

# LE RAPPORT D'ACTIVITÉS 2018



# SOMMAIRE

1. Identité	page 3
2. Tendance 2018	page 4
3. Fréquentation physique	page 5
4. Qualité	page 7
5. Promotion	page 8
6. Finances	page 10
7. Commercialisation	page 12
8. Navettes	page 13
9. Plages	page 14
10. Chantiers 2019	page 15



## CÔTE LANDES NATURE TOURISME

**Statut**

Office de Tourisme communautaire ayant le statut de Service Public Industriel et Commercial (SPIC). Sa gestion comptable est sous la responsabilité du percepteur de la Trésorerie de Castets

**Comité de direction**

composé de 14 élus communautaires  
5 socio professionnels  
5 responsables associatifs  
**Président** : M Yves Saint-Martin (maire de Taller, vice-président de Côte Landes Nature)  
**Vice président** : M Jean Watier (association touristique de Lit-et-Mixe)

**représente****10 communes**

Castets  
Léon  
Lévignacq  
Linxe  
Lit-et-Mixe  
Saint-Julien-en-Born  
Saint-Michel-Escalus  
Taller  
Uza  
Vielle-Saint-Girons

4 Bureaux d'Information Touristique ouverts à l'année :  
Castets | Léon | Lit-et-Mixe  
Saint-Julien-en-Born  
en saison dispositif d'accueil hors les murs

## MISSIONS

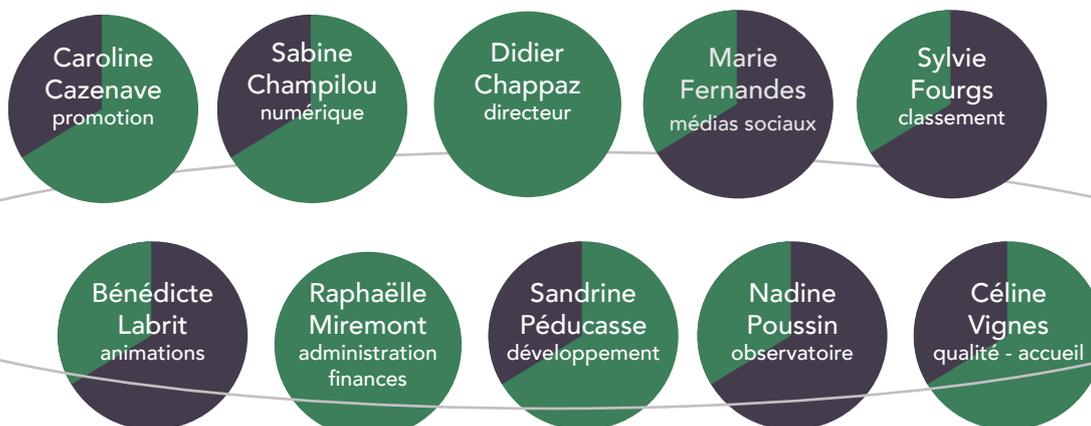
- accueil et information du public
- promotion du territoire
- coordination des divers partenaires du développement touristique local
- observation touristique
- conception et commercialisation de produits touristiques
- accompagnement pour le classement des meublés
- consultant sur les projets d'équipements collectifs touristiques
- gestion de la taxe de séjour pour l'intercommunalité
- gestion des transports touristiques

En 2018  
< 376 heures de formations pour  
10 employés  
< = 37,60 heures soit  
5,3 jours

## UNE ÉQUIPE DE PROFESSIONNELS

10 salariés permanents à temps plein  
dont 1 directeur

1 conseiller en séjour saisonnier d'avril à septembre  
4 conseillers en séjour saisonniers en juillet et août



## MONDE & FRANCE

Le bilan touristique pour le premier semestre 2018 et la saison estivale est très satisfaisant, du fait de la bonne dynamique des arrivées internationales et malgré un ralentissement de la fréquentation des touristes français en juillet.

Au total, sur les huit premiers mois de 2018, la fréquentation touristique progresse de 2,3 %.

L'ensemble des chiffres confirment la contribution déterminante du tourisme international et européen à la croissance des recettes du secteur en France, alors que les Français partent davantage à l'étranger.

D'après les chiffres publiés par l'Insee, la plupart des régions au nord de la France métropolitaine (exception faite de la Bourgogne Franche-Comté) affiche des chiffres en progression, quand le Sud Est à la baisse.

