

# SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DU TOURISME ET DES LOISIRS DES PYRÉNÉES-ATLANTIQUES



PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS

 2014-2016

  
PYRÉNÉES  
ATLANTIQUES  
CONSEIL GÉNÉRAL

  
COMITÉ DÉPARTEMENTAL DU TOURISME BÉARN-PAYS BASQUE

## GEORGES LABAZÉE

Président  
du Conseil général  
des Pyrénées-Atlantiques

## ANDRÉ BERDOU

Président du Comité  
départemental du tourisme  
Béarn-Pays basque

**L**e tourisme génère dans notre département 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires et occupe 10 500 emplois permanents. Il est à la fois un moteur d'attractivité et un facteur de développement économique local.

Ici, comme ailleurs, ce secteur est confronté à de profondes mutations liées notamment au durcissement du contexte socio-économique, à l'augmentation des coûts de transport, aux contraintes réglementaires d'investissements non productifs, à l'évolution permanente du mode de réservation et de consommation des séjours ainsi qu'à l'émergence d'exigences parfois antinomiques : connectivité permanente et besoin de rupture avec le quotidien, qualité de confort et prix cassé...

Au-delà des richesses indéniables qui composent notre destination touristique, nous devons être en mesure de répondre à ces évolutions, voire de les anticiper.

Notre ambition est de renforcer la place du tourisme en tant qu'élément structurant du développement des Pyrénées-Atlantiques, en termes d'économie, d'aménagement du territoire, de promotion et d'identité.

Pour le Conseil général, l'enjeu est également d'optimiser ses interventions en matière d'investissements et d'aides publiques.

Ce schéma départemental du tourisme et des loisirs des Pyrénées-Atlantiques, que nous avons souhaité co-construit avec vous, déterminera les orientations de notre politique touristique pour la période 2014-2016.

Sa vocation est claire : faire grandir le tourisme en Béarn - Pays basque !

Nous vous invitons donc à découvrir ce nouveau schéma, mais aussi et toujours à participer à sa mise en œuvre, à être pleinement acteur de ce tourisme départemental.

Bien à vous,

■■■■ 2014-2016

SCHÉMA DÉPARTEMENTAL  
DU TOURISME ET DES LOISIRS *des Pyrénées-Atlantiques*



# Pour un tourisme compétitif et durable

Le nouveau schéma départemental du tourisme et des loisirs des Pyrénées-Atlantiques porte l'ambition du Conseil général de faire du tourisme un véritable levier de développement durable, en cherchant à maintenir une fréquentation touristique harmonieuse au service des espaces, des territoires, des habitants et des entreprises des Pyrénées-Atlantiques.

Il s'attache à concilier le développement économique avec la préservation de l'environnement et la qualité de vie des habitants.

La qualité est une exigence permanente et transversale : qualité de l'offre, tant du point de vue des équipements que des services, qualité de l'environnement (cadre de vie et patrimoine naturel et socio-culturel), mais encore qualité de la chaîne des services d'un séjour touristique.

Au regard de cette ambition, quatre enjeux sont définis :

## ➤ **Conforter le tourisme comme levier de développement économique responsable**

L'industrie touristique est un des quatre piliers économiques du département, avec l'agro-alimentaire, l'aéronautique et la chimie. Elle génère 10 500 emplois et plus d'1 milliard d'euros de chiffre d'affaires annuel.

Face à une concurrence accrue, un des enjeux de la politique touristique départementale est de consolider cette économie dans une optique de développement durable. Il s'agit de contribuer à maintenir la compétitivité des entreprises et territoires, et de susciter de nouveaux investissements.

## ➤ **Accroître la performance des destinations et des filières**

Dans un contexte économique difficile, le département se dote d'une stratégie offensive répondant à trois orientations :

- Mettre en place des stratégies marketing différentes en fonction des destinations pour renforcer leur compétitivité.
- Accompagner le développement d'une nouvelle offre sur des filières en adéquation avec l'identité et les atouts concurrentiels du département.
- Travailler les clientèles de façon graduelle et différenciée sur des marchés à consolider, à conquérir ou à explorer.

Ces orientations trouveront leur traduction dans le plan marketing départemental.

## ➤ **Favoriser le développement durable en misant sur une démarche collective et participative**

Le tourisme est une source de revenus pour nos entreprises et notre territoire, il est aussi une composante essentielle du cadre et des conditions de vie des habitants.

Un des enjeux est de favoriser un tourisme qui porte un regard bienveillant sur la nature, le territoire, les hommes et les femmes qui l'habitent. Un tourisme qui structure, fédère, suscite l'adhésion de la population et assure ainsi une meilleure solidarité territoriale.

Les orientations retenues visent également à développer un tourisme plus participatif, qui privilégie la rencontre entre les visiteurs et les visités, et favorise ainsi le lien social.

## ➤ **Adapter la gouvernance du tourisme départemental aux nouveaux enjeux**

Le débat sur le partage des compétences entre départements et régions, la raréfaction des moyens publics et le ralentissement économique général, amènent à s'interroger de façon particulière sur le sujet de la gouvernance.

Par ailleurs, l'implication de la population dans le processus de développement touristique constitue un enjeu majeur.

Plusieurs axes de travail sont à privilégier : la recherche d'économies d'échelle, la mise en œuvre de nouveaux modes de coopération, l'innovation dans les produits, les méthodes et les outils.

