers en séjour adaptent leur réponse en fonction des demandes et du public accueilli.
- La notion de conseil éclairé, intégrée dans la gestion relation client, permet d'apporter au visiteur des informations personnalisées, qualifiées et ciblées avec l'utilisation de la carte interactive et la génération de QR Code avec les offres adaptées.
- Elle peut se concrétiser par la vente de produits.





LES LANDES EN CHIFFRES

 **422 976**
HABITANTS EN 2023

 **106 km**
DE LITTORAL

 **1er** DÉPARTEMENT
FORESTIER DE FRANCE
(avec 562 000 ha de forêt)

 **5** STATIONS
THERMALES

Plages surveillées en saison :

 **38** PLAGES OCÉANES
ET **23** PLAGES LACUSTRES

 **710 km**
DE PISTES CYCLABLES
ET VOIES VERTES

 **1**
SPOT DE SURF DE RENOMMÉE
MONDIALE À HOSSEGOR

 **3 500 km**
ITINÉRAIRES DE RANDONNÉES

 **4**
ITINÉRAIRES JACQUAIRES
(440 km en tout)

 **9**
GOLFS

 **10** MUSÉES LABELLISÉS
« MUSÉE DE FRANCE »

 **6** TABLES ÉTOILÉS
8 MAÎTRES RESTAURATEURS



À SAVOIR

Dans les Landes, **4 sites sont inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO au titre des chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle** : l'abbaye de Sorde, l'abbaye de Saint-Sever, le clocher-porche de Mimizan et l'église Sainte-Quitterie à Aire-sur-L'Adour.



Stratégie d'accueil



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLICQUE FRANÇAISE

Informations de La Vallée du Kiwi

La Vallée du Kiwi possède de nombreux attraits touristiques : patrimoine à visiter, espaces naturels, activités de loisirs.

Les offres d'hébergements touristiques sont variées : campings, chambres d'hôtes et meublés de tourisme principalement. À noter quelques hébergements insolites.



Les incontournables touristiques

La Vallée du Kiwi dispose d'un patrimoine culturel majeur avec 2 sites reconnus au niveau départemental :



- L'Abbaye de Sorde, gérée par la Communauté de Communes du Pays d'Orthe et Arrigans, propose des visites guidées. Ce site est inscrit au patrimoine mondial par l'UNESCO, au titre des chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France, et classé au Monument Historique. Il accueille une programmation culturelle.



- L'Abbaye d'Arthous abrite un musée d'Histoire et d'Archéologie faisant découvrir le patrimoine local. Elle propose des visites du site et accueille des expositions temporaires et une programmation culturelle.
- Des circuits de visite de villages sont proposés : les Parcours Découvertes et les visites avec les Ambassadeurs de La Vallée du Kiwi (Réseau Greeters Landes).



Artisanat



L'artisanat est représenté par entre autres un sabotier à Saint-Etienne d'Orthe, fidèle à une tradition familiale (7ème génération), un ébéniste d'art à Cauneille, une savonnerie artisanale à Port-de-Lanne, une vaisselle fait main comme Terafeu Terafour à Tilh, ou STart à Orthevielle, mais aussi une fabrication artisanale de céramiques tel que Terre et reflets à Cauneille.



Stratégie d'accueil



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLIQUE FRANÇAISE

Informations de La Vallée du Kiwi



Patrimoine naturel



Celui-ci, se retrouve dans les Barthes de l'Adour à l'Ouest du territoire (zones Natura 2000), avec des bois et forêts de feuillus, des lacs, l'Adour et les Gaves et des espaces naturels préservés.

On y trouve également des lieux d'observation de la faune et la flore, qui offrent de jolis panoramas et sont propices aux activités de loisirs : 12 circuits de randonnées pédestres et VTT sont balisés, il y a également de la locations de canoë et stand up paddle à Sorde l'Abbaye ou de la pêche.