Île de France  
+7,7%

Auvergne Rhône  
Alpes  
-2,4%



Normandie  
+5,3%

Provence Alpes  
Côte d'Azur  
-2%

## EN NOUVELLE AQUITAINE

Après une année 2017 record, difficile de faire mieux. D'autant qu'en 2018, le printemps et le mois de juillet ont été particulièrement décevants.

L'arrière saison a toutefois permis de rattraper le niveau de 2017, grâce notamment à la clientèle étrangère.

Et c'est bien ce qui ressort du bilan annuel du Comité Régional du Tourisme. Cette année, près de 60 000 touristes étrangers supplémentaires ont été hébergés dans les campings, hôtels et locations privées de la région Nouvelle-Aquitaine.

La région est donc de plus en plus appréciée par les touristes internationaux, et un peu moins par les Français.

+0,1% de nuitées par rapport à 2017  
Hôtels -2,4%  
Campings -0,1%  
Autres +3,6%

3 départements en hausse  
Gironde +2,7%  
Corrèze +2,2%  
Creuse +6,1%

3/4 des nuitées dans les campings concentrées sur 2 mois d'été

## DANS LES LANDES

Dans les Landes, le Comité Départemental du Tourisme dresse un bilan très mitigé. Le bilan de l'avant saison n'est pas satisfaisant. Une mauvaise météo, un calendrier défavorable avec peu de longs week-ends font que le niveau d'activité a été inférieur à celui de 2017.

Du côté de la haute-saison (mi-juillet - mi-août): les acteurs du tourisme landais sont satisfaits de la fréquentation. Néanmoins,

la moitié des professionnels répondants ont estimé que la fréquentation était en baisse par rapport à la haute saison 2017.

Enfin, l'arrière saison (septembre) démontre une fréquentation tout à fait satisfaisante même si légèrement inférieure à celle de 2017.

C'est donc l'activité favorable du mois de septembre qui a permis de terminer la saison sur une note positive. Sans rattraper

complètement la perte du début de saison, cela a permis de l'atténuer...



## FRÉQUENTATION PHYSIQUE

Combien ?

Qui ?

**29 428**  
**contacts**

en 2018 soit - 13,5%  
par rapport à 2017

La clientèle française domine toujours très largement le marché. Côté étrangers, la clientèle allemande est toujours en première position suivie de près par la clientèle espagnole, très présente notamment sur le bureau de Léon.