# Table des matières

<b>Axe I - Conforter le tourisme comme levier de développement économique responsable</b> .....	<b>5</b>
<b>1 Maintenir la compétitivité économique des entreprises et des territoires</b> .....	<b>6</b>
1.1 - <i>Accompagner l'évolution des pratiques des professionnels du tourisme</i> .....	6
1.2 - <i>Accompagner les porteurs de projets à la pérennisation de l'offre</i> .....	6
1.3 - <i>Favoriser un tourisme responsable</i> .....	7
1.4 - <i>Renforcer l'ingénierie technique des territoires, priorité en zone rurale et de montagne</i> .....	7
<b>2 Optimiser les transports et accès du département</b> .....	<b>8</b>
2.1 - <i>Optimiser les dessertes aériennes et ferroviaires du Département</i> .....	8
2.2 - <i>Développer le transport collectif</i> .....	8
<b>Axe II - Accroître la performance des destinations et des filières</b> .....	<b>9</b>
<b>3 Accroître la performance de la promotion de la destination</b> .....	<b>10</b>
3.1 - <i>« Béarn Pays basque » : une communication globale à poursuivre</i> .....	10
3.2 - <i>« Béarn Pyrénées » : une image à construire</i> .....	10
3.3 - <i>« Pays basque » : une notoriété à exploiter</i> .....	11
<b>4 Dynamiser six thématiques prioritaires</b> .....	<b>12</b>
4.1 - <i>Gastronomie et productions locales</i> .....	12
4.2 - <i>Bien-être</i> .....	12
4.3 - <i>Surf et Glisse</i> .....	13
4.4 - <i>Neige</i> .....	13
4.5 - <i>Nature et Sports - loisirs</i> .....	14
4.6 - <i>Tourisme d'affaires</i> .....	14
<b>Axe III - Favoriser le développement durable en misant sur une démarche collective et participative</b> .....	<b>16</b>
<b>5 Développer l'appropriation des activités touristiques par les habitants</b> .....	<b>17</b>
5.1 - <i>Développer la prescription et la consommation d'offres culturelles et de loisirs auprès des habitants</i> .....	17
5.2 - <i>Susciter les pratiques de loisirs nature et culture des écoliers et collégiens</i> .....	17
5.3 - <i>Insuffler et partager une culture tourisme commune auprès des élus et des habitants</i> .....	18
<b>6 Favoriser la coopération entre les acteurs locaux</b> .....	<b>19</b>
6.1 - <i>Les commerces et services</i> .....	19
6.2 - <i>Le patrimoine et la culture</i> .....	19
6.3 - <i>Les territoires</i> .....	20
6.4 - <i>L'environnement</i> .....	20
<b>7 Favoriser un tourisme pour tous</b> .....	<b>21</b>
7.1 - <i>Conforter la destination tourisme et handicap</i> .....	21
7.2 - <i>Développer le tourisme social</i> .....	21
<b>Axe IV - Adapter la gouvernance du tourisme départemental aux nouveaux enjeux</b> .....	<b>22</b>
<b>8 Poursuivre l'articulation des différentes politiques et actions institutionnelles</b> .....	<b>23</b>
<b>9 Optimiser l'action touristique entre les différents niveaux infra-départementaux</b> .	<b>23</b>
<b>10 Améliorer la transversalité de la gouvernance</b> .....	<b>24</b>

## **Axe I - Conforter le tourisme comme levier de développement économique responsable**

*L'industrie touristique est un des quatre piliers économique du département, avec l'agro-alimentaire, l'aéronautique et la chimie. Elle génère 10 500 emplois et plus d'1 milliard d'euros de chiffre d'affaires annuel.*

*Face à une concurrence accrue, un des enjeux de la politique touristique départementale est de consolider cette économie dans une optique de développement durable. Il s'agit de contribuer à maintenir la compétitivité des entreprises et territoires, et de susciter de nouveaux investissements.*

# 1 Maintenir la compétitivité économique des entreprises et des territoires

*Tensions sur les marchés touristiques, émergence de nouvelles offres concurrentielles du secteur professionnel, nouveaux canaux de distribution sur Internet... Nous vivons une crise structurelle qui justifie une stratégie de consolidation plutôt que de conquête.*

*L'accompagnement des entreprises est d'autant plus essentiel, que ce soit dans le montage de projets, la qualité de l'accueil ou encore dans le développement des circuits courts de distribution.*

*L'ingénierie touristique des territoires est également déterminante dans l'accomplissement des missions de développement et d'accompagnement, notamment en montagne, où les enjeux sont particulièrement importants.*

## 1.1 - Accompagner l'évolution des pratiques des professionnels du tourisme

3 objectifs

- Accroître la présence des prestataires sur les canaux de distribution « destination ».
- Augmenter la capacité de prescription des professionnels.
- Poursuivre la politique d'accueil des saisonniers qualifiés, dans le cadre notamment des réflexions sur les « Maisons des saisonniers »

Actions proposées	
Prioritaires	Animer un dispositif d'accompagnement des professionnels pour mieux commercialiser sur Internet.
	Développer les opérations qui favorisent la relation directe entre l'hébergeur et le client (booking64, Fairbooking...).
	Accompagner le groupement d'employeurs « tourisme » dans le développement de l'offre de services pour le partage de prestations de type : gestion, promotion, communication, e-tourisme, etc...
Secondaires	Accompagner les réflexions en cours concernant l'accueil des saisonniers qualifiés : projet d'une maison des saisonniers en Béarn, relance du projet en Pays basque, accueil en habitat dispersé...
	Augmenter la capacité de prescription des professionnels par une meilleure connaissance de leur territoire : portes ouvertes, rencontres professionnelles

## 1.2 - Accompagner les porteurs de projets à la pérennisation de l'offre

2 objectifs

- Accompagner la mise aux normes
- Assurer un niveau d'offres qualifiées sur les axes prioritaires du schéma.