Gastronomie



Le territoire est réputé pour ses kiwis de l'Adour qui ont obtenu le Label Rouge en 1992 et l'IGP en 2009. Le kiwi de l'Adour est ainsi le seul kiwi à bénéficier de la double certification Label Rouge / IGP (Indication Géographique Protégée).



Mais d'autres spécialités locales sont réputées comme le saumon. La Maison Barthouil le fume à l'ancienne et toute l'histoire de son parcours, les techniques de pêche et son fumage sont expliquées lors de la visite de la maison du saumon à Peyrehorade.

Les fermes et producteurs locaux de canards gras et autres spécialités du Sud-Ouest sont également très présents : foie gras, magret, confit... Lieux de découverte, certaines fermes sont également à visiter.



Le marché traditionnel de Peyrehorade se tient depuis 1358 tous les mercredis matin. Rendez-vous incontournable, il est un lieu fréquenté par les habitués mais également par les touristes à la recherche de produits authentiques.



Stratégie d'accueil



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLIQUE FRANÇAISE

Informations de La Vallée du Kiwi



Hébergements

Des hébergements touristiques partenaires sont recensés avec une offre variée accessible toute l'année :

Campings - Locations - Chambres d'hôtes - Hôtels



Des hébergements insolites comme des châteaux ou demeure prestigieuse sont également disponibles.

Des refuges sont ouverts aux pèlerins sur le chemin vers Saint-Jacques-de-Compostelle à Cagnotte, Hastings, Saint Cricq du Gave et Sorde l'Abbaye. Ils sont accessibles sur présentation du crédenciale.



Engagements

Pour que l'Office de Tourisme fonctionne au mieux, il est nécessaire :

- D'être ponctuel.
- De mettre son badge.
- D'avoir une bonne présentation : pas de short, pas de bermuda de plage, ni de micro-jupes, pas de tongs de plage.
- Durant la période des fêtes de Peyrehorade, de porter une tenue en vert et blanc.
- D'être toujours souriant, bienveillant.
- D'être patient et ne pas s'emporter.
- De ne pas se montrer familier avec les voyageurs.
- De ne pas se restaurer, ni boire à l'accueil.
- De ne pas entretenir de communications ou de conversations personnelles à l'accueil.
- D'être discret et respecter la confidentialité des informations concernant l'Office de Tourisme.
- D'appliquer les procédures du Référentiel Qualité ou Destination d'Excellence.
- De ne pas hésiter à s'assurer de l'exactitude de la réponse auprès d'un collègue.





Stratégie d'accueil



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLIQUE FRANÇAISE

Informations de La Vallée du Kiwi



Rôle au sein du bureau

L'accueil c'est quoi ?

C'est le premier contact avec le client !

Aussi il faudra être avenant, souriant et aller au-devant du visiteur.

Ouvrez la discussion en lui demandant ce que vous pouvez faire pour lui, comment pouvez-vous l'aider ?

Adoptez un ton bienveillant, écoutez activement sa réponse, reformulez si vous n'avez pas compris la demande, et surtout donnez un conseil éclairé !! Pas simplement une liste, ou un guide !

Partagez vos expériences, vos ressentis ! N'hésitez pas à donner seulement 2 ou 3 prestataires si vous pensez bien cibler la demande !



Un exemple : votre client recherche un restaurant qui propose des plats régionaux : ne donnez pas simplement une liste !

Posez des questions pour donner une réponse adaptée et faites-lui part de vos choix et pourquoi pas un endroit secret que vous aimez particulièrement !

Notre valeur ajoutée, c'est que nous sommes des experts locaux ! Les voyageurs veulent vivre une expérience dans La Vallée du Kiwi comme s'ils étaient d'ici ! Avec des endroits où les locaux aiment se retrouver !

Garder à l'esprit que : de tous ces conseils éclairés que vous donnerez, vous devrez susciter l'achat d'une prestation, d'une visite, d'un article à la boutique ou la réservation de billetterie (exemple : je peux réserver pour vous ce concert...).