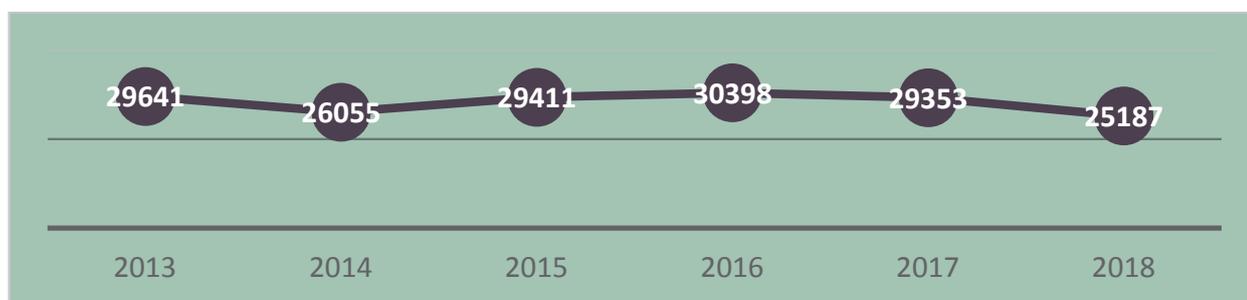


**3 430**  
contacts par  
téléphone  
-8%

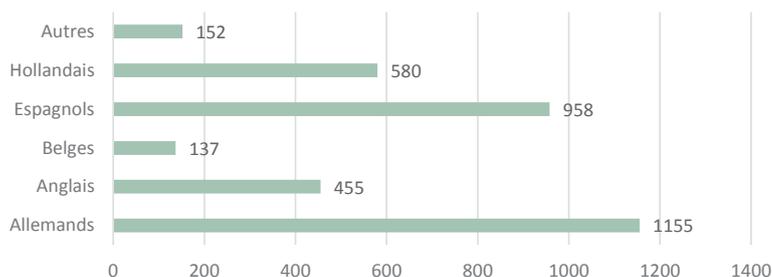
**377**  
contacts par  
mail  
-17,8%

**434**  
brochures  
envoyées par  
courrier  
-8,6%

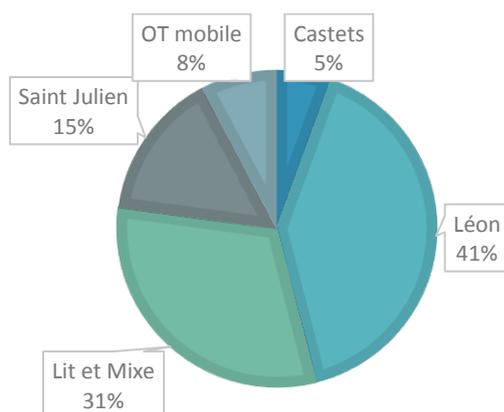
## Evolution de la fréquentation physique CLNT



## Fréquentation étrangère en 2018, tous BIT confondus



## Répartition de la fréquentation totale par BIT



## En bref ?

La fréquentation de l'ensemble des BIT a chuté, les bureaux de Castets et Saint-Julien subissant la baisse la plus importante, -24% par rapport à 2017. Les bureaux de Léon et Lit-et-Mixe enregistrent de leur côté une baisse d'environ 11%.

L'OT mobile ne résiste pas non plus avec -13% de fréquentation.

## ACCUEIL HORS LES MURS

	Linxe		Saint Girons Plage		Cap de l'Homy		Contis		total	
	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017
<b>Van'iti</b> en nombre de visiteurs	352	530	404	736	482	523	287	462	1525	2 251
<b>Van'iti</b> en nombre d'heures	105h	105h	35h	32h30	35h	30h	36h	35h30	211h	203h
<b>Kangoo</b> des plages	-	-	420 30h	-	-	-	-	-	-	-

### En bref ?

Malgré une pleine saison très ensoleillée, et l'ajout d'un véhicule, l'Office de Tourisme mobile est en recul par rapport à 2017. La présence sur Linxe enregistre la chute de fréquentation la plus importante. NOUVEAU en 2018, la présence d'un véhicule «Kangoo des plages» les mardis et mercredis après-midis sur Saint-Girons plage.



## SERVICE WIFI

L'accès wifi gratuit est disponible à notre clientèle dans nos 4 Bureaux d'Information Touristique et sur le centre de la commune de Lévigacq.

	Lit et Mixe	Léon	Saint Julien en Born	Lévigacq	Castets	total
connexions	11 979 (+18%)	2 497 (-40%)	3 202 (+16%)	1 246 (-34%)	243 (-43%)	19 167(-1%)
utilisateurs uniques	2 920 (-4,8%)	942 (-43%)	786 (-12,8%)	351 (-19%)	125 (=)	5 124 (-17%)

L'Office de Tourisme est marqué Qualité Tourisme depuis 2013.

Les 17 et 18 mai derniers, l'audit de renouvellement a été réalisé avec succès. Le renouvellement de la marque est une satisfaction et un pré-requis au maintien de CLNT en catégorie 1 du classement des Offices de Tourisme. Le système qualité est, pour CLNT, un outil l'obligeant à se remettre en question en permanence, à satisfaire ses clients et à s'adapter à l'évolution de leur demande.

Cette démarche s'inscrit aussi dans la volonté du territoire de se positionner comme une destination d'excellence où l'on souhaite encourager tout ce qui contribue à améliorer la qualité de l'accueil et du service.

L'écoute client fait partie intégrante des critères du référentiel et une des priorités de CLNT :

- les réclamations = 8 ont été déposées et traitées dans nos BIT
- les remarques orales = 66 ont été collectées et traitées.

Le questionnaire de satisfaction, à disposition dans l'ensemble de nos BIT, démontre une satisfaction globale des services de l'Office de Tourisme. En 2018, 152 questionnaires ont été dûment remplis : 92% des répondants se disent très satisfaits, 8% sont satisfaits.

Les questions sur leur typologie met en avant que 63% des répondants viennent pour la première fois sur le territoire, 27% viennent régulièrement, 10% très souvent.

Enfin, quelques données très révélatrices : 59% d'entre eux ont connu notre territoire par internet quand 82% l'ont choisi pour son environnement.

## LABELS

Portés par le CDT ou la MONA, l'Office de Tourisme se fait le relais des labels et marques du secteur touristique. CLNT sélectionne, audite et veille au respect des critères de chaque référentiel mais tente surtout de mobiliser les acteurs touristiques autour de ces labels.

