

# MÉMENTO DE L'ECODESTINATION

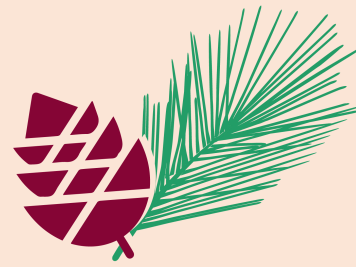
Offices de tourisme & partenaires



Parc  
naturel  
régional  
des Landes  
de Gascogne  
Une autre vie s'invente ici

# MÉMENTO DE L'ECODESTINATION

## Sommaire



### Projet Ecodestination

|                     |      |
|---------------------|------|
| ○ Enjeux de l'APR   | p.3  |
| ○ Stratégie commune | p.4  |
| ○ Le territoire     | p.5  |
| ○ L'équipe          | p.6  |
| ○ GPECT             | p.7  |
| ○ SADI              | p.8  |
| ○ Promesse client   | p.9  |
| ○ Programme 2019    | p.10 |

### Groupes actions

|                                           |      |
|-------------------------------------------|------|
| ○ Dream Team : marketing                  | p.12 |
| ○ P'tis chats : charte                    | p.13 |
| ○ Bienvenue au projet : porteur de projet | p.14 |
| ○ Crew 3.0 : numérique                    | p.15 |
| ○ Sadi Quoi : info / FMA                  | p.16 |

### Ressource

|                         |      |
|-------------------------|------|
| ○ Transition écologique | p.17 |
| ○ Veille et partage     | p.18 |

### Outils prestataires

|                                          |      |
|------------------------------------------|------|
| ○ Accompagnement du réseau Imaginaterres | p.19 |
| ○ Typologies prestataires                | p.20 |
| ○ Mise en réseau                         | p.21 |
| ○ Qualification                          | p.22 |
| ○ Veille                                 | p.25 |
| ○ Formation (PLP)                        | p.26 |
| ○ Fabrique à projets                     | p.27 |
| ○ Forum                                  | p.28 |

|                        |      |
|------------------------|------|
| Partenaires financiers | p.29 |
|------------------------|------|

# PROJET ECODESTINATION

## Enjeux de l'appel à projet



### Appel à projet NOTT

(Nouvelle Organisation Touristique des Territoires)

**Objectifs :** Accompagnement des OT vers leur montée en compétences suite à la loi NOTRe



#### 4 orientations :

- **Professionnaliser** les personnels des institutions publiques du tourisme (OT, EPCI) et les prestataires touristiques ;
- **Qualifier** l'offre touristique des territoires ;
- Définir une stratégie **numérique** partagé ;
- Monter en **compétences des offices de tourisme** dans les évolutions de leurs missions, dans leur politique d'amélioration de l'accueil des clientèles, dans le suivi de l'observation et dans l'optimisation de leurs ressources.



- ☐ Participation de 50% de l'animation de la mission
- ☐ Contribution aux actions de professionnalisation
- ☐ En 2019 : trentaine de territoire NOTT
- ☐ Soutien technique : MONA

#### NOTT voisins

- Gascons de Bordeaux
  - Entre deux Mers
- Adour Landes Océanes
  - Landes Intérieures
- Mimizan Bisca Gds Lacs

# PROJET ECODESTINATION

## Stratégie commune tournée vers l'exemplarité

### AXE 1 // AGIR AU SERVICE DE LA PERFORMANCE DES PRESTATAIRES

- Qualification de l'offre
- Accompagnement des prestataires
- Accueil porteurs de projet
- Professionnalisation des acteurs

### AXE 2 // PARTAGER ET PROMOUVOIR LA POSITION ECO DESTINATION

- Fédérer les acteurs
- Innover pour se démarquer et anticiper
- Valoriser le concept d'Eco destination

### AXE 3 // STRUCTURER ET ORCHESTRER L'ORGANISATION TOURISTIQUE LOCALE

- Optimiser les ressources financières
- Perfectionner les compétences techniques
- Renforcer l'organisation