Vous ne savez pas répondre à une demande, ne dites jamais « je ne sais pas » mais préférez « un instant je me renseigne auprès d'une collègue ».



Positionnement



Cibles

- Futurs vacanciers, touristes et excursionnistes présents sur le territoire.
- Habitants du territoire, locaux.



Message

- Ligne éditoriale : La Vallée du Kiwi est un territoire du sud des landes préservé et authentique, à proximité de tout, proposant des expériences et des rencontres riches. Nature, gastronomie et patrimoine, une offre touristique à découvrir au coeur de la campagne landaise. Déconnection et douceur de vivre : un retour aux sources, des moments simples de partage et de convivialité.
- Mots-clés : Vallée du Kiwi, authentique, sud des Landes, patrimoine, terroir, tradition, expérience, découverte, nature, se ressourcer, plein air, balade, flâner, culture, histoire, eau, fraîcheur, chemins, famille, activité, échange, gourmandise, gastronomie, local, vacances, insolite, bon vivre, sud-ouest...



Déclinaisons / Outils

- Charte éditoriale
- Calendrier éditorial
- Contenus promotionnels ciblés (photos, vidéos thématiques, newsletters...)
- Outils de promotion web et print
- Contenus presse et media
- Matériels (vitrophane, barnum, tee-shirts)
- Documents administratifs
- Produits touristiques (Tourisme Gourmand, balade avec greeters...)





Promotion Communication



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLIQUE FRANÇAISE

Positionnement

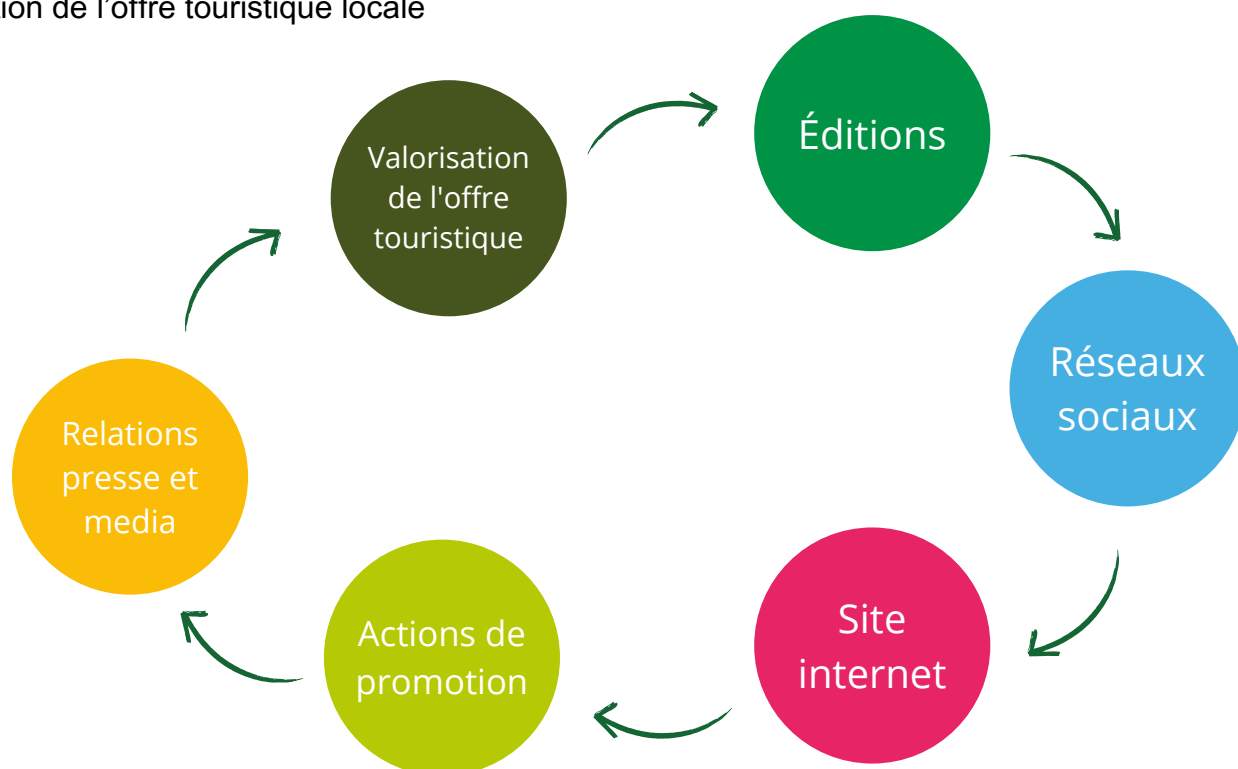
Logos La Vallée du Kiwi (déclinaisons logos)