Actions proposées	
Prioritaires	Améliorer l'information des entreprises quant à l'application des réglementations (sécurité, environnement et accessibilité notamment) pour faciliter les investissements et limiter les risques de divergences d'application des textes en organisant le dialogue entre les collectivités, les services de l'Etat et les professionnels.
	Initier des opérations groupées de rénovation commerciale de l'immobilier de loisirs dans le cadre de partenariats public/privé innovants
	Réfléchir à la mise en place de dispositifs complémentaires à ceux déjà existants favorisant la transmission d'entreprises

### 1.3 - Favoriser un tourisme responsable

#### 3 objectifs

- Poursuivre le soutien du développement économique des entreprises touristiques, en intégrant les problématiques, ambitions et enjeux de développement durable.
- Accompagner les entreprises sur la base des critères « Agenda 21 » et « Plan Climat » du Département.
- Valoriser les structures engagées dans une démarche éco-responsable (eau, assainissement, énergie, déchets, intégration à l'environnement).

<i>Actions proposées</i>	
Prioritaires	Mettre en avant les entreprises exemplaires en matière de développement durable
Secondaires	Sensibiliser les touristes aux bonnes pratiques par des actions de communication dédiées

### 1.4 - Renforcer l'ingénierie technique des territoires, priorité en zone rurale et de montagne

#### 3 objectifs

- Consolider l'ingénierie des territoires engagés dans une démarche intercommunale
- Adapter et renforcer l'ingénierie technique des territoires et stations touristiques de montagne.
- Aider les territoires à optimiser leurs ressources financières

<i>Actions proposées</i>	
Prioritaires	Créer un système d'informations partagé entre les différents acteurs publics (être-facilitateur)
	Identifier les besoins des territoires et des filières, en matière d'expertise et d'ingénierie, ainsi que les compétences correspondantes en place, en vue d'optimiser les emplois existants (déjà financés notamment par le Département).
	Aider les collectivités et les hébergeurs à optimiser la collecte de la Taxe de Séjour, notamment par la mobilisation de moyens d'expertise adaptée.
Secondaires	Veiller au co-financement des postes de chargés de mission dans les pôles touristiques de montagne, en mobilisant notamment les futurs fonds européens.



## 2 Optimiser les transports et accès du département

L'accessibilité du département présente des caractéristiques particulières de par sa position géographique. Des enjeux particuliers subsistent en matière de dessertes aériennes et ferroviaires, qui conditionnent le développement de certains marchés nationaux et étrangers.

Aussi, l'accessibilité aux espaces touristiques et la mobilité intra-départementale sont deux enjeux majeurs identifiés par les acteurs du tourisme. Ils conditionnent une part substantielle de gain de productivité de l'économie touristique, tout particulièrement dans les espaces ruraux et de montagne. Il importe de mieux intégrer les besoins dans le schéma départemental des transports et d'oser des expérimentations locales à l'échelle de « bassins de vie ».

### 2.1 - Optimiser les dessertes aériennes et ferroviaires du Département

2 objectifs

- Renforcer la promotion des lignes aériennes et ferroviaires du Département
- Développer l'animation et la promotion sur les marchés « bouts de ligne aérienne »

Actions proposées	
Prioritaires	Soutenir des actions collectives de promotion des lignes aériennes existantes (aéroports Biarritz et Pau) et d'animation des marchés correspondants
	Favoriser la mutualisation des stratégies et des moyens entre les aéroports de Pau et Tarbes.
	Poursuivre les actions de rapprochements auprès des transporteurs aériens et ferroviaires.

### 2.2 - Développer le transport collectif

2 objectifs

- Favoriser les déplacements en transports en commun pour les touristes en séjour
- Valoriser le schéma des transports 64 dans une optique touristique

Actions proposées	
Prioritaires	Expérimenter sur un territoire un projet pilote en matière de schéma local de transports collectifs, adapté aux flux touristiques intégrant les problématiques de dessertes station ou site – vallée et de mise en réseau des sites d'activités.
	Réaliser un diagnostic de desserte sur les stations et les sites touristiques majeurs du département.
	Promouvoir l'offre départementale en transports collectifs et la rendre accessible aux touristes
	Développer l'intermodalité : communication, valorisation des expériences en cours ...



## **Axe II - Accroître la performance des destinations et des filières**

*Dans un contexte économique difficile, le département se dote d'une stratégie offensive répondant à trois orientations :*

- *Mettre en place des stratégies marketing différentes en fonction des destinations pour renforcer leur compétitivité.*
- *Accompagner le développement d'une nouvelle offre sur des filières en adéquation avec l'identité et les atouts concurrentiels du département.*
- *Travailler les clientèles de façon graduelle et différenciée sur des marchés à consolider, à conquérir ou à explorer.*

*Ces orientations trouveront leur traduction dans le plan marketing départemental, intégrant les cibles marketing (segments de clientèle et produits correspondants), les canaux de commercialisation, les actions de promotion, les objectifs de résultats et les moyens financiers/humains à mettre en place pour sa réalisation.*

### 3 Accroître la performance de la promotion de la destination

Malgré les tendances au regroupement de territoires, les supports et les messages de communication se multiplient et compliquent la lisibilité de l'offre et de la destination. En complément de la communication départementale à poursuivre de manière ciblée, une stratégie spécifique de communication et de promotion doit être définie pour chacune des deux destinations : Béarn-Pyrénées et Pays basque.