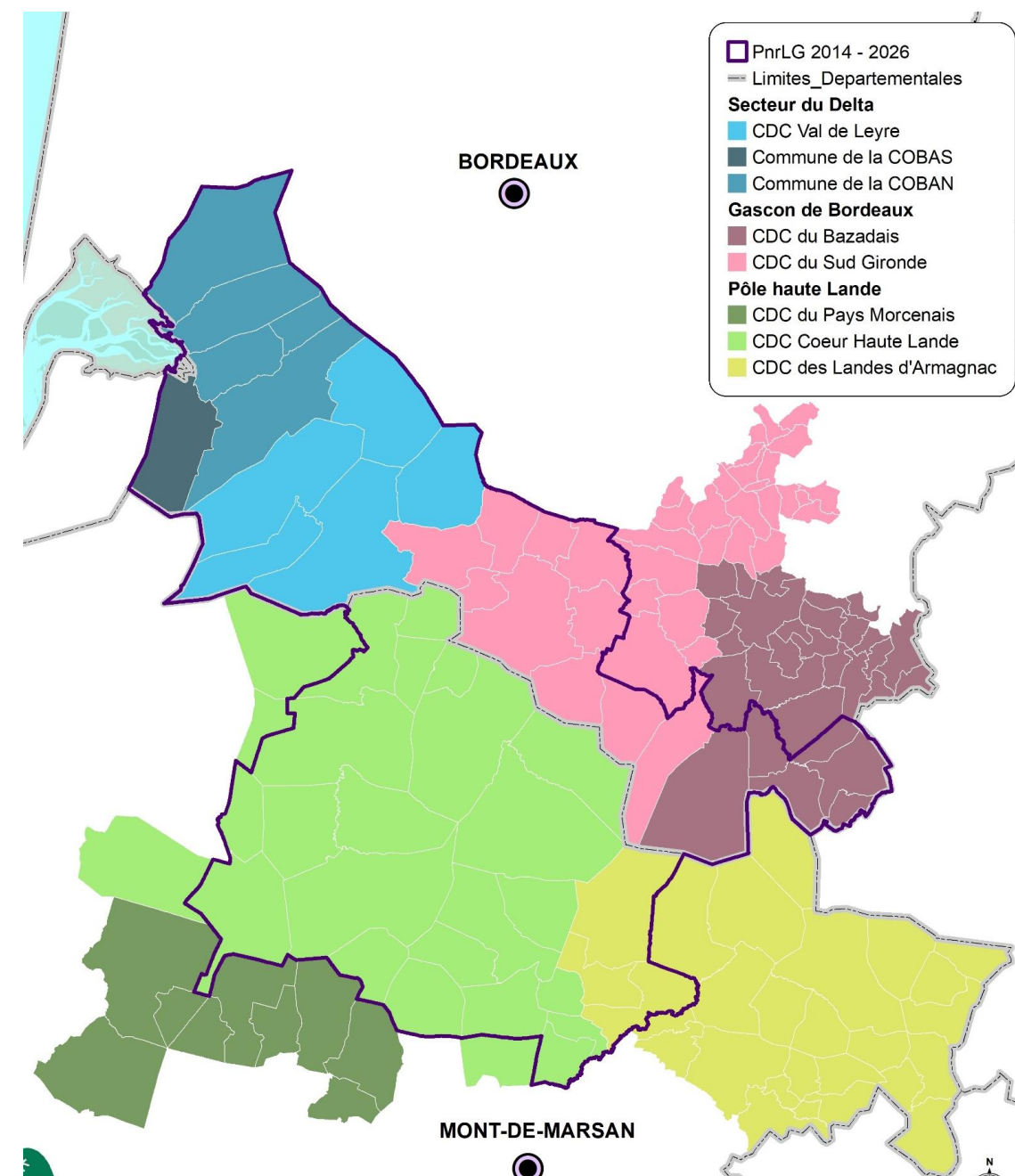


# PROJET ECODESTINATION

## Le territoire de projet

152 communes

- ❖ Parc naturel régional des Landes de Gascogne (52 communes)
- ❖ 6 territoires
  - Secteur du DELTA
    - Val de Leyre : 5 communes
    - Cœur du Bassin (COBAN) : 5 communes
    - Le Teich (COBAS) : 1 commune
  - Pôle Haute Lande :
    - Landes d'Armagnac : 27 communes
    - Pays Morcenais : 9 communes
    - Cœur Haute Lande : 26 communes
- ❖ Territoire partenaire conventionné : *Gascon de Bordeaux*
  - Sud Gironde : 37 communes
  - Bazadais : 31 communes