### Label Assiette de Pays

6 restaurateurs ont suivi cette démarche en 2018.



Ferme Lesca à Castets  
 Les Forges à Castets  
 La Ferme Tenoy à Léon  
 L'Estanquet à Lit-et-Mixe  
 Le Fin Bistrot à Lit-et-Mixe  
 L'auberge du Born à Saint-Julien-en-Born

2018 signe également la fin de ce label en Nouvelle Aquitaine, la MONA ne souhaitant pas reconduire son portage.

#### Bon à savoir

Le réseau Tourisme Gourmand, en partenariat avec le CDT, remplace ce label. N'hésitez pas à nous contacter pour plus d'infos

### Marque Accueil Vélo/Velodyssée



- Hôtel du Lac à Léon
- Le Chalet (Villa Souvenir) à Léon
- Brooks Bikes à Saint-Julien-en-Born
- Camping Lous Seurrots à Saint-Julien-en-Born
- Domaine du Cayre à Saint-Michel-Escalus
- Camping L'Océane à Vielle-Saint-Girons
- Camping La Jaougotte à Vielle-Saint-Girons
  
- Les BIT de Saint Julien-en-Born, Lit-et-Mixe et Léon

#### Et aussi

12 visites de classement de meublés de tourisme (avec le CDT)  
 16 visites de reclassement  
 dont 11 meublés classés 3 étoiles

## LES SUPPORTS PAPIER

Le Magazine (avec livret hébergement) 48 pages magazine + 36 pages hébergement   162 partenaires, 11 pubs	10 000 ex.
L'annuaire   86 pages   187 partenaires	15 000 ex.
Carte touristique   14 partenaires achat partenaires	10 000 ex. 2000 ex.
Guides animations (4 éditions d'avril à septembre)	12 600 ex.
Carte des pistes cyclables	2 000 ex.
Kit média (impression interne)	500 ex.

La 2ème édition de ce document permet la mise en lumière de sujets alliant patrimoine, activités, témoignages et expériences.

Très apprécié par la clientèle Le Magazine se veut outil de promotion, mais aussi de séduction.

Il permet d'appréhender «l'esprit Côte Landes Nature»...



## LES ACTIONS

### 1 Actions du club littoral (collaboration CDT + Offices de Tourisme)

Dossier complet «Spécial Côte Landaise» dans le MAGAZINE DE DESTINATION Landes 2018. Outil de conquête, de séduction, entièrement diffusé hors département

- Dossier de Presse thématique Côte Landaise 2018
- Campagne de communication mai 2018
  - ✗ 1 semaine d'affichage sur des panneaux 2M2 sur 97 points du centre ville de Bordeaux
  - ✗ Habillage événementiel, durant 1 semaine : 94m2 d'habillage d'un tram de l'une des lignes les plus fréquentées de l'agglomération.
  - ✗ Présence de 34 faces digitales en gare Saint-Jean
  - ✗ 9600 exemplaires du magazine 20 minutes avec un dossier spécial littoral distribué sur plusieurs points de la ville.

### 2 Accueil Presse

**24/04/2018 L'Est Républicain = Reportage photo sur supplément**

Journaliste : Thierry Suzan

Partenaires : Les bateliers du courant d'Huchet Hôtel du lac à Léon

Thématiques/cibles : Vacances en famille-Nature-Les bons produits du terroir-Séjour avant saison

**24/05/2018 France 5 = La Quotidienne - Reportage vidéo-Retransmission d'une chronique sur les Landes**

Journaliste : Claire Delattre

Partenaires : La réserve naturelle du courant d'Huchet- La chocolaterie l'Étalon Noir

Thématiques/cibles : Les ménagères-Les jeunes seniors actifs-Découverte-insolite-terroir

**27/06/2018 Lonely planet-Journal des femmes-Green Lattitude Blog-site internet**

Journaliste : Celodie Rothan

Partenaires : Palika Lodge

Thématiques/cibles : Axe généraliste

**10 et 12/09/2018 Campagne Atlantiküste (en partenariat avec le CRTA)**

Article de presse dans journal allemand spécialisé camping

Partenaires : Camping lous Seurrots - Les bateliers du courant d'Huchet

Thématiques/cibles : Camping-Nature-famille

## ET AUSSI...

2 reportages photos professionnels par Sophie Pawlak et Mathieu Hémon

# NUMÉRIQUE

## Site web

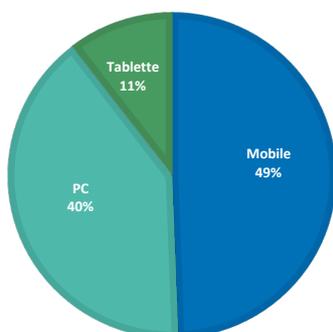
101 957 visiteurs uniques  
-1,44% par rapport à 2017

137 497 sessions soit 101 957 visiteurs uniques.  
La fréquentation du site est à 94% française, le pic de fréquentation se situe en août.