Les deux communications sont élaborées et déployées de façon collaborative entre le Comité départemental du tourisme, les Offices de tourisme et les groupements professionnels afin de favoriser la mutualisation de moyens et d'outils, et cela en concertation avec le Conseil général.

Il s'agit de s'appuyer sur des positionnements qui permettent de se différencier sur les thématiques fortement concurrentielles : gastronomie et terroir, bien-être, loisirs nature..., en jouant notamment sur la complémentarité entre tradition et modernité.

La nouvelle stratégie proposée vise à renforcer l'image qualitative des destinations Pays basque et Béarn Pyrénées, en s'appuyant sur les valeurs d'accueil et de service, ainsi que sur les savoir-faire.

#### 3.1 - « Béarn Pays basque » : une communication globale à poursuivre

2 objectifs :

- Poursuivre la communication du département sous une bannière transversale, à 3 niveaux :
  - stratégies de promotion et de mise en marché des filières sur le département (bien-être, gastronomie et terroir...)
  - opérations commerciales ciblées, type « Tout le 64 à 64 euros »
  - la communication professionnelle du CDT
- Optimiser la promotion du département en mettant en valeur les destinations transfrontalières.

Actions proposées	
Prioritaires	Concevoir des produits ou/et stratégies filières transversales comme support de promotion/vente de la destination départementale
	Elaborer une charte départementale graphique et de communication (CDT, OT)
	Animer la présence sur les réseaux sociaux autour des entrées affinitaires correspondant aux filières ou aux destinations promues dans le cadre de la stratégie.
Secondaires	Définir avec les partenaires transfrontaliers les périmètres de destinations touristiques pertinents pour la conception et la promotion d'offres communes sur des clientèles ciblées : Pays basque et Euskadi/Navarre, Béarn et Aragon, Pyrénées françaises et espagnoles, etc.

#### 3.2 - « Béarn Pyrénées » : une image à construire

2 objectifs

- Construire l'image du Béarn et développer sa notoriété en s'appuyant sur celle des Pyrénées
- Permettre aux territoires du Béarn-Pyrénées de communiquer sous une bannière commune.

Actions proposées	
Prioritaires	Bâtir une stratégie de communication basée sur des thématiques communes, marqueurs identitaires, et points de différenciation propres au Béarn Pyrénées
	Concevoir comme l'un des fondements de l'image de la destination Béarn Pyrénées un événement fort existant ou à créer

### 3.3 - « Pays basque » : une notoriété à exploiter

#### 2 objectifs

- Soutenir la notoriété du Pays basque dans une optique de différenciation par rapport aux destinations concurrentes, en jouant sur la complémentarité entre tradition et modernité.
- Valoriser la notoriété de la destination Pays basque par des actions ciblées, autour notamment de la complémentarité « littoral – campagne – montagne »

<i>Actions proposées</i>	
<i>Prioritaires</i>	Concevoir des offres vitrines combinant des prestations littorales avec campagne/montagne (thalassothérapie et randonnée, surf et gastronomie...)

## 4 Dynamiser six thématiques prioritaires

L'enjeu qualité est de conforter ou de développer les filières stratégiques pour le département, de l'adaptation de l'offre à sa mise en marché. Il s'agira de s'appuyer sur **un plan d'actions marketing** et **la mise en place de clubs** réunissant acteurs publics et privés sur chacune des filières, pour :

- Structurer et qualifier l'offre : aménagement, équipement, formater une gamme de produits.
- Former et professionnaliser les acteurs.
- Organiser les collaborations public/privé.
- Mutualiser la veille et l'observation économique.

### 4.1 - Gastronomie et productions locales

Le département possède une offre riche et multiple déjà porteuse d'une image attractive.

Les consommateurs affichent un regain d'intérêt pour l'authenticité, le terroir, le « fait maison ». L'enjeu est de tirer parti de cet engouement pour consolider le développement de l'offre et favoriser la découverte de la destination.

Il s'agit notamment de rapprocher les restaurateurs et les producteurs, en facilitant les circuits courts, et de mettre en scène les produits locaux et savoir-faire culinaires.

3 objectifs

- Structurer la mise en tourisme de la filière.
- Promouvoir la découverte des territoires par le prisme des productions locales.
- Valoriser les circuits courts entre les producteurs et professionnels de la restauration.

Actions proposées	
Prioritaires	Valoriser les événements de promotion de la filière et leur mise en tourisme
	Mutualiser les outils de communication et partenariats avec les acteurs : application « découverte des produits locaux », « Etiquettes narratives » ...
Secondaires	Identifier et valoriser des produits associant notamment Gastronomie /Patrimoine / Culture ...

### 4.2 - Bien-être

Avec cinq centres de thalassothérapie, quatre centres thermaux (dont le futur centre thermo-ludique des Eaux-Bonnes) et une multiplicité d'offres de balnéothérapie, le département peut répondre à la demande croissante pour le bien-être et s'afficher comme une véritable destination.

1 objectif

- Faire du Béarn-Pyrénées et du Pays basque une destination bien-être.