# PROJET ECODESTINATION

## Une équipe au service du développement local

### PNR Landes de Gascogne

Béatrice RENAUD

Caroline LE ROY

Frédéric GILBERT

Mathilde FRAIGNEAU

Géraldine LEFLAMAND

### Equipements du Parc

Denis RICHARD

Véronique HIDALGO

### OT Cœur du Bassin

Emmanuelle LAVERHNE

Céline MAXWEL

Nadia SERTIC

Béatrice BUSQUET

Anthony FAVIER

Salah BOUACHARI

Lucien FLAMBEAUX

Cindy LEDRU

Charlène BENABEN

### OT Le Teich

Ghyslaine GEL

Gwendoline BAZINGETTE

Sandrine LEDRU

Laurence BECK

Anthony FAVIER

### OT Val de Leyre

Virginie CHOT

Mathilde LASSON

### OT des Landes d'Armagnac

Dominique DEJEAN

Elise CASSAIGNE

Marie-Carmen ZECCHIN

Danielle GUIL

### CC Cœur Haute Lande

Blandine CORREGE

### OT Pays Morcenais

Viviane HAMMANI

### OT du Bazadais

Frédérique MINET

Elodie FARGEAUDOUX

Inès CHARNI

### OT Sauternes Graves Landes Gironnines

Lucille DUCALET

Céline PEREZ

Marjorie DOUMERC

Mélanie GARBAYE

Sandra BONNELIE

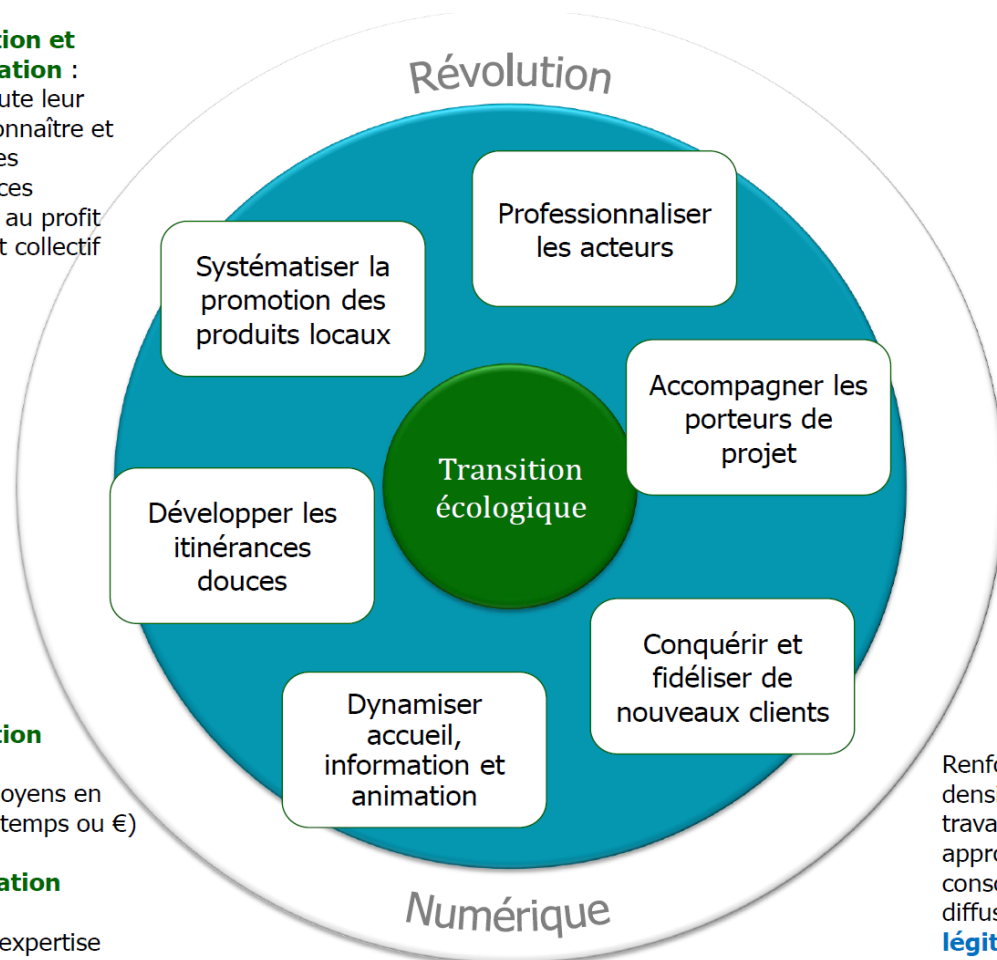


# PROJET ECODESTINATION

## Socle commun : GPECT

**Coopération et mutualisation :**  
 Donner toute leur force, reconnaître et valoriser les compétences existantes au profit d'un projet collectif

**Coopération**  
 Mise de moyens en commun (temps ou €)  
**Mutualisation**  
 Partage d'expertise



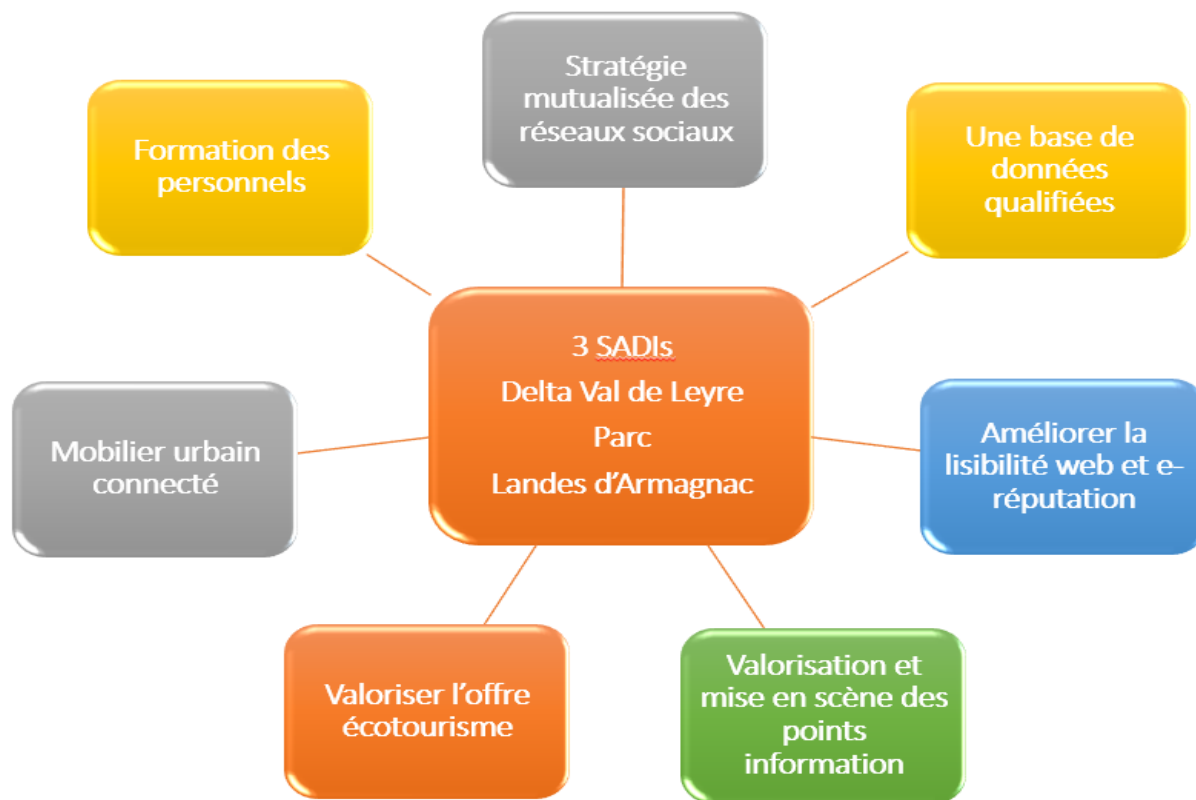
- 
**Concepteur (CN)**  
 Créatif, résout les problèmes difficiles
- 
**Promoteur (PM)**  
 Extraverti, enthousiaste, saisit les opportunités
- 
**Coordinateur (CO)**  
 Mature, confiant, délègue
- 
**Propulseur (PP)**  
 Dynamique, fonceur
- 
**Priseur (PR)**  
 Modéré, stratégique
- 
**Soutien (SO)**  
 Sociable, coopératif
- 
**Organisateur (OR)**  
 Discipliné, méthodique
- 
**Perfectionneur (PE)**  
 Conscientieux, efficace
- 
**Expert (EX)**  
 Déterminé, autonome

