



# Office de Tourisme

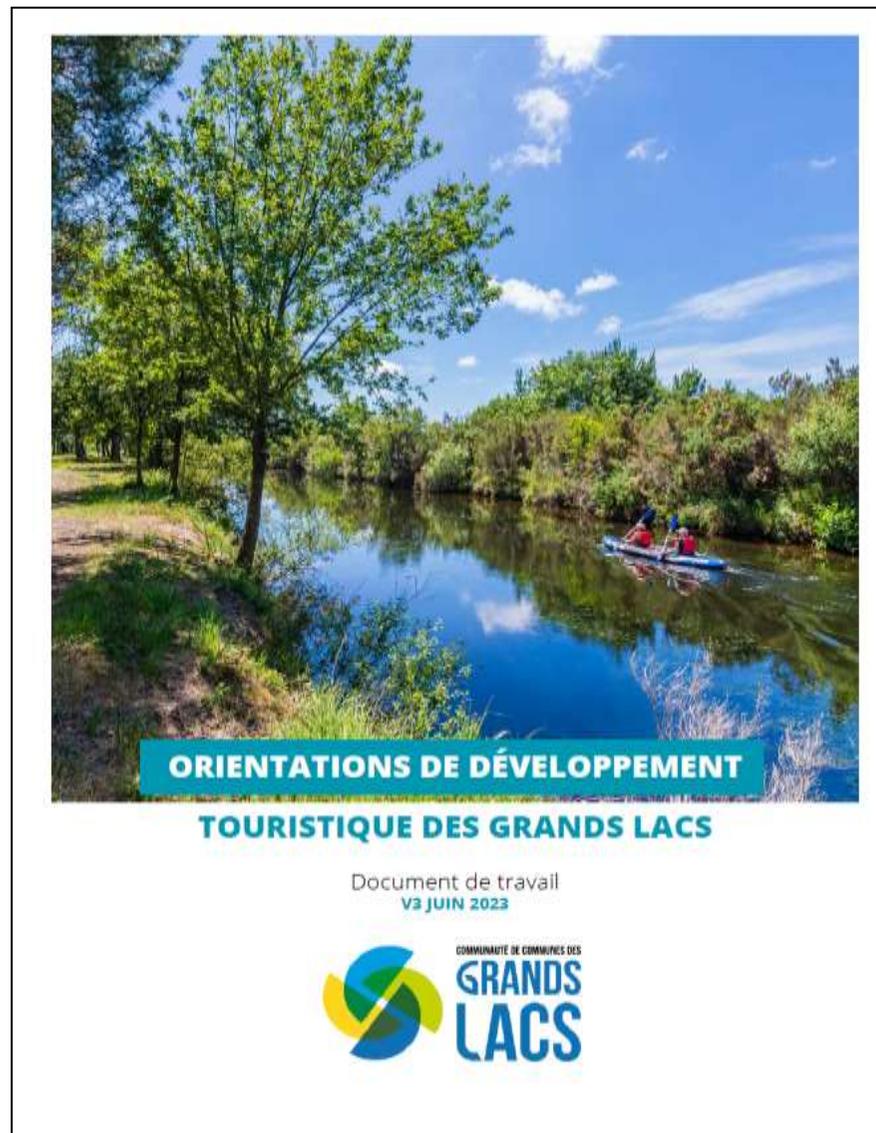
## Plan d'actions 2024





(1) : LE CADRE DE LA STRATEGIE ADOPTEE EN MATIERE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE :

ÉCHELON TERRITORIAL	DÉNOMINATION
RÉGIONAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schéma régional de développement touristique et des loisirs (2017)</li> <li>• Néo TerrA, feuille de route de la transition environnementale et climatique (2019)</li> <li>• Schéma Régional d'Aménagement et de Développement Durable et d'Égalité des Territoires (SRADDET) (2019)</li> <li>• Schéma Régional de Développement Economique d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII) (2021)</li> </ul>
DÉPARTEMENTAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schéma départemental du tourisme et du thermalisme des Landes (2017)</li> <li>• Contrat de Relance et de Transition Écologique (CRTE) (2021)</li> <li>• Plan stratégique du tourisme landais 2022-2027 (2022)</li> </ul>
INTERCOMMUNAUTAIRE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projet de territoire PETR Landes Nature Cote d'Argent, ambition 2030 (2022)</li> <li>• SCOT Du Born (2020)</li> <li>• Schéma d'Aménagement et de Gestion des Eaux Born et Buch (SAGE) (2013)</li> </ul>
COMMUNAUTAIRE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stratégie de développement économique des Grands Lacs 2022-2026 (2022)</li> <li>• Plan Climat Air Énergie Territorial (PCAET) (2022)</li> <li>• Stratégie Locale de Gestion du trait de côte, phase 2 (2022)</li> <li>• Convention logement saisonnier 2022-2025 (2022)</li> </ul>
COMMUNAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Feuille de route Aménagement Durable des Stations sur Biscarrosse (2023)</li> </ul>