Charte graphique utilisable par l'Office de Tourisme, ses partenaires et les réseaux institutionnels

Support et outils

Promotion de l'offre touristique locale





Promotion Communication

Principaux supports de communication



QUALITÉ
TOURISME

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



www.lavalleedukiwi.com

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

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



LA VALLÉE DU KIWI TERRITOIRE GOURMAND



Savorez le meilleur de la Vallée du Kiwi

En direct à la ferme

Chez nos
commerçants

Nos idées de
balades à pied, à
vélo, en voiture

la VALLÉE
du KIWI
Pays d'Orthe et Angoulême





Commercialisation



QUALITÉ
TOURISME

 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La boutique



- L'Office de Tourisme a souhaité mettre en valeur le patrimoine de la Vallée du Kiwi à travers une gamme de produits représentatifs de sa richesse culturelle, sa gastronomie, son patrimoine identitaire mais aussi son côté festif haut en couleurs. L'Office de Tourisme privilégie la fabrication française ou régionale. L'étiquette prix portant le dessin d'un kiwi et la mention 100% LVK (La Vallée du Kiwi) permet d'identifier les produits fabriqués dans un rayon de 50 kms.
- Nos choix découlent de la perception que nos touristes ont de la destination mais aussi des modes et tendances ainsi que des suggestions et requêtes faites par nos clients.
- Tout nouveau produit doit rentrer dans une de ces catégories :
 - Produits griffés ou inspirés (produit avec l'image, le logo ou le nom du site)
 - Produits de création ou génériques (produits existants ayant un rapport avec la Vallée du Kiwi mais n'ayant pas été fabriqué pour nous)
 - Produits de revente (produits existants sur le marché qui ont un rapport thématique avec le site et qui peuvent être retrouvés dans d'autres boutiques).





Les supports de commercialisation

La stratégie



- En fonction de la typologie de la Vallée du Kiwi, des fiches de renseignements clients, des notes de conjoncture et des bilans d'activité de Landes Attractivité, l'Office de Tourisme définit ses cibles de clientèle (groupes, individuels, scolaires, etc...) et affine sa stratégie afin de répondre le plus précisément possible à la demande.

Les Objectifs



- Les objectifs des actions de commercialisation sont multiples.
 - Asseoir la marque La Vallée du Kiwi.
 - Aider au développement de l'activité commerciale de nos adhérents (structurer une offre autour du positionnement Vallée du Kiwi).
 - Promouvoir la destination à travers des offres produits (service groupe).
 - Donner le meilleur rapport qualité/prix au client en fonction de ses attentes.
 - Accroître les ressources financières de l'OT (développer la commercialisation et les services).



Commercialisation



QUALITÉ
TOURISME

REPUBLIQUE FRANÇAISE

Les supports de commercialisation



Groupes

Journées types et service à la carte

Continuer l'envoi aux agences de voyages et loisirs, autocaristes et associations, agences événementielles ainsi qu'aux entreprises

Espace dédié sur le site OT

Centrale de réservations Elloha

Objectif : permet de proposer aux clients une offre d'hébergements, sites et activités, avec dispos en temps réel (MAJ par les prestataires)

Évènements via Eventick'

Objectif : proposer aux clients un service de billetterie de proximité, développer les missions existantes de l'OT pour créer des habitudes auprès des habitants.