Actions proposées	
Prioritaires	Elaborer un référentiel de l'offre en parallèle à la segmentation des marchés (santé, bien être, seniors...)
Secondaires	Positionner les Pyrénées-Atlantiques dans l'itinéraire européen des villes thermales historiques
	Travailler les passerelles avec d'autres filières (gastronomie et productions locales, golf, surf...).

### 4.3 - Surf et Glisse

*Berceau du surf en Europe, la Côte basque arrive en tête des régions françaises préférées pour pratiquer le surf. Les surfeurs touristes génèrent près de 16 millions d'euros de chiffre d'affaires en été dans le département.*

*L'enjeu aujourd'hui est de mieux organiser la filière pour développer les ailes de saison et faire des touristes surfeurs de véritables ambassadeurs de la destination.*

3 objectifs

- Conforter la position de la Côte basque : destination française préférée pour le surf.
- Améliorer les conditions de pratique, encadrée ou non.
- Gagner des parts de marché sur les ailes de saison.

Actions proposées	
Prioritaires	Structurer l'offre dans le cadre d'une approche filière glisse et une démarche plan qualité - tourisme
Secondaires	Structurer une offre de type « affinitaire » sur des segments d'activités et clients ciblés.
	Mettre en place un réseau d'ambassadeurs de la destination en s'appuyant sur la communauté de surfeurs

### 4.4 - Neige

*La filière neige occupe une place spécifique dans l'espace Montagne. En effet, le Conseil général est propriétaire de deux domaines skiabiles dans le département et a investi plus de 70 M d'€ ces dernières années pour leur modernisation. Le poids des stations pèse lourd dans l'économie de la montagne : plus de 43 millions d'euros de CA généré pour les 2 stations départementales.*

*Fortes d'une clientèle fidèle et de proximité (supérieure à 60% à Gourette et La Pierre-St-Martin), l'enjeu pour nos stations de ski et vallées de montagne est principalement de développer une clientèle de séjour « sports d'hiver ».*

*Au regard d'une demande croissante des activités de loisirs nordiques et notamment d'un engouement très fort pour la raquette, il convient de travailler à un nouveau modèle de développement de nos sites de ski de fond. L'enjeu est de bâtir une nouvelle stratégie, de faire du département une véritable « Destination Nordique », d'Iraty à l'Aubisque.*

2 objectifs

- Favoriser une stratégie de développement Station/Villages/Vallées.
- Développer les séjours de sports et de loisirs d'hiver.

Actions proposées	
Prioritaires	Développer une offre séjour « neige » station/villages/vallée en proposant des produits intégrant une offre de transport collectif
	Organiser la mutualisation de la communication : Stations, OT, Confédération Pyrénéenne du tourisme, CRTA, CDT, ...
	Créer et animer un club « propriétaires en station »
	Structurer et positionner l'offre nordique : raquettes, ski de fond ...
Secondaires	Lancer une réflexion, pilotée par le Comité d'Orientatation Stratégique Tourisme, sur les stratégies d'adaptation aux effets du changement climatique.

## 4.5 - Nature et Sports - loisirs

*De par sa géographie, le département dispose d'une offre particulièrement diversifiée et de lieux de pratiques de qualité grâce à une politique publique d'aménagement volontariste. Cette filière est génératrice d'emplois et de retombées économiques pour le territoire.*

*L'enjeu est de positionner le département comme une « destination Nature et Sports-loisirs » de référence en s'appuyant sur des éléments forts d'image : Parc National des Pyrénées, Grands sites naturels...*

### 6 objectifs

- Renforcer la cohérence entre les politiques d'aménagement (PDESI : plan départemental des espaces, sites et itinéraires) et de valorisation touristique des sites, des itinéraires et des pratiques.
- Conquérir de nouveaux marchés sur un positionnement « destination nature » « écotourisme et sports – loisirs »
- Randonnée : développer la fréquentation des grands itinéraires et des réseaux de boucles de randonnée (pédestre, équestre, VTT)
- Vélo : accompagner le développement des grands itinéraires et développer les marchés cyclotouriste et cyclosporitif.
- Pêche : maintenir le département dans le peloton de tête des destinations françaises.
- Eau : conforter l'offres ludiques liés à l'eau (eaux-vives, canyoning, rafting, canoë, baignade, retenues collinaires ...).

Actions proposées	
Prioritaires	Structurer une offre « destination nature et écotourisme », en lien avec le PDESI et la CDESI : * au plan départemental en s'appuyant sur les richesses patrimoniales, ressources naturelles et biodiversités et selon les différentes filières ou/et pratiques (randonnées, vélo, pêche, spéléo, canyoning ...) * au plan local en s'appuyant sur les spécificités géographiques (côte, montagne), climatiques, etc.
	Structurer une offre spécifique destination « nature – écotourisme » de Montagne.

## 4.6 - Tourisme d'affaires

*Biarritz et Pau jouent un rôle de porte d'entrée de la demande en matière de tourisme d'affaires, et en particulier de congrès. L'enjeu est d'optimiser les retombées économiques du marché des séminaires et de l'incentive sur l'ensemble du département en aidant les entreprises situées en secteur diffus à se positionner sur ce créneau.*

*Il s'agit également de favoriser des rapprochements dans les démarches de prospection et de promotion de la destination.*

### 3 objectifs

- Favoriser une visibilité d'ensemble de l'offre au plan départemental en favorisant la coordination des initiatives entre les destinations
- Faire bénéficier de ces dynamiques les entreprises situées en secteur diffus (rural et montagne)
- Optimiser les déplacements professionnels dans le département générés par les entreprises du secteur industriel, afin de transformer ces clients en séjournants tourisme/loisirs ou en prescripteurs.