Renforcer et densifier le cadre de travail par une approche consommateurs, diffuser une **légitimité client**



# PROJET ECODESTINATION

## Socle commun : SADI

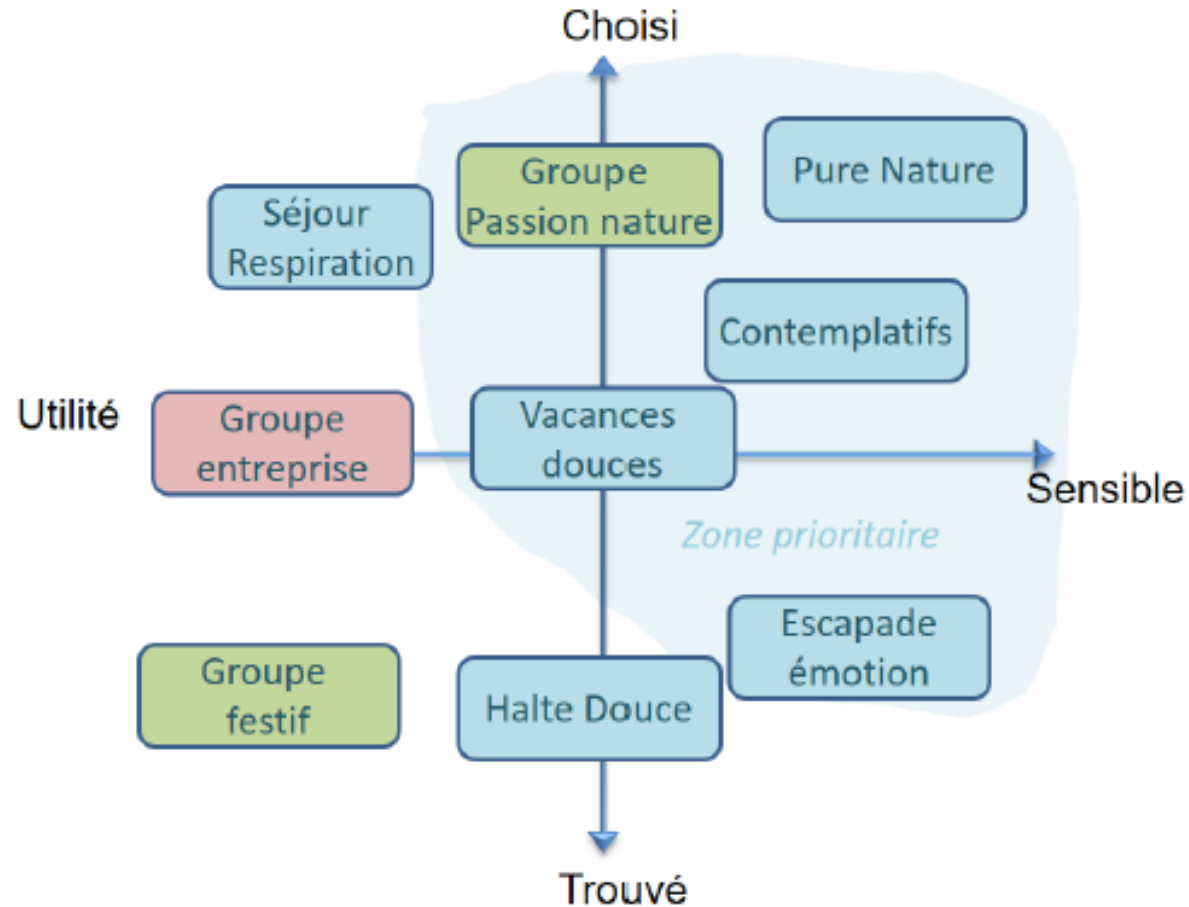


| L'ACCUEIL 2.0                                                                                                                                                                                                                                                    | LE PNR LG, UN TERRITOIRE ACCUEILLANT                                                                                                                                                                                                                              | LA DIFFUSION DE L'INFORMATION                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Améliorer la visibilité du Parc sur le web</li> <li>-Proposer des sites web performants aux clientèles</li> <li>-Mettre en place une stratégie réseaux sociaux</li> <li>-Développer les nouveaux contenus web</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Proposer des équipements et services pour un accueil de qualité</li> <li>-Fédérer les partenaires</li> <li>-Améliorer l'accueil des points infos du Parc</li> <li>-Proposer des outils expérientiels d'accueil</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Améliorer les documentations</li> <li>-Proposer de nouvelles documentations</li> <li>-Diffuser l'information de manière efficace</li> <li>-Initier une démarche GRC</li> </ul> |