84% sont des primo-visiteurs, 14% sont donc habitués à consulter notre site.



## Matériel utilisé pour consulter notre site



## Provenance géographique

1.	France	92 259
2.	Germany	2 430
3.	Belgium	1 338
4.	Spain	1 196
5.	Netherlands	966
6.	United Kingdom	640
7.	Switzerland	633
8.	United States	505
9.	Italy	202

## Facebook [cote.landes.nature.tourisme](https://www.facebook.com/cote.landes.nature.tourisme)

↗ 9 347 fans  
+5,7% par rapport à 2017 ou + 510 fans

263 publications selon le calendrier éditorial pré-établi

14 296 réactions et 1 125 commentaires

La page Facebook permet de promouvoir notre destination en partageant du contenu pertinent et informatif (actu, photo, vidéo...) avec nos abonnés.

Le challenge est toujours de taille : produire des contenus suffisamment pertinents et qualitatifs pour intéresser notre audience et les amener vers notre site Web.

## Instagram [#destinationCLN](https://www.instagram.com/destinationCLN)

↗ 1 241 abonnés +37%  
15 390 likes

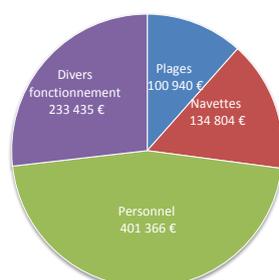
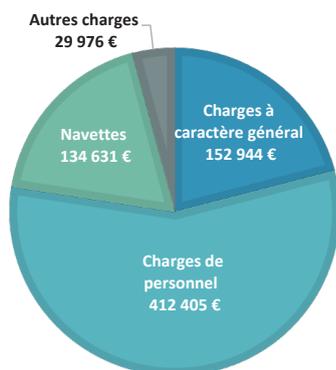
Ce réseau social très visuel est aujourd'hui indispensable pour l'image de marque, la notoriété et la relation-client. Il permet une totale immersion dans le territoire en suscitant une émotion à travers du contenu visuel.

En repartageant les publications des fans, CLNT valorise non seulement les contributeurs mais également la destination.



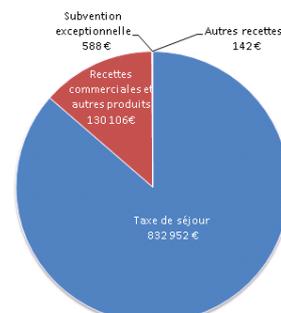
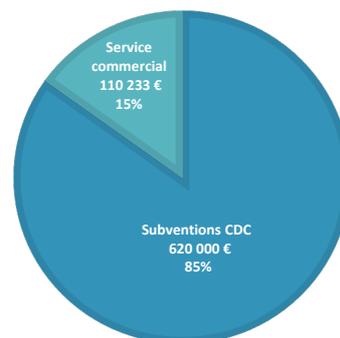
## RÉALISATION DU BUDGET DE FONCTIONNEMENT

## Dépenses 2018



Dépenses 2017

## Recettes 2018



Recettes 2017

Résultat exercice	20 830,12 €
Excédent reporté 2017	130 780,16 €
Résultat cumulé	151 610,28 €

L'année 2018 marque un tournant important dans le fonctionnement financier de l'Office de Tourisme communautaire. La modification statutaire de notre Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial en Service Public à Caractère Industriel et Commercial a modifié en profondeur la relation avec notre collectivité de tutelle.

Côté recettes : depuis janvier 2018, la taxe de séjour n'est plus comptabilisée directement dans les comptes de l'Office de Tourisme mais dans un compte de dépôt de fond (DFT) de notre communauté de communes. Cette taxe, qui représentait plus de 80 % des recettes de notre établissement, a été remplacée par une subvention de notre collectivité de tutelle de 620.000 €.