<i>Actions proposées</i>	
<i>Prioritaires</i>	Identifier et accompagner des actions complémentaires et communes, entre acteurs privés et publics, structurantes pour les Pyrénées-Atlantiques.
	Soutenir les actions qui permettent aux entreprises situées en secteur diffus de bénéficier la dynamique des grands pôles de tourisme d'affaires
	Promouvoir la destination auprès des clients en déplacement professionnel dans les industries locales
	Identifier des prescripteurs locaux pour l'organisation de congrès (associations ou fédérations nationales, comités d'entreprises ...).



## **Axe III - Favoriser le développement durable en misant sur une démarche collective et participative**

*Le tourisme est une source de revenus pour nos entreprises et notre territoire, il est aussi une composante essentielle du cadre et des conditions de vie des habitants.*

*Un des enjeux est de favoriser un tourisme qui porte un regard bienveillant sur la nature, le territoire, les hommes et les femmes qui l'habitent. Un tourisme qui structure, fédère et suscite l'adhésion de la population.*

*Les orientations retenues visent également à développer un tourisme plus participatif, qui privilégie la rencontre entre les visiteurs et les visités, et favorise ainsi le lien social.*

## 5 Développer l'appropriation des activités touristiques par les habitants

Le tourisme génère 7% des emplois salariés et 1 milliard d'euros de revenu annuel. Pour autant, il n'est pas toujours perçu à sa juste valeur par la population locale. Il s'agit donc de faire partager les images positives des territoires et les enjeux du tourisme aux habitants et à leurs élus : accueil, échanges culturels, lien social, crédibilité des métiers du tourisme, potentiel entrepreneurial.

Dans un contexte de baisse des taux de départs en vacances, de restrictions budgétaires et avec un fort taux de nuitées en hébergements non marchands, le marché local mérite d'être traité de manière particulière.

Une politique spécifique vers les scolaires, consommateurs de demain doit être mise en œuvre.

### 5.1 - Développer la prescription et la consommation d'offres culturelles et de loisirs auprès des habitants

2 objectifs

- Faire des habitants des Pyrénées-Atlantiques des clients et prescripteurs de l'offre culturelle et de loisirs.
- Sensibiliser les nouveaux habitants aux richesses du département.

Actions proposées	
Prioritaires	Segmenter l'offre des Pyrénées-Atlantiques en fonction des attentes quotidiennes des habitants en termes de loisirs et s'appuyer sur les outils web pour la promouvoir
Secondaires	Soutenir des opérations portes ouvertes ou découverte du patrimoine
	En partenariat avec les communes et les prestataires touristiques, participer à la création des « packs accueil et découverte » destinés aux nouveaux résidents et aux habitants du département.
	Mettre en place un programme d'informations destiné aux vacanciers fidèles, fans et abonnés newsletters, alimenté par les personnes ressources du département

### 5.2 - Susciter les pratiques de loisirs nature et culture des écoliers et collégiens

2 objectifs

- Favoriser la pratique des loisirs de pleine nature en milieu scolaire sur les thématiques neige, randonnée et surf.
- Faire que tous les collégiens aient visité cinq sites ou pratiqué cinq activités avant l'entrée au lycée afin d'en faire des prescripteurs.

Actions proposées	
Prioritaires	Développer des offres adaptées au public scolaire (journée ou séjour) en proposant des produits neige, surf et randonnée qui correspondent aux âges, programmes et budgets et qui incluent le transport et le pack enseignant.
	Développer des programmes de découvertes, adaptées au public scolaire, sur l'environnement, la gastronomie, la culture et le patrimoine des P.A.

### 5.3 - Insuffler et partager une culture tourisme commune auprès des élus et des habitants

#### 2 objectifs

- Améliorer la relation touriste-habitant.
- Sensibiliser aux enjeux du tourisme : impact économique, développement local, professionnalisme des entreprises.

<i>Actions proposées</i>	
<i>Prioritaires</i>	Mener des actions de communication : s'appuyer sur la presse locale pour relayer les informations relatives au poids économique du tourisme et la force de l'industrie touristique dans les Pyrénées-Atlantiques. Réaliser des vidéos des professionnels du tourisme afin de montrer leurs compétences et leurs savoir-faire
<i>Secondaires</i>	Etendre à l'ensemble du territoire montagne, l'initiative « Charte des bonnes pratiques de la montagne basque »

## 6 Favoriser la coopération entre les acteurs locaux

Les actions de développement touristique mises en œuvre dans le cadre du schéma privilégieront, chaque fois que le projet le permet, l'intégration des commerces, des services, du tissu associatif local, des Offices de tourisme et de l'ensemble des collectivités dans le processus de réalisation.

### 6.1 - Les commerces et services

Il s'agit de placer les commerces de centre bourg au cœur de la relation offre/demande en matière de loisirs, tant pour les habitants que pour les excursionnistes et les touristes en séjour.

Cette orientation doit permettre d'augmenter les flux vers ces commerces, contribuant ainsi à leur pérennisation, tout en renforçant leur rôle de lien social.