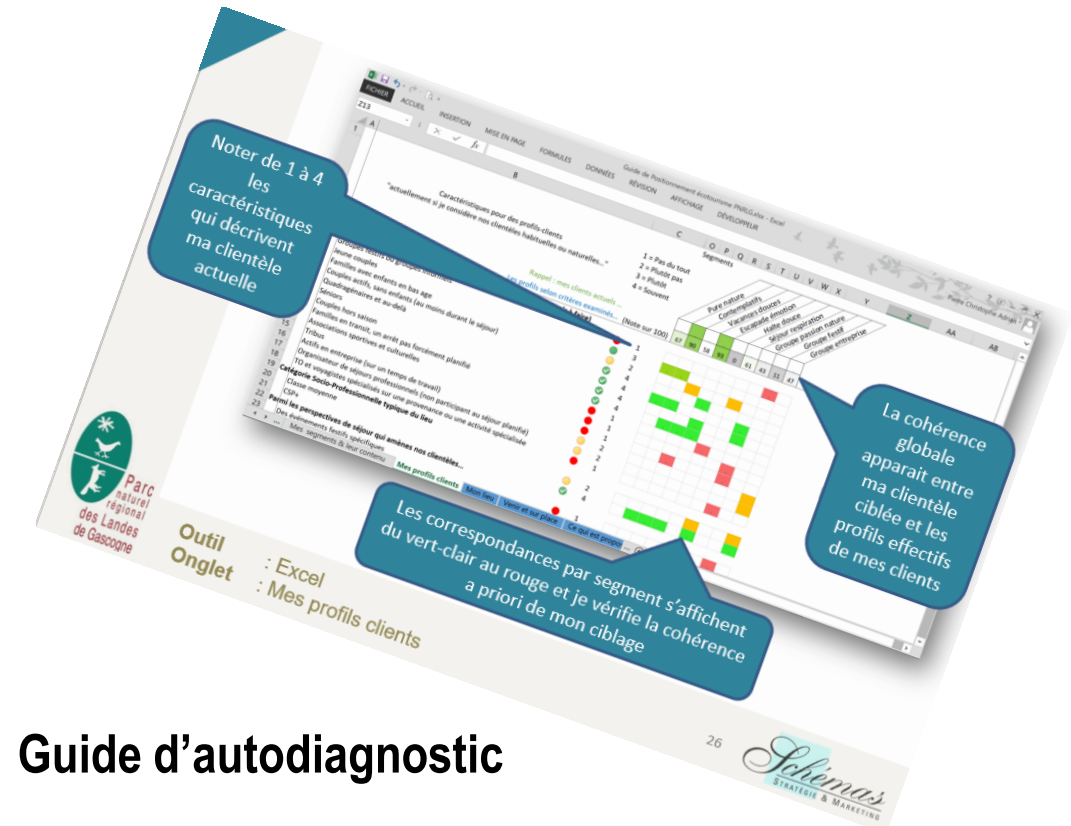


# PROJET ECODESTINATION

## Socle commun : Promesse client



DRIVE



Guide d'autodiagnostic

# PROJET ECODESTINATION

## Programme 2019

### Organisation touristique

#### Action 1 : Animation du projet Ecodestination

#### Action 2 : Evènements fédérateurs

- 2.1 Slow-minaire inter offices de tourisme
- 2.2 Forum annuel du tourisme durable

### Qualification

#### Action 3 : Déploiement de la charte écotourisme

- 3.1 Suivi individuel (aide à la transition énergétique, déclinaison de la promesse client)
- 3.2 Rencontres collectives et groupes de travail

#### Action 4 : Accompagnement des porteurs de projets : « bienvenue au projet, acte 2 »

#### Action 5 : Tourisme pour tous

#### Action 6 : Fabrique à idée

- 6.1 Green nudge marketing sur les déchets

### Professionnalisation

#### Action 7 : Formations des prestataires

- 7.1 Développement durable : déchets, jardin
- 7.2 Valorisation des ressources : astronomie et biodiversité nocturne, fontaines et légendes
- 7.3 Marketing : design de l'offre

#### Action 8 : Formations des OT

- 8.1 SAV coaching
- 8.2 Développement durable

### Numérique

#### Action 9 : Vidéothèque

- 9.1 Coupés décalés
- 9.2 Teasers micro-aventures



# GROUPE ACTIONS

## Equipe





# GROUPE ACTIONS

## Marketing



### Coaching marketing

**SANDRA**  
Commerciale  
bienveillante



**CAROLINE**  
Facilitatrice  
militante



### Schéma stratégique



**VIRGINIE**  
Pivot  
Riante



### Fiches personae

**BLANDINE**  
Couteau  
suisse  
angélique



### Catalogue commercial



**ÉLISE**  
Historienne  
imaginaire

### Parcours client

**DREAM  
TEAM**

## OUTILS

- ☐ Compte-rendu du coaching marketing :  
Schéma marketing de l'Ecodestination :  
*Développer et promouvoir une offre d'escapades éco-positives répondant à la promesse client de l'Ecodestination Landes de Gascogne –*
- ☐ EN COURS :
  - ✓ Réalisation des fiches personae
  - ✓ Création du catalogue commercial
  - ✓ Identification du parcours client

# GROUPE ACTIONS

## Charte



**Les P'tits Chats** *Adviser*



## OUTILS

- ☐ Référents « prestataires »
- ☐ Identification acteurs écotouristiques « Imaginaterres »
- ☐ Binôme déploiement de la charte Ecotourisme
- ☐ Co-construction du plan de progrès
- ☐ Participation au comité de validation des « Imaginaterres Chartés »



# GROUPE ACTIONS

## Accueil de porteur de projet



## OUTILS

- ☐ Aide à l'installation et diversification (voire reprise)
- ☐ Accompagnement et développement de projet
- ☐ Référent institutionnel et consulaire (+ groupe de travail MONA)
- ☐ Aide rédaction business plan
- ☐ EN COURS :
  - *Répertoire de ressources interne*
  - *Partenariat conventionné institutionnel et consulaire*

# GROUPE ACTIONS

## Numérique



Anthony



Crew  
3.0

Mathilde



Dominique



Blandine



Géraldine



Élodie



Lucille



Mathilde L.