Côté dépenses : Ce changement de modèle économique d'EPIC à SPIC nous a été imposé par des obligations légales. En effet, notre Office de

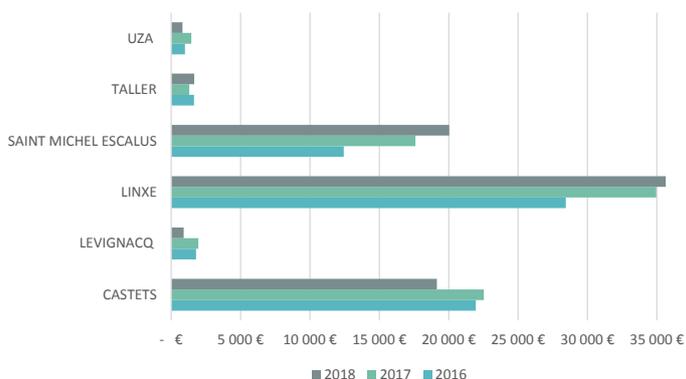
Tourisme n'a plus le droit de prendre en charge le coût du nettoyage des plages communautaires, la Loi NOTRE ayant défini précisément cette charge comme de compétence environnementale et non touristique, de ce fait notre résultat 2018 s'est réduit automatiquement de plus de 15 %.

Les charges de personnel connaissent une légère augmentation (1,9 %) due également à ce changement de statut car nous ne bénéficions plus de certaines réductions de charges en statut de SPIC. Les autres charges de fonctionnement sont en baisse sensible (20 %), la communauté de communes ayant pris en charge directement des factures telles que le coût des prélèvements pour la qualité des eaux de baignades (16.000 €), le coût des transports touristiques vers les gares SNCF (12.000 €).

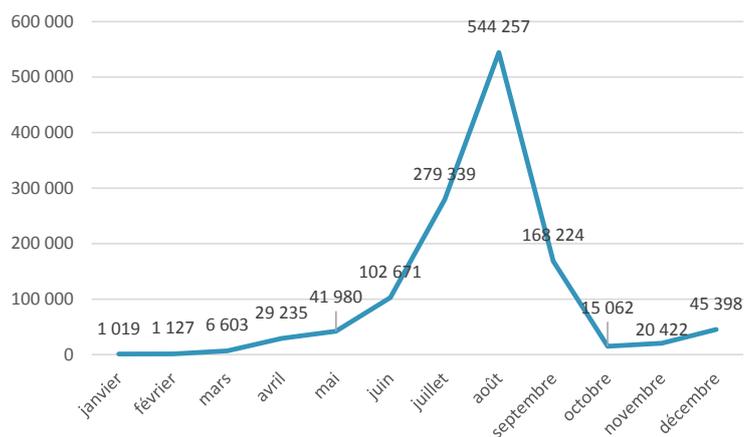
NB: Situation comptable au 31 janvier 2018, en attente de validation par le Trésor Public.

# TAXE DE SÉJOUR

## Répartition par commune - Taxe de séjour perçue



## Répartition mensuelle - Nombre de nuitées



1 255 437 nuitées en 2018  
 1 192 488 nuitées en 2017  
 1 191 196 nuitées en 2016  
 1 172 524 nuitées en 2015  
 1 245 286 nuitées en 2014

766  
 hébergeurs  
 pour 1097  
 hébergements  
 recensés

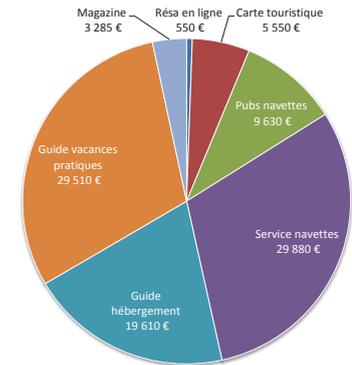
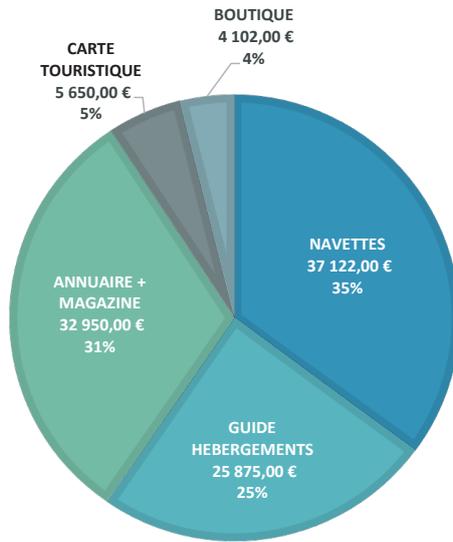
## Répartition de la taxe de séjour par nature d'hébergement