2 objectifs

- Développer de nouveaux relais d'information touristique en zone rurale et de montagne en s'appuyant sur les commerces et services de centre bourg.
- Améliorer la qualité d'accueil des clientèles étrangères

Actions proposées	
Prioritaires	Etablir un référentiel visant à identifier et qualifier un réseau de relais d'informations
	Organiser des actions de sensibilisation du réseau à l'accueil des différents publics : langue étrangère, habitudes de consommation, horaires

### 6.2 - Le patrimoine et la culture

La culture ou/et le patrimoine immatériel sont une composante fondamentale qui participe à la notoriété et à l'image des Pyrénées-Atlantiques, du Pays basque et du Béarn. Alors que le patrimoine bâti et matériel ne constitue pas quant à lui une motivation spécifique de venue dans le Département. Aussi, la densité du tissu associatif départemental et le rôle joué par les associations en termes d'évènements, d'offre d'activités, de transmission et de diffusion du savoir-faire et de la culture locale, doivent-elles trouver plus naturellement des liens directs avec la politique touristique.

2 objectifs

- Valoriser les actions des associations dans le domaine de la culture et du patrimoine.
- Faire de la culture et du patrimoine immatériel une source d'attractivité et une composante forte de l'offre d'animation d'un séjour.

Actions proposées	
Prioritaires	Définir un référentiel « évènement et tourisme » dans une optique éco responsable et accompagner les organisateurs dans son application.
	Favoriser le rapprochement des territoires et des réseaux organisés autour de l'offre en patrimoine bâti, historique ou religieux en s'appuyant notamment sur le label « Art et Histoire » et sur les routes culturelles européennes (ex : chemins de St Jacques).
Secondaires	Mise en place de partenariats spécifiques pour le soutien à la promotion de fêtes et manifestations à dimension départementale ou régionale
	Valorisation touristique des 5 sites départementaux : commanderies d'Irissary et de Lacommande, Châteaux de Laas, de Morlane et de Montaner
	Valorisation des évènements sportifs d'envergure nationale ou internationale
	Développer la découverte du patrimoine industriel et des activités économiques

### 6.3 - Les territoires

*Une meilleure coopération entre les territoires doit contribuer à renforcer la consommation de prestations d'activités des clients de la Côte basque vers le reste du département.*

#### *2 objectifs*

- Renforcer la solidarité entre territoires.
- Favoriser les flux touristiques intra-départementaux.

<i>Actions proposées</i>	
<i>Prioritaires</i>	Proposer des éducteurs des agents d'accueil des Offices de tourisme, voire des actions d'immersion du personnel d'un office de tourisme dans un autre
	Réactiver le concept « Raconteurs de Pays »
	Organiser des relais d'information sur le littoral pour promouvoir le reste du département et inversement.

### 6.4 - L'environnement

*Les Pyrénées Atlantiques bénéficient d'un environnement et d'un cadre de vie particulièrement préservés. Ils constituent les socles de l'attractivité actuelle du territoire : sa préservation constitue un enjeu majeur pour le développement du tourisme dans les années à venir.*

#### *3 objectifs*

- Sensibiliser les consommateurs de loisirs au respect des règles de sécurité et de protection de l'environnement.
- Sensibiliser les professionnels et les élus à la préservation du cadre de vie.
- Communiquer auprès des clients et des habitants sur la qualité des eaux de baignade et l'ouverture des plages.

<i>Actions proposées</i>	
<i>Prioritaires</i>	Soutenir les prestataires de loisirs nature, et notamment les écoles de surf et ski, dans une action de sensibilisation des pratiquants de sports de glisse, au respect des règles de sécurité et du milieu naturel.
<i>Secondaires</i>	Monter des opérations de sensibilisation collectives avec des associations (CPIE / Bilta Garbi / Surfrider, GIP Littoral...) auprès des clients et des entreprises.

## 7 Favoriser un tourisme pour tous

### 7.1 - Conforter la destination tourisme et handicap

*Avec plus de 120 offres touristiques labellisées, il convient de positionner notre destination parmi les leaders en termes d'accessibilité.*

#### 2 objectifs

- Accompagner le développement d'une offre accessible et de qualité
- Favoriser l'émergence d'une offre accessible globale sur quelques territoires

Actions proposées	
Prioritaires	Accompagner, dans le cadre d'un appel à projets, trois territoires du département au label destination pour tous
	Adapter le règlement d'interventions aux contraintes rencontrées par les professionnels tout en préservant la dynamique de développement d'une offre accessible et de qualité.
Secondaires	Intégrer l'approche « tourisme et handicaps » dans le cadre du PDESI

### 7.2 - Développer le tourisme social

*L'enjeu de la politique départementale en matière de tourisme social est de faciliter l'accès aux vacances à ceux qui ne le peuvent pas ou plus pour des raisons financières. Cela contribue à favoriser l'épanouissement, la cohésion sociale et à lutter contre l'exclusion.*

*Une attention particulière est portée à l'accès aux loisirs et aux vacances pour les familles à faible revenu, résidentes du département, en favorisant notamment les passerelles avec les différents dispositifs d'aides existants.*

#### 3 objectifs

- Optimiser les dispositifs existants d'aides au départ en vacances.
- Accompagner les structures d'hébergement du tourisme social vers un développement garant des objectifs de la politique publique du tourisme social et compatible avec un modèle économique pérenne pour l'établissement.
- Faciliter l'accès à l'offre départementale de loisirs pour les résidents à faibles revenus

Actions proposées	
Prioritaires	Qualifier, identifier, structurer et promouvoir, notamment via le site du CDT, une offre départementale de qualité « petit budget »
	Coordonner et promouvoir les politiques publiques susceptibles d'être en lien avec le tourisme social, en s'appuyant sur une commission vacances.
	Associer l'aide à la pierre aux hébergements du tourisme social à un accompagnement en ingénierie de développement touristique et économique