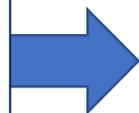
**(2) : ENJEUX ET ORIENTATIONS POUR LE TERRITOIRE ET POUR L'ACTION DE DE L'OFFICE DE TOURISME**

De ces documents supra...	...et des orientations de développement touristique des Grands Lacs...
<p>...découlent <b>2 enjeux forts</b> pour notre territoire :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Limiter les impacts du tourisme sur l'environnement au sens large et s'orienter vers un tourisme plus durable</li><li>➤ Passer d'une logique de stations à une logique de territoire en évitant de concentrer la fréquentation touristique dans le temps (été) et dans l'espace (littoral) afin de s'orienter vers un tourisme « 4 saisons » diffusé sur l'ensemble des 7 communes des Grands Lacs.</li></ul>	
<p>... enjeux à relever à travers <b>4 orientations</b> :</p> <p>Orientation n°1 : « <i>Faire des Grands Lacs une destination éco responsable, encourager un tourisme plus durable</i> »</p> <p>Orientation n°2 : « <i>Évoluer d'un tourisme de stations vers un tourisme de territoire</i> »</p> <p>Orientation n°3 : « <i>Consolider la notoriété et l'attractivité des Grands lacs sur le marché national et international</i> »</p> <p>Orientation n°4 : « <i>Créer un environnement favorable au développement et à la pérennisation de l'activité touristique.</i> »</p>	
<p>...orientations déclinées dans les <b>missions dévolues à l'office de tourisme</b> et précisées dans la <b>convention d'objectifs 2024-2026</b>.</p>	



## PROJET DE CONVENTION D'OBJECTIFS 2024-2026

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DES GRANDS LACS  
OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DES GRANDS LACS



Missions dévolues à l'office de tourisme (article L.133-3 Code du tourisme)	Au titre des 4 orientations...	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accueil &amp; Information</li> <li>• Promotion</li> <li>• Coordination/Animation des acteurs</li> <li>• Commercialisation</li> </ul>	<p>...déclinaison des missions sur 3 ans (2024-2026)</p>	<p>+ rôle et fonction de l'office de tourisme dans la réalisation des missions :</p> <p><i>Pilote</i></p> <p><i>ou</i></p> <p><i>Associé/apport d'expertise</i></p>
<p><b>CADRE ET SUPPORT AU PLAN D'ACTIONS 2024</b> DETAILLE CI-APRES :</p>		



**(3) : DECLINAISON DU PLAN D' ACTIONS 2024 (ACTIONS SPECIFIQUES ET OPERATIONNELLES, HORS PROCESS DE FONCTIONNEMENT, HORS FONCTIONS SUPPORTS)**

Mission	n°	Nom de l'action	Descriptif	Montant prévisionnel HT
Accueil & Information	1	Rénovation du Bureau d'Information de Parentis en Born	<p>Sur la base de l'étude globale de refonte des 3 bureaux d'Information touristique, l'office de tourisme va assurer le portage de la rénovation du bureau de Parentis en Born.</p> <p>Cela implique l'engagement et la prise en charge :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- des études techniques</li> <li>- du contrat de maitrise d'œuvre (Atelier MOBA/Endemik)</li> <li>- des travaux répartis en 5 lots : <ul style="list-style-type: none"> <li>Lot 01 : Plâtrerie isolation faux plafonds</li> <li>Lot 02 : Carrelage</li> <li>Lot 03 : Peinture</li> <li>Lot 04 : Electricité courants forts et faibles</li> <li>Lot 05 : Menuiseries intérieures</li> </ul> </li> <li>- des équipements numériques (écrans)</li> <li>- de la fresque murale</li> <li>- du flochage vitrophanies extérieures</li> <li>- des affichages intérieurs</li> </ul>	<p>103 000 €</p> <p><i>(via fonds dédiés)</i></p>
	2	Rénovation du Bureau d'Information de Biscarrosse	<p>Sur la base de l'étude globale de refonte des 3 bureaux d'Information touristique, l'office de tourisme va préparer le portage sous sa maitrise d'ouvrage de la rénovation du bureau de Biscarrosse.</p> <p>Cela implique l'engagement et la prise en charge :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- du permis de construire</li> <li>- des études techniques (CTC, SPS)</li> <li>- du contrat d'architecte (A.A.G)</li> <li>- du contrat de maitrise d'œuvre (Atelier MOBA/Endemik)</li> </ul>	<p>53 000 €</p> <p><i>(via fonds dédiés)</i></p>