Socioprofessionnels



L'Office de Tourisme :

- accompagne les professionnels pour améliorer leurs performances (Eductour, classements...).
- participe à l'amélioration de la qualité de l'offre en incitant et accompagnant ses partenaires vers des démarches structurantes et qualifiantes (classement, labellisation...).
- implique les habitants et acteurs dans la stratégie touristique du territoire (réseau de Greeters /ambassadeurs).

Ces missions s'appuient notamment sur des temps d'échanges, et une offre de service adaptée : Eductour, groupes de travail.



Animation des réseaux

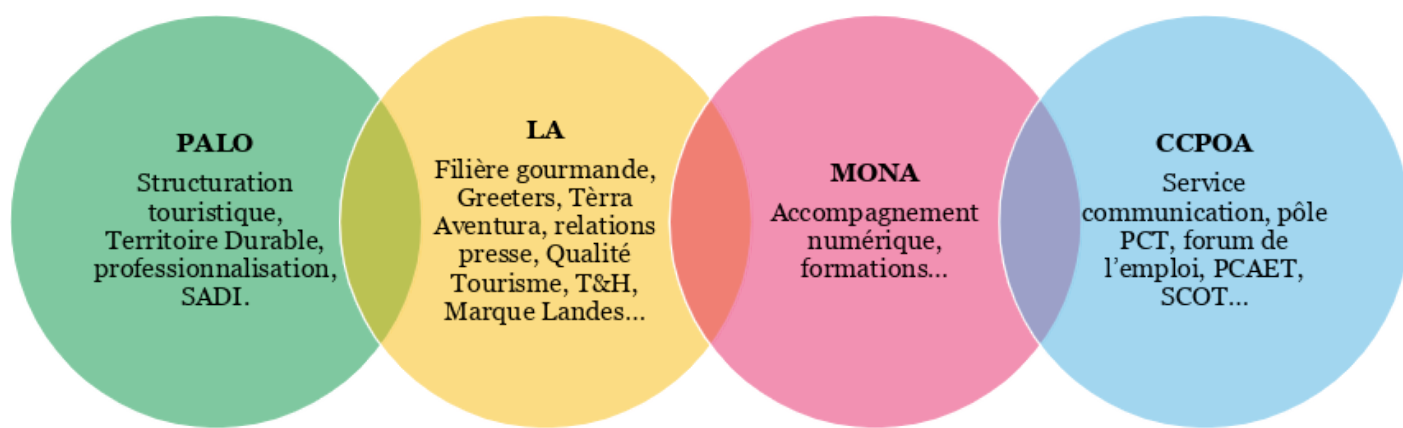


QUALITÉ
TOURISME

REPUBLICQUE FRANÇAISE

Institutionnels

L'Office de Tourisme s'appuie sur le travail en réseau pour mener des actions de structuration et de promotion de son territoire



Méthode

- Réunions
- Groupes de travail
- Formations
- Accompagnements techniques



Porteurs de projet

L'Office de Tourisme accompagne les projets d'activités touristiques sur son territoire de compétences.



Il assure les services suivants :

- Fourniture de données et indicateurs d'activité
- Accompagnement au montage de dossiers
- Mise en relation avec les interlocuteurs utiles
- Visites et suivi du projet

Outils de mesure et indicateurs



Outils de suivi / Indicateurs

Bilan des indicateurs

- Résultats d'activité, fonctionnement, satisfaction, gestion
- Bilan annuel
- Analyse satisfaction
- Retombées



Mesure d'efficacité

Ecoute client / écoute interne

- Remarques orales/écrites, avis en ligne, questionnaires satisfaction pro, réclamations
- Rôle du Conseil d'Exploitation de l'Office de Tourisme