## OUTILS

- ☐ Alimentation des réseaux sociaux
- ☐ Stratégie contenu
- ☐ Alimentation [Instagram Parc](#)
- ☐ Coordination de la page [Facebook Un Eyre de Pays](#)

(par notre Ninja Instagrammable – Antho)

# GROUPE ACTIONS

## INFO-FMA



## OUTILS

- ☐ Référents (3 SADIs : Delta, PNR et Landes d'Armagnac)
- ☐ Gestion des éditions et de la diffusion
- ☐ Référents SirtAQUI



# COMMUNICATION INTERNE

## Transition écologique



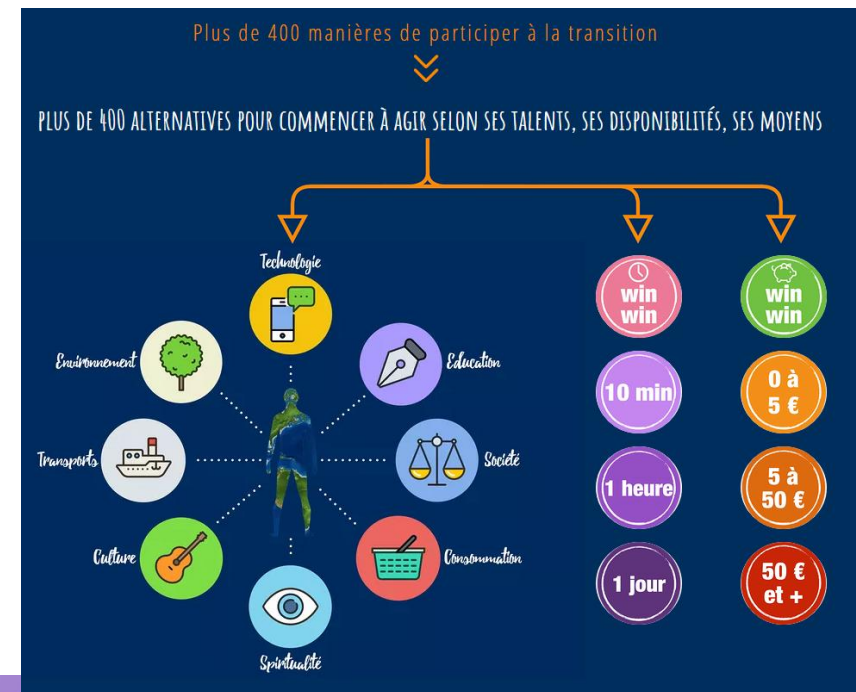
### Eco défis

- Tous les 10 jours, un défi pour la planète.
- On agit et on like

### Ecologie numérique

Le réflexe **FRAMASOFT** (Doodle, Google Calendar, ...)

<https://degooglisons-internet.org/fr/>



### En cours

- Guide des écogestes au bureau et tableau de suivi
- Cloud éco-responsable : serveur de stockage
- Web-séminaire « Adobe Connect »

### Framasoft

Changer le monde,  
un octet à la fois

Framasoft, c'est une association d'éducation populaire, un groupe d'amis convaincus qu'un monde numérique émancipateur est possible, persuadés qu'il adviendra grâce à des actions concrètes sur le terrain et en ligne avec vous et pour vous !

Soutenez nos actions





# COMMUNICATION INTERNE

## Veille et partage



### Les supports

❑ News Mail : Les actus de l'Ecodestination  
*Mail hebdomadaire synthétique sur les actualités du projet*

❑ Groupe privé Facebook Ecodestination  
*Partage des évènements OT, défis Ecodestination*

❑ [Flipboard](#) : innovations développement durable  
*Articles de veille*

❑ Drive : OT et Prestataires  
*Documents stockés*

❑ Extranet du Parc :  
*Supports officiels et protocole (administratif)*

### En cours

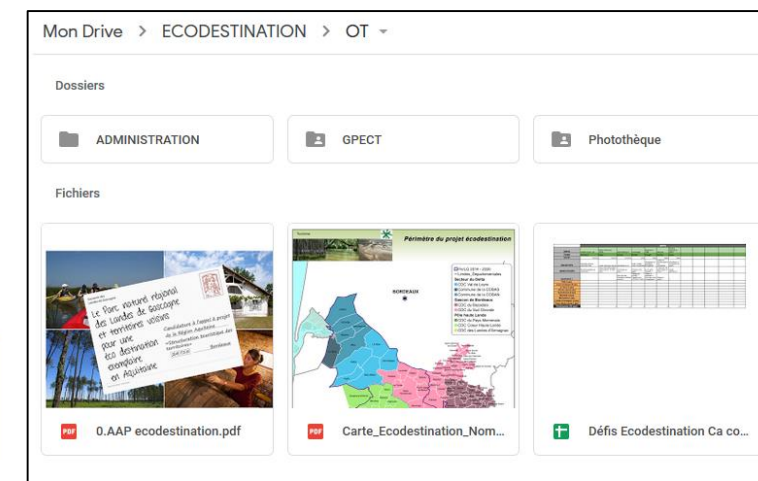
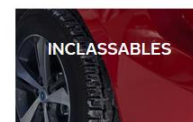
○ FramAgenda (partage de nos calendriers)



### CAROLINE LE ROY

Veille sur les innovations écotouristiques et revues de presse territoriales dans le PNR des Landes de Gascogne. Votre objectif si vous l'acceptez, faire des Landes de Gascogne, une écodestination touristique exemplaire en Nouvelle Aquitaine.