Mission	n°	Nom de l'action	Descriptif	Montant prévisionnel HT
Accueil & Information	3	Immersion écoresponsables et soutien aux initiatives d'intérêt général	<p>En 2024, il s'agit de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- déployer une dizaine de dates/rendez vous de <b>Plogging</b>. Le plogging est la contraction du verbe « ramasser » en Suédois (plocka upp) et du mot « jogging ». Il s'agit d'une activité de nettoyage citoyen qui se décrit comme une combinaison de jogging et de ramassage de déchets. Il convient de s'appuyer sur : <ul style="list-style-type: none"> <li>- les acteurs locaux en capacité d'encadrer (Clubs d'athlétisme, Trail Runner Foundation...)</li> <li>- sur les événements sportifs existants (courses pédestres, trails...)</li> </ul> </li> <li>- poursuivre le soutien en information et prescriptions des initiatives de connaissances environnementales d'intérêt général (visites marais ACGELB, visites Courant de Sainte-Eulalie...)</li> </ul>	3 000 €
	4	Accompagnements des saisonniers et personnels des entreprises touristiques	<p>Les collaborateurs/trices des entreprises touristiques sont des contacts privilégiés de notre clientèle et sont les garants de l'image de la destination. Il s'agit de proposer :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- un accompagnement pour bénéficier de notre connaissance à travers des temps ludiques et opérationnels autour de l'accueil, le développement durable ou encore la connaissance du territoire.</li> <li>- une solution e-learning revisitée à l'échelle du périmètre Nomad</li> <li>- un kit de bienvenue pour les collaborateurs/trices en s'appuyant notamment sur la BD Interactive « Les secrets de la forêt océane » en partenariat avec le PETR Landes Nature Cote d'Argent</li> </ul>	<i>Ingénierie RH valorisée :</i> 4 660 € (20 jours dédiés) + 1 000 € de frais techniques

Mission	n°	Nom de l'action	Descriptif	Montant prévisionnel HT
Promotion / Plan marketing	5	Repositionnement et réappropriation de la marque  	<p>En 2018, parallèlement et consécutivement à la création de l'office de tourisme, le territoire a posé les bases de son positionnement touristique (identité, valeurs, différenciation) . Une fois validé, ce travail a permis l'adoption de la marque de destination « <i>Bisca Grands Lacs, Concentré des Landes</i> ».</p> <p>L'ambition de la marque vise à structurer l'offre touristique, la qualifier pour garantir une image cohérente de destination autour de valeurs communes.</p> <p>Au regard des orientations touristiques adoptées pour notre territoire, il convient d'engager un accompagnement à deux entrées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pour un repositionnement de la marque Bisca Grands Lacs (cibles clientèles)</li> <li>- pour une réappropriation (cibles professionnelles internes au territoire)</li> </ul>	5 000 €
	6	Campagnes tous supports ailes de saison sur cibles identifiées (B to C)	<p>Il s'agit de poursuivre nos actions de relation directe entre la destination touristique et le consommateur individuel en déployant des campagnes ciblées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déploiement de la stratégie webmarketing tous canaux (référencement, évolution, adaptation) : Agence Triple Lootz, Agence les Conteurs, Google ads, Facebook ads, YouTube preroll, le Bon Coin...</li> <li>- Achats d'insertions publicitaires auprès de la presse régionale ou nationale. (Ex : Magazine Géo)</li> </ul>	33 700 €  (VS 27 430 € en 2023)
	7	Campagnes tous supports spécifiques sur clientèles niches B to C)	<p>Il s'agit de poursuivre nos actions de relation directe entre la destination touristique et le consommateur ciblé dit de niche en déployant des campagnes ciblées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Filière Pêche : en partenariat avec la Fédération de Pêche des Landes, insertions presse dans magazines spécialisés</li> <li>- Filière Vélo : prise de parole selon opportunités sur support papier ou webmarketing</li> </ul>	3 000 €