## **Axe IV - Adapter la gouvernance du tourisme départemental aux nouveaux enjeux**

*Le débat sur le partage des compétences entre départements et régions, la raréfaction des moyens publics et le ralentissement économique général, amènent à s'interroger de façon particulière sur le sujet de la gouvernance.*

*L'innovation doit être privilégiée afin de concevoir de nouvelles approches en matière de concertation et de médiation, mais aussi favoriser la créativité dans les produits, les méthodes de travail et les outils.*

*L'interaction entre tous les acteurs (de l'Etat aux collectivités territoriales, en passant par les acteurs de la société civile, les professionnels du tourisme, les offices du tourisme...) doit être recherchée afin de favoriser les partenariats, les économies d'échelle, la mise en œuvre de nouveaux modes de coopération.*

*Enfin, l'implication de la population dans le processus de développement touristique constitue un enjeu majeur.*



## 8 Poursuivre l'articulation des différentes politiques et actions institutionnelles

*L'enjeu principal est d'adapter nos modes de collaboration afin de mieux optimiser la performance de l'action publique dans le champ du tourisme.*

*Les nouveaux programmes de financement européens s'orientent vers le développement de projets transfrontaliers ou interrégionaux.*

### 3 objectifs

- Coordonner à l'échelle départementale les différentes politiques publiques institutionnelles (Département, Région, Etat, Massif, Europe ...) pour une optimisation des cofinancements.
- Renforcer la coopération entre les différents organismes du Tourisme (OT, CDT, CRT, CPT, UDOTSI, Chambres Consulaires etc. ...): promotion, communication, veille et l'observation touristique, conseils aux entreprises ...
- Favoriser les actions de coopération transfrontalière ou interdépartementales qui permettent, par la complémentarité des offres, de renforcer l'attractivité.

<i>Actions proposées</i>	
<i>Prioritaires</i>	Mutualiser des moyens de promotion sur certaines filières et des marchés ciblés aux échelles interdépartementales ou/et inter-régionales

## 9 Optimiser l'action touristique entre les différents niveaux infra-départementaux

*Le regroupement et la mise en réseau des Offices de tourisme, notamment dans le cadre des politiques territoriales, ouvrent de nouvelles opportunités d'organisation et de partage : compétences et savoir-faire, outils, ressources humaines et financières.*

### 2 objectifs

- Renforcer la coopération et le rapprochement entre les collectivités et organismes locaux du tourisme : Communes, Communautés des communes, Syndicats mixtes, Pays, Offices de Tourisme,...
- Promouvoir et susciter le partage de compétences techniques.

<i>Actions proposées</i>	
<i>Prioritaires</i>	Améliorer la gestion collaborative CDT – Offices de tourisme en matière de promotion et de communication (par exemple : mettre en place un planning partagé des actions)

## 10 Améliorer la transversalité de la gouvernance

*Il apparaît essentiel de mieux articuler la politique publique du tourisme avec les autres politiques conduites par le Conseil général : stations d'altitudes et montagne, qualité des eaux de baignade, itinérance, éducation à l'environnement et valorisation des espaces naturels sensibles, culture et patrimoine, Agenda 21, plan climat, transports, schéma handicaps, communication départementale...*

*Parmi les efforts à accomplir, figurent la mutualisation des moyens, le renforcement des collaborations techniques et le partage de connaissances.*

### 4 objectifs

- Renforcer les liens transversaux entre les différentes politiques départementales internes.
- Mieux articuler ces différentes politiques publiques avec les missions confiées au CDT.
- Favoriser la coopération entre les différents services dans la définition des programmes et des plans d'action.
- Expérimenter la mise en œuvre d'une partie des objectifs du schéma touristique en mode projet.

<i>Actions proposées</i>	
<i>Prioritaires</i>	Organiser des échanges d'expériences et concertations entre les différents services sur des sujets transversaux ou/et innovants
	Définir un cadre méthodologique et technique de gestion en mode projet d'un ou plusieurs objectifs du schéma. Dans ce cadre, la mise en œuvre pourra être confiée indifféremment à des services du Conseil général, au CDT, voire à d'autres acteurs.
	Intégrer un volet tourisme au Schéma Départemental d'Aménagement Numérique (SDAN)
	Améliorer et clarifier l'articulation des objectifs touristiques avec le Plan Climat et l'Agenda 21 du Département.



## CONSEIL GENERAL DES PYRENEES-ATLANTIQUES

64, avenue Jean Biray 64 058 Pau cedex 9 – 05 59 11 46 64  
4, allée des Platanes 64 104 Bayonne Cedex – 05 59 46 50 50  
[contact@cg64.fr](mailto:contact@cg64.fr) – [www.cg64.fr](http://www.cg64.fr)

## COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME BEARN PAYS BASQUE

Petite Caserne, 2 allée des Platanes, 64100 Bayonne  
22 ter, rue JJ de Monaix, 64000 PAU  
05 59 30 01 30

[infos@tourisme64.com](mailto:infos@tourisme64.com) – [www.tourisme64.com](http://www.tourisme64.com) – [www.tourisme64-pro.com](http://www.tourisme64-pro.com)

■■■■ 2014-2016

SCHÉMA DÉPARTEMENTAL  
DU TOURISME ET DES LOISIRS *des Pyrénées-Atlantiques*