Chambre d'hôtes	4 131 €
Camping car	10 920 €
Hôtels	25 052 €
Meublés de tourisme	94 016 €
Campings	638 972 €
Village vacances	72 927 €
Autres (PRL, rés. de tourisme)	378 €
<b>TOTAL</b>	<b>846 396 €</b>

### En bref...

958 télédéclarations saisies par les hébergeurs (+4,5%)  
 994 déclarations saisies par nos services (+8,8%)  
 112 paiements par carte bancaire (-5,8%)

Recettes commerciales 2018



Recettes commerciales 2017

L'année 2018 voit des résultats commerciaux en légère baisse par rapport à l'an dernier (15 %), mais il faut noter que 2017 avait vu des résultats jamais atteints depuis la création de l'OT communautaire.

Nos produits sont aujourd'hui connus par l'ensemble des prestataires touristiques de Côte Landes Nature.

Notre marge d'évolution est étroite car notre tissu économique est stable d'une année sur l'autre. Nos régies publicitaires sur nos éditions et sur les navettes de bus estivales fonctionnent bien. Les produits liés

au service navettes de plages sont équivalentes d'une année sur l'autre. Il faut noter que nous maintenons des tarifs identiques d'une année sur l'autre afin de favoriser nos partenariats.

Les ventes « boutiques » dans nos bureaux d'information touristique (cartes des sentiers et des pistes cyclables, entrées Écomusée de Marquèze) sont également stables. Nous privilégions l'accès à nos cartes des pistes cyclables en les mettant gracieusement à disposition sur notre site internet.



## LIGNES ESTIVALES PLAGES

Cette année, les navettes estivales ont enregistré une fréquentation globale de 49 230 voyages, ce qui représente une hausse de la fréquentation de 4,70% par rapport à 2017.

### Les Nouveautés 2018 :

#### Ligne 12 :

Le passage à Uza et Lévignacq a été avancé d'1 heure sur le retour, à 18h30 au lieu de 19h30 dans le sens vers Contis plage du 15 juillet au 24 août.

#### Ligne 3 :

L'aménagement de l'arrêt du camping La Jaougotte et la desserte de cet arrêt coté camping à certains horaires sélectionnés.

Côte Landes Nature Tourisme a continué à confier à la RDTL la création de ses supports de communication.

### Ligne 12 >> Contis/Saint-Julien-en-Born/Lévignacq/Uza/Lit-et-Mixe/Cap de l'Homy

2016	2017	2018
28 537 voyageurs 54 jours de fonctionnement 528 voyageurs/jour	31 413 voyageurs 56 jours de fonctionnement 561 voyageurs/jour	34 052 voyageurs 56 jours de fonctionnement 608 voyageurs/jour

soit +8,40% de fréquentation de 2017 à 2018,  
59,1% de la fréquentation en août, le mercredi est le jour le plus fréquenté,  
les bus les + fréquentés sont ceux de 13h25 et 14h vers la plage du Cap de l'Homy  
et ceux de 14h et 18h vers Contis Plage.

### Ligne 3 >> Léon lac/Saint-Girons plage

2016	2017	2018
16 039 voyageurs 54 jours de fonctionnement 297 voyageurs/jour	13 945 voyageurs 56 jours de fonctionnement 249 voyageurs/jour	13 182 voyageurs 56 jours de fonctionnement 235 voyageurs/jour

soit -5,47% de fréquentation de 2017 à 2018, 61,1% de la fréquentation en août,  
le mercredi est également le jour le plus fréquenté,  
vers Saint Girons plage 13 h 20 et 15 h 45 sont les créneaux les plus fréquentés,  
vers Léon ce sont ceux de 17 h 25 et 18 h 30.

### Ligne 4/4.1 >> Taller/Linxe/Saint-Michel-Escalus/Saint-Girons plage

2016	2017	2018
2 155 voyageurs 35 jours de fonctionnement 61 voyageurs/jour	1 664 voyageurs 47 jours de fonctionnement 35 voyageurs/jour	1 996 voyageurs 47 jours de fonctionnement 42 voyageurs/jour

soit +19,95% de fréquentation de 2017 à 2018,  
sur cette ligne, c'est en juillet que la fréquentation est la plus importante 54,5%.