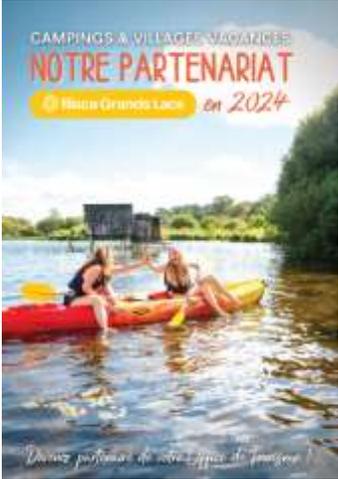
Mission	n°	Nom de l'action	Descriptif	Montant prévisionnel HT
Promotion / Plan marketing	8	Notoriété locale, marketing vers les professionnels (B to B)	<p>Il s'agit de poursuivre nos actions de relation directe entre la destination touristique et ses entreprises professionnelles.</p> <p>- Diffusion de la vidéo promotionnelle de la destination :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ au Cinéma le Renoir et lors des séances cinéma de plein air</li> <li>✓ via affichages sur publicités intérieures digitales (Centre commercial Leclerc)</li> <li>✓ durant les Océanes de la Radio</li> </ul>	1 750 €
	9	Création et suivi des contenus éditoriaux	<p>La production et l'animation de contenu éditorial dédié à la destination touristique nécessitent la mobilisation de ressources internes et externes.</p> <p>Il s'agit pour 2024 de</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- piloter la rédaction de nouveaux articles pour tous nos supports (blog, newsletters, site internet)</li> <li>- reprendre la base des articles existants dont le référencement est acquis</li> <li>- qualifier la base de données acquise en termes de Gestion de Relation Clientèle (GRC) et optimiser les outils associés (logiciels et licences)</li> <li>- produire du contenu photos</li> </ul>	<p>9 860 €</p> <p>(VS 2 500 € en 2023)</p>

Mission	n°	Nom de l'action	Descriptif	Montant prévisionnel HT
Promotion / Plan marketing	10	Création, impression et diffusion des outils d'accueil et d'information clientèle	<p>Calqués sur les principes du cycle du voyageur [(a) phase « avant » : préparatifs au voyage, (b) phase « pendant » : expériences, activités et interactions durant le séjour], il s'agit d'adapter et déployer en 2024 nos outils d'accueil et d'information clientèle :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Découverte des lieux et activités touristiques via l'application Henoo <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Création de guides thématiques pour améliorer l'expérience de séjour et relayer l'offre événementielle</li> </ul> </li> <li>● Magazine de séjour 2024 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Impression (40 000 exemplaires)</li> <li>○ Diffusion</li> </ul> </li> <li>● Magazine de séjour 2025 (contenu éditorial pour 2 ans) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Conception et création</li> </ul> </li> <li>● Outils dédiés à la promotion des animations : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Etude d'une nouvelle formule bloc-liasse avec un condensé d'informations</li> <li>○ Création graphique</li> <li>○ Impression (volume à déterminer)</li> <li>○ Diffusion</li> <li>○ Affiches hebdomadaires avec sélection d'animations et QR Code permanent (via Henoo)</li> </ul> </li> <li>● Cartes et plans randonnées et vélo (source OSM) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Création, actualisation de la carte 2024</li> <li>○ Impression (volume à déterminer)</li> </ul> </li> <li>● Guide des marées 2024 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Abonnement SHOM</li> <li>○ Création et impression</li> </ul> </li> <li>● Guide du patrimoine (road book) élargi en support / produit touristique favorisant la connaissance et proposant les visites des activités fondées sur le caractère lacustre de notre territoire : aéronautique, hydrocarbures, transition énergétique, agriculture, eau potable, archéologie... <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Création</li> <li>○ Impression</li> <li>○ Diffusion</li> </ul> </li> </ul>	<p>89 290 €</p> <p><i>(VS 112 900€ en 2023)</i></p>