21 AJOUTS | 13 MAGAZINES | 5 ABONNEMENTS



# OUTILS PRESTATAIRES

## Accompagnement du réseau

**GUIDE D'ACCOMPAGNEMENT**  
**Le Cercle des Imaginaterres**  
*Développons ensemble un autre tourisme*



**CATALOGUE 2019**  
**Le Cercle des Imaginaterres**  
*Programme local de professionnalisation*



# OUTILS PRESTATAIRES

## Mise en réseau



**Nouveau**



REJOIGNEZ UN CERCLE D'UN NOUVEAU GENRE, ENTREZ DANS LA DANSE, PUSSEZ LES PORTES D'UN MONDE QUE L'ON SOUHAITE MEILLEUR ET **DÉCOUVREZ LE VRAI SENS DES NOUVELLES ESCAPADES ÉCO-POSITIVES** AU COEUR DU BASSIN D'ARCACHON, DE LA FORÊT DES LANDES, DE LA RÉSERVE NATURELLE DU TEICH, DU PARC NATUREL DES LANDES DE GASCogne OU **DES VIGNOBLES DU BORDELAIS.**

DEMAIN, REJOIGNEZ LE CERCLE DES IMAGINATERRES, UN RÉSEAU D'ACTEURS QUI PARTAGENT VOTRE PHILOSOPHIE DU

VOYAGE ET VOS ENVIES DE DÉCOUVERTE.

COMMENT LES RECONNAÎTRE ?

GRÂCE À UN LOGO, UN EMBLÈME RECONNAISSABLE PARTAGÉ PAR TOUS ET TRADUISANT VOS VALEURS, CELLES QUI SONT AUSSI LES NÔTRES.

IMAGINATERRE, N.M. :

INDIVIDU GÉNÉREUX, OUVERT AUX AUTRES, SENSIBLE AU MONDE QUI L'ENTOURE, AMATEUR DE BELLE NATURE, DE GRANDS ESPACES, AMOUREUX DE L'OCÉAN AUTANT QUE DE LA FORÊT, EN QUÊTE D'AUTHENTICITÉ.

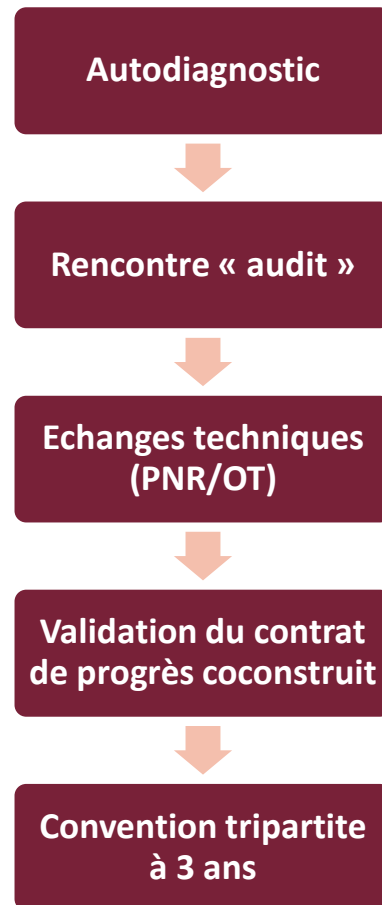
**SI VOUS AUSSI, VOUS FAITES RIMER VOYAGE ET PHILOSOPHIE, VOUS ÊTES CURIEUX DE MIEUX CONNAÎTRE LES LIEUX QUE VOUS TRAVERSEZ, VOUS AVEZ À COEUR D'ÉCHANGER AVEC LES HOMMES QUI LES FONT VIVRE... ALORS....**

# OUTILS PRESTATAIRES

## Qualification de l'offre



**Signe de reconnaissance ≠ label qualité**  
**Démarche volontaire ≠ marque territoriale**  
**Principes d'engagement ≠ critères à respecter**



## PRINCIPES D'ENGAGEMENT

- La connaissance et valorisation du territoire et l'implication de la vie locale
- La consommation et communication responsable
  - L'intégration paysagère et l'écoconstruction
- L'accueil et la préservation de la biodiversité
- La gestion environnementale de l'établissement
- Le management, le développement durable et professionnalisation.



# OUTILS PRESTATAIRES

## Qualification de l'offre



## La marque « VALEURS PARC NATUREL REGIONAL »

*Nos valeurs sont vos valeurs*

Une démarche spécifique des Parc naturels régionaux et valorisante pour les acteurs socio-professionnels du territoire.

- Une référence nationale
- Un référentiel et corpus de critères
- Une démarche volontaire et une plus-value pour les entreprises du territoire
- Un site dédié national :

[www.parcs-naturels-regionaux.fr/consommer-parc](http://www.parcs-naturels-regionaux.fr/consommer-parc)