## LIGNES VERS LES GARES SNCF

Ligne XL'R 44 Dax SNCF - Lit et Mixe = 666 voyageurs pour 18 jours de fonctionnement, 37 voyageurs/jour soit -4,72% de fréquentation de 2017 à 2018.

Ligne XL'R 45 Contis - Morcenx SCNF = 167 voyageurs pour 9 jours de fonctionnement, 18,56 voyageurs par jour soit +85,56% de fréquentation de 2017 à 2018.

## GREETERS

- 8 sorties
- pour 20 personnes
- principalement en juillet et août



## INSTAMEET

RDV organisé le 16 juin  
sur Castets - Linxe - Taller

- 6 participants
- 147 photos postées
- 6 instastories
- 3848 J'aime ♥
- 63 commentaires



## 1<sup>ÈRE</sup> SOIRÉE DES PARTENAIRES le 4 mai 2018

- environ 90 participants
- 16 exposants pour la bourse aux dépliant



## TEAMBUILDING

le 16 mars

Journée de cohésion pour l'équipe  
de CLNT

Au programme : escape game,  
séance de sophrologie, bowling...



# FRÉQUENTATION DES PRINCIPAUX LIEUX DE VISITE DE CÔTE LANDES NATURE

En nombre de visiteurs

Phare de Contis : 21 036

Musée des Landes d'Antan de Lit et Mixe : 4 225

Réserve Naturelle du Courant d'Huchet (visites guidées) : 15 653

Les bateliers du Courant d'Huchet : 21 400

Ferme Camdelan à Saint-Julien-en-Born : 5 325



## LES GRANDS AXES

- 1 La professionnalisation des prestataires de loisirs et lieux de visites, indispensables au tourisme de notre destination, a été engagée par une enquête approfondie dont les résultats ont été rendus publics en décembre 2018. Au final, c'est un plan d'actions, co-construit avec les partenaires de l'Office de Tourisme, qui a été élaboré et qui doit maintenant être mis en œuvre. Ce plan compte plus d'une trentaine d'initiatives à engager. De nombreuses manifestations sont et seront créées afin d'accroître la communication et favoriser les échanges avec ces entrepreneurs et ainsi permettre la montée en qualification de leurs activités. Le rôle de l'Office de Tourisme sera de faire vivre le réseau au jour le jour. Nous travaillons en commun avec nos collègues des Offices de Tourisme de Bisca/GrandsLacs et de Mimizan sur ce dossier dans le cadre de la convention Nouvelle Organisation des Territoires Touristiques. Celle-ci nous permet de mutualiser nos actions et de bénéficier de subventions de la Région mais également du Département.
- 2 Nous allons reconduire notre Soirée des Partenaires de Côte Landes Nature Tourisme dont la 1ère édition en 2018 a été une réussite. Échanges et débats rythmeront la manifestation sans pour autant oublier un moment de convivialité partagée à l'orée d'une nouvelle saison. Réservez dès à présent votre soirée du jeudi 9 mai 2019 à St Julien en Born.
- 3 Comme promis le nouveau site internet de Côte Landes Nature Tourisme verra le jour dans dès la fin du 1er trimestre 2019. Il a été l'objet de toute notre attention lors de sa conception. Aujourd'hui, il se doit d'intégrer et de relayer de nombreux autres modes de communication numérique que sont les réseaux sociaux, les sites d'avis dont on connaît l'importance dans le choix d'une destination touristique ... Mais aussi un moteur de recherche performant afin de permettre à nos visiteurs de trouver aisément hébergements, restaurants, activités de loisirs et animations locales qui leur conviennent le mieux durant leur séjour.
- 4 Le secteur du tourisme représente un des piliers local de notre économie communautaire. Durant les années à venir nous accentuerons nos collaborations avec la communauté de communes, en charge de l'économie, car nous connaissons historiquement le tissu touristique local. Les secteurs de l'emploi et celui des porteurs de projets feront l'objet d'une attention toute particulière.





**Côte Landes Nature Tourisme**  
Office de Tourisme communautaire

201 route des Lacs  
40170 Saint Julien en Born  
05 58 42 89 80  
[contact@cotelandesnaturetourisme.com](mailto:contact@cotelandesnaturetourisme.com)

[www.cotelandesnaturetourisme.com](http://www.cotelandesnaturetourisme.com)

Retrouvez-nous sur     
#destinationcln