Mission	n°	Nom de l'action	Descriptif	Montant prévisionnel HT
Promotion / Plan marketing	11	Outils d'accueil et d'information clientèle	<p>Parcours Terra Aventura : Pour mémoire, initiés dès 2018, les parcours Terra Aventura sont des chasses aux trésors qui permettent de découvrir le territoire des Grands lacs, le patrimoine et ses anecdotes.</p> <p>Il s'agit de poursuivre la maintenance et la promotion des 5 parcours existants</p>	2 600 €
	12	Accueils de la Presse spécialisée	Dans le cadre de sa stratégie de prise de parole auprès de cibles identifiées, notre destination participe à l'accueil d'influenceurs et de bloggeurs en partenariat avec Landes Attractivité et le CRT Nouvelle Aquitaine	3 000 €
	13	Actions collectives sur cibles identifiées et données d'observation	<p>Dans le cadre de sa stratégie de prise de parole auprès de cibles identifiées et afin de collecter des données d'observatoire consolidées et mutualisées, notre destination s'appuie sur les actions et cadres collectifs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Club Littoral (Landes Attractivité)</li> <li>✓ Données observatoire (Landes Attractivité) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sphinx</li> <li>○ Flux Vision</li> <li>○ Airdna</li> </ul> </li> <li>✓ Contrat Destination Atlantique (toutes destinations touristiques façade atlantique)</li> <li>✓ Plan de recommandation régional (CRT Nouvelle Aquitaine)</li> </ul>	10 400 €  <i>(VS 9 800 € en 2023)</i>

Mission	n°	Nom de l'action	Descriptif	Montant prévisionnel HT
Coordination /Animation des acteurs	14	Accompagnement Climax et Passeport Vert	Pour la 2 <sup>ème</sup> année d'engagement, il s'agit de bénéficier de l'accompagnement de Butterfly Tourism (Caroline Leroy, doctorante) dans le cadre du programme de recherche/intervention dédié à la performance environnementale de notre destination touristique (accès à l'outil Passeport Vert)	5 000 €
Coordination /Animation des acteurs	15	Ateliers de sensibilisation dédiés aux professionnels et collectivités  & Rencontres réseau partenaires	<p>Dans le cadre de sa stratégie d'acculturation et de formation sur des sujets spécifiques, l'office de tourisme va proposer plusieurs séquences en 2024 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ En lien avec la démarche Climax et Passeport Vert, 3 journées de formation ADEME, à destination des professionnels de l'hôtellerie traditionnelle et de l'hôtellerie de plein air, dédiées à l'économie durable</li> <li>✓ 1 journée de formation dédiée à la cartographie sous licence libre Open Street Map (OSM) pour la libération et le partage des données</li> </ul> <p><i>Loi pour une république Numérique (07/10/2016) :</i> <i>Obligation d'ouverture des données publiques pour toute collectivité de + de 3 500 hbts</i> Rappel du support déployé depuis 3 ans : <a href="https://carte.biscagrandslacs.com">https://carte.biscagrandslacs.com</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prévues dans la démarche Climax et Passeport Vert, 1 journée de formation/sensibilisation/accompagnement au développement durable à destination des professionnels du tourisme et de l'équipe technique de l'office de tourisme.</li> <li>✓ En lien avec sa stratégie partenariale, l'office de tourisme va organiser les rencontres réseau et temps forts suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pastis des Reines &amp; Rois</li> <li>○ Rencontres « Connaissance de territoire » + temps d'échanges en mode Speed Meeting</li> <li>○ Lancement de saison</li> <li>○ Les Rencontres du tourisme &amp; bilan de saison touristique</li> </ul> </li> </ul>	<p><i>Ingénierie RH valorisée :</i></p> <p>4 500 € (20 jours dédiés)</p> <p>+</p> <p>7 000 € de frais techniques</p> <p>(VS 500 € en 2023)</p>