### Prestations concernées

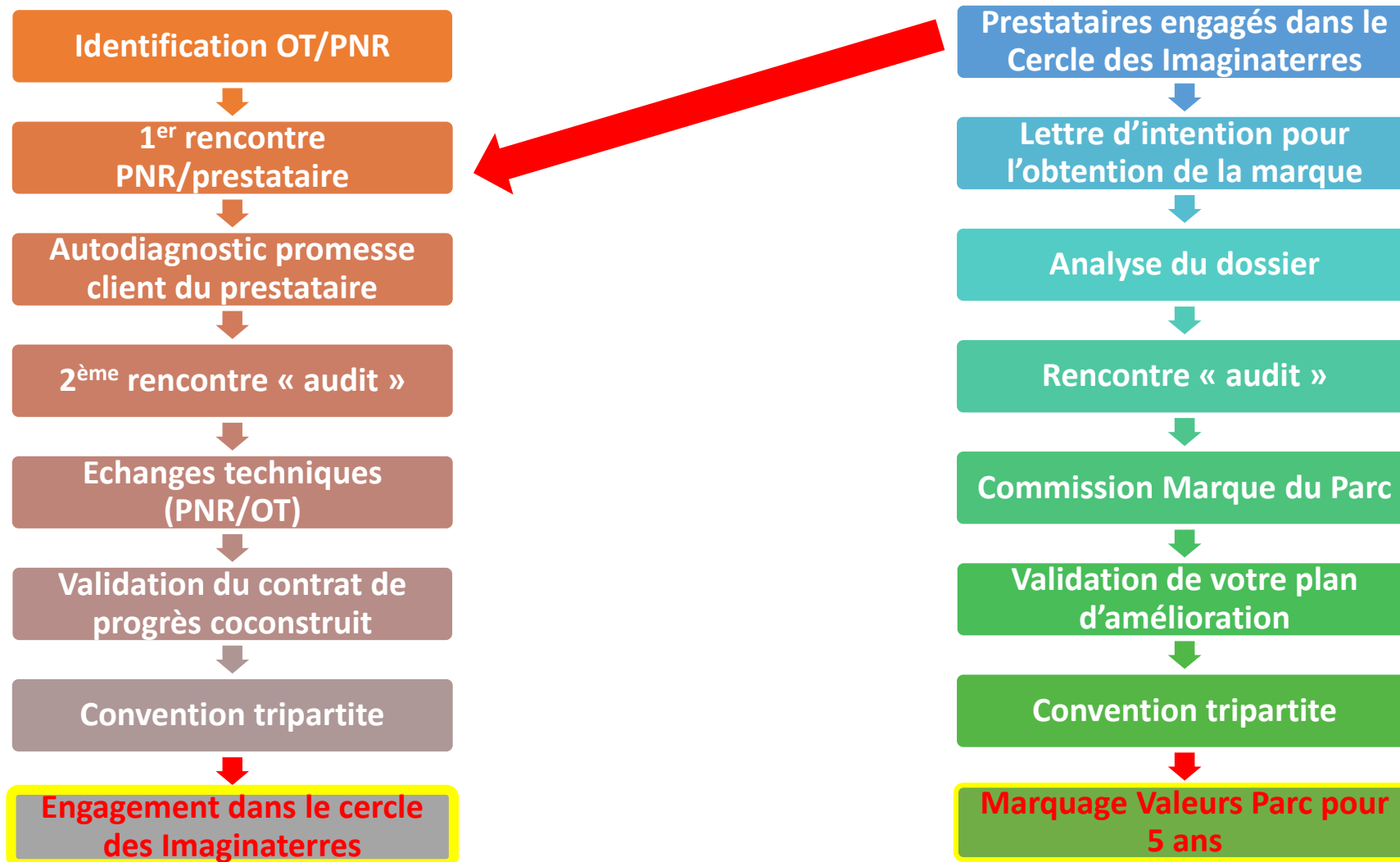
- ✓ Location de canoë / kayak
- ✓ Prestations nautiques encadrées
- ✓ Hébergements (en cours)

### 3 valeurs à cette démarche

- o Dimension humaine
- o Ancrage territorial
- o Environnement préservé

# OUTILS PRESTATAIRES

## Qualification de l'offre



# OUTILS PRESTATAIRES

## Veille et prospective



## Un site pro dédié *(mise à jour en cours)*

### Objectifs :

- Informer les acteurs sur les actualités du réseau ;
- Recenser les outils mis à disposition du réseau ;
- Diffuser des bonnes pratiques.

### Contenu :

- Actus et contact
- Démarche écotourisme
- Communication / marketing
- Territoires et patrimoines



Mais aussi ...





# OUTILS PRESTATAIRES

## Formations – actions de professionnalisation

### 3 thèmes :

- Culture marketing
- Gestion environnementale
- Connaissances du territoire et des patrimoines

### Différents formats

- Sensibilisation
- Groupe de travail
- Formation - action

Rencontres  
Portes-ouvertes

Nouveau

# PLP 2019

## Programme local de professionnalisation





# OUTILS PRESTATAIRES

## Fabrique à projets



## Laboratoire d'innovation territoriale

### Approche « *green nudge marketing* »

(économie comportementale et marketing incitatif)

- Groupes de réflexion : **l'intelligence collective** au service du territoire
- Vers la mise en place **d'outils ludiques** éco-responsables
- Démarche **volontaire** et ouverte à tou.te.s



# OUTILS PRESTATAIRES

## Forum annuel



## LE RENDEZ-VOUS ANNUEL DES ACTEURS DU TOURISME

### Un format qui fonctionne

- Conférence prospective
- Tables rondes - retours d'expérience
- Actus Ecodestination
- Ateliers de passage à l'acte



# Programme réalisé avec le soutien financier et technique

Conseil régional Nouvelle Aquitaine, Parc naturel régional des Landes de Gascogne, Communauté d'agglomération Bassin d'Arcachon Nord, Office de tourisme Cœur de Bassin, Communauté d'agglomération Bassin d'Arcachon Sud, Office de tourisme Le Teich, Communauté de communes du Val de Leyre, Communauté de communes Cœur Haute Lande, Communauté de communes du Pays Morcenais, Syndical mixte des Landes d'Armagnac, Conseil départemental des Landes, Conseil départemental de la Gironde, Programme LEADER pôle Haute Lande.



*Dans le cadre de l'appel à projet régional Nouvelle Organisation Touristique des Territoires*  
**LE PARC NATUREL RÉGIONAL DES LANDES DE GASCogne ET TERRITOIRES VOISINS,**  
**POUR UNE ÉCODESTINATION EXEMPLAIRE EN NOUVELLE-AQUITAINE**