

# LA VALLÉE DU KIVI LE PLEIN D'ÉNERGIE

En centrant sa communication touristique sur le kiwi, le Pays d'Orthe et Arrigans parie sur l'image du petit fruit vitaminé produit sur son territoire pour booster son attractivité.

Par Nelly BÉTAILLE

Entre ses multiples atouts, le Pays d'Orthe et Arrigans a tranché. Avec « la Vallée du kiwi », c'est son « or vert », son élément différenciant, qu'il met désormais en avant dans sa marque de destination touristique. L'implantation en France du fruit néo-zélandais, « c'est bien dans la vallée des Gaves, qu'elle s'est faite pour la première fois il y a plus de 50 ans. Nous avons fait un choix fort ancré dans l'histoire du territoire » pour capitaliser en notoriété, revendique Jean-Marc Lescoute, président de la communauté de communes.

## PORTE D'ENTRÉE SUR LE TERRITOIRE

Une « image puissante » qui doit constituer « une porte d'entrée » sur ce pays aux trois rivières et aux 24 villages, entre pays dacquois, Chalosse, Béarn, Pays basque et côte sud Landes, sans pour autant masquer ses autres attributs, comme l'ont martelé les différents intervenants, lors du lancement officiel de la marque touristique, le 7 juillet dernier dans les arènes de Mouscardès. « Une terre de tradition, d'identité, avec ces arènes, berceau de la course landaise. Repère de gastronomie avec le kiwi, mais aussi le saumon et les produits du terroir. Richesse patrimoniale avec trois abbayes à Sorde, Arthous et Cagnotte, son chemin de Compostelle ou ses cinq espaces de loisirs pour la pêche et les activités nautiques... », égrène notamment Robert Bachère, président de l'office de tourisme, créé en 2017, à la suite de la fusion des communautés de communes de Pouillon et du Pays d'Orthe.

## UNE MARQUE PATIEMMENT CONSTRUITE

« Des lancements de destination, on n'en voit pas tous les jours », observe Sandy Causse, directrice de l'agence



© Kiwiladour

## L'OFFICE DE TOURISME DE LA VALLÉE DU KIVI EN CHIFFRES

**230 000 euros de budget** dont 120 000 euros de subvention de la communauté de communes du Pays d'Orthe et Arrigans  
Effectif : **3 équivalents temps complet** et un renfort d'été

**1 bureau touristique** à Peyrehorade ;  
**9 points d'accueil** répartis sur le territoire et une information sur les lieux d'animation

L'office de tourisme est détenteur des marques Qualité tourisme et Tourisme et handicap, charté tourisme durable avec le Pôle d'équilibre territorial et rural Adour Landes Océanes



Landes Attractivité, qui depuis son arrivée dans les Landes en 2016 a vu la naissance de Bisca Grands Lacs et Landes Atlantique Sud. « Celle-ci est le fruit de plusieurs années de travail de la communauté de communes et de l'office de tourisme qui se sont pleinement emparés du sujet, pour définir une stratégie pertinente et ambitieuse. » Au départ : un diagnostic posé par Landes Attractivité qui était encore le comité départemental de tourisme, suivi d'une étude de positionnement confiée à l'agence Émotio Tourisme, pour aboutir, début 2023, aux premiers visuels, outils de communication (site internet et réseaux sociaux) et produits dérivés, financés par les 50 000 euros annuels collectés dans le cadre de la taxe de séjour mise en place en janvier 2022, et qui doit désormais permettre d'abonder le budget pour de nouvelles actions, comme la mise en place d'une signalétique à l'entrée des villages.

### 150 AMBASSADEURS

« Il reste maintenant à faire vivre cette marque », exhorte Francine Pozzar, vice-présidente de l'office de tourisme, hébergeuse à Ossages depuis 40 ans, qui invite les 150 partenaires à devenir ses ambassadeurs en la relayant

sur leurs sites professionnels, blogs, réseaux... Avant de reprendre dès septembre, de nouveaux groupes de travail sur l'hospitalité territoriale, le kiwi, la communication, la commercialisation ou la billetterie.

## BERCEAU DU KIVI EUROPÉEN

Implantée dans les années 1960 dans la vallée de l'Adour, la culture du kiwi importé de Nouvelle-Zélande, s'étend désormais sur 1 200 hectares, le long de la rivière des Gaves et de l'Adour, dans les Landes (60 % de la surface), les Pyrénées-Atlantiques (35 %), le Gers et les Hautes-Pyrénées (5 %) pour une production moyenne de 20 000 tonnes de la variété Hayward, soit un quart de la production française, dont 4 300 tonnes sous les labels officiels IGP et Label rouge.

Source : Qualité Landes