Mission	n°	Nom de l'action	Descriptif	Montant prévisionnel HT
	16	Journée nationale de l'aviation sur l'aérodrome des Grands Lacs	<p>Dans le cadre de la stratégie de développement économique communautaire, le pôle économique de la Communauté de Communes pilote l'organisation d'une journée événement sur l'aérodrome des Grands Lacs à l'occasion du week end de la fête de l'aviation (27 au 29 septembre 2024).</p> <p>Cet évènement permettra de mettre en valeur les acteurs concernés et de promouvoir l'ancrage de la filière sur le territoire.</p> <p>L'évènement se tiendra le dimanche 29 septembre 2024 sur le principe d'une journée complète portes ouvertes avec animations et manifestation aérienne.</p> <p>Il s'agit pour l'office de tourisme d'assister et d'accompagner la Communauté de Communes dans l'organisation et l'animation de l'évènement.</p>	<p><i>Ingénierie RH valorisée :</i></p> <p>11 000 € (63 jours dédiés)</p>
Coordination /Animation des acteurs	17	Accompagnement et soutien des collectivités	<p>Accompagnement des collectivités de tutelle dans leurs études et projets :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ PETR Landes Nature Cote d'Argent <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Appel à projet Accompagnement Territoires Touristiques (ACTT)</li> <li>○ Projet de Territoire &amp; dispositifs (dont Leader)</li> </ul> </li> <li>✓ Communauté de Communes des Grands Lacs : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Orientations de développement touristique des Grands Lacs 2024-2030</li> <li>○ Stratégie de Développement Économique 2022-2026</li> <li>○ Plan Climat Air Énergie Territorial (PCAET)</li> <li>○ Convention logement saisonnier 2022-2025 (2022-2025)</li> <li>○ Stratégie Locale de Gestion de la Bande Côtière (axe n°1)</li> <li>○ Schéma Mobilités</li> <li>○ Schéma Aménagement et Gestion de l'Eau (SAGE) Born et Buch</li> </ul> </li> <li>✓ 7 Villes des Grands Lacs : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Appui, participation aux projets spécifiques et démarches sous maîtrise d'ouvrage ou à échelle communale</li> </ul> </li> </ul>	<p><i>Ingénierie RH valorisée :</i></p> <p>13 700 € (60 jours dédiés)</p>

Mission	n°	Nom de l'action	Descriptif	Montant prévisionnel HT
Coordination /Animation des acteurs	18	Marketing de services et relation partenariale	<p>Notre orientation générale :</p> <p>« Être partenaire de la destination touristique, c'est participer activement au développement touristique du territoire, en soutenant l'office de tourisme dans ses différentes missions. Nous sommes particulièrement sensibles à la qualité des relations avec vous, professionnels de la destination. Nous nous engageons à bien vous informer sur nos missions et sur les services qui peuvent vous être proposés.</p> <p>3 axes principaux à découvrir pour tout partenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Offrir des ressources marketing et des outils pour promouvoir la région avec efficacité.</li> <li>✓ Faciliter la collaboration et les partenariats entre acteurs locaux et acteurs du tourisme.</li> <li>✓ Encourager le développement durable et la préservation de l'environnement »</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;">  <div data-bbox="1227 715 1742 1265"> <p><i>Lancez vous et découvrez partenaires !</i></p> <p><b>LE CLUB</b> Bisca Grands Lacs</p> <p><i>+ de 400 partenaires en 2023</i></p> <p><b>Intégrer le CLUB BISCA GRANDS LACS c'est :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participer à des RENCONTRES et obtenir de nombreuses INFORMATIONS</li> <li>• Bénéficier d'ACCOMPAGNEMENTS ET DE CONSEILS</li> <li>• Accroître la VISIBILITÉ de votre activité</li> </ul> <p><b>ET aussi :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partager les mêmes valeurs et évoluer au sein d'un réseau de professionnels</li> <li>• Travailler avec une super équipe toujours à votre écoute</li> <li>• Simplifier votre quotidien</li> </ul> <p><b>NOTRE PARTENARIAT</b></p> </div> </div>	<p>Ingénierie RH valorisée :</p> <p>24 200 € (130 jours dédiés)</p>

Mission	n°	Nom de l'action	Descriptif	Montant prévisionnel HT
Commercialisation	19	Déploiement des ventes en ligne et aux comptoirs	<p>A travers notamment le système de billetterie en ligne et aux comptoirs, il s'agit de poursuivre le déploiement des postes économiques pour le territoire et pour l'OT suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Vente d'activités (visites, spectacles) orientée vers la pleine nature et à la rencontre des acteurs locaux</li> <li>○ Vente de produits identitaires pour la boutique présente dans les bureaux d'information touristique en sourçant localement les produits proposés.</li> <li>○ Structuration de nouveaux produits touristiques en lien avec les thématiques fortes et identitaires du territoire et déclinaison au travers d'outils/produits (escape game, géocaching, Pass'Grands Lacs)</li> <li>○ Soutien à la commercialisation des hébergements marchands et accompagnement des professionnels dans le cycle du voyageurs (achat et mise en place en 2024 d'une passerelle dédiée aux meublés sur le système de réservation en ligne reservation.biscagrandslacs.com )</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">     </div>	<p><i>Ingénierie RH valorisée :</i></p> <p>22 800 € (104 jours dédiés)</p> <p style="text-align: center;">+</p> <p>2 700 € de frais techniques</p> <p>(VS 1 000 € en 2023)</p>

Mission Optionnelle	n°	Nom de l'action	Descriptif																														
Animation locale	20	Organisation de manifestations et animations	<p>Mission optionnelle dévolue à l'office de tourisme, notre structure propose contractuellement aux collectivités des Grands Lacs d'organiser des manifestations et animations pour leurs comptes.</p> <p>A cet effet, depuis 2018, l'office de tourisme dispose de deux licences :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Producteur de spectacles</li> <li>- Diffuseur de spectacles</li> </ul> <p>En 2024 cette contractualisation Animation s'articule à travers 3 conventions d'objectifs spécifiques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Réalisation d'un programme événementiel pour la Ville de Biscarrosse</li> <li>○ Réalisation d'un programme événementiel et portage du Festival Jazz In Sanguinet pour la Ville de Sanguinet</li> <li>○ Réalisation d'animations pour la Ville de Gastes</li> </ul> <p><i>Le montant prévisionnel de réalisation des 3 programmes est réparti sur 3 budgets indépendants et spécifiques :</i></p> <table border="1" data-bbox="663 1002 2051 1278"> <thead> <tr> <th colspan="2">Charges</th> <th>Produits</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;"><i>Programme événementiel Biscarrosse</i></td> </tr> <tr> <td>- Prestations techniques, matériel et cachets artistiques : 91 800 €</td> <td></td> <td>Vente de services, billetterie, subvention Ville</td> </tr> <tr> <td>- Ressource humaine (saisonniers et permanents) : 81 000 €</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;"><i>Programme événementiel Sanguinet</i></td> </tr> <tr> <td>- Prestations techniques, matériel et cachets artistiques : 85 700 €</td> <td></td> <td>Vente de services, billetterie, partenariats, bodega, autres subventions, subvention Ville</td> </tr> <tr> <td>- Ressource humaine (saisonniers et permanents) : 34 000 €</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;"><i>Programme événementiel Gastes</i></td> </tr> <tr> <td>- Prestations techniques, matériel et cachets artistiques : 6 000 €</td> <td></td> <td>Partenariat campings, ventes de services, subvention Ville</td> </tr> <tr> <td>- Ressource humaine : 0</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Charges		Produits	<i>Programme événementiel Biscarrosse</i>			- Prestations techniques, matériel et cachets artistiques : 91 800 €		Vente de services, billetterie, subvention Ville	- Ressource humaine (saisonniers et permanents) : 81 000 €			<i>Programme événementiel Sanguinet</i>			- Prestations techniques, matériel et cachets artistiques : 85 700 €		Vente de services, billetterie, partenariats, bodega, autres subventions, subvention Ville	- Ressource humaine (saisonniers et permanents) : 34 000 €			<i>Programme événementiel Gastes</i>			- Prestations techniques, matériel et cachets artistiques : 6 000 €		Partenariat campings, ventes de services, subvention Ville	- Ressource humaine : 0		
Charges		Produits																															
<i>Programme événementiel Biscarrosse</i>																																	
- Prestations techniques, matériel et cachets artistiques : 91 800 €		Vente de services, billetterie, subvention Ville																															
- Ressource humaine (saisonniers et permanents) : 81 000 €																																	
<i>Programme événementiel Sanguinet</i>																																	
- Prestations techniques, matériel et cachets artistiques : 85 700 €		Vente de services, billetterie, partenariats, bodega, autres subventions, subvention Ville																															
- Ressource humaine (saisonniers et permanents) : 34 000 €																																	
<i>Programme événementiel Gastes</i>																																	
- Prestations techniques, matériel et cachets artistiques : 6 000 €		Partenariat campings, ventes de services, subvention Ville																															
- Ressource humaine : 0																																	