



Schéma départemental de développement touristique 2022-2027 des Pyrénées Atlantiques

Comité de Concertation le 21 mars 2022



Mars



160 cours du Médoc
33300 Bordeaux
www.protourisme.com

Les principes du Schéma départemental de développement touristique 2022-2027 des Pyrénées Atlantiques

Un Schéma de développement touristique pour changer de paradigme **Nouveau paradigme, nouvelle représentation du monde, un modèle plus vertueux**

Ce schéma intègre le caractère transversal de l'activité touristique qui touche aux domaines de la culture et de l'évènementiel, de l'agriculture et des savoir-faire, du sport et des loisirs ... des patrimoines et des infrastructures.

Cette transversalité nécessite une meilleure coordination des politiques publiques au sein du Département mais aussi et surtout avec les autres acteurs institutionnels pour **passer d'une compétence partagée à une compétence coordonnée.**

Il convient donc de **clarifier la répartition des missions** et des actions avec les EPCI, avec les opérateurs du tourisme qu'ils soient publics ou privés en **faisant converger les enjeux de performance, d'équilibre territorial, de développement durable au service des territoires et de ses habitants.**

Faire converger les enjeux de développement et de durabilité

Un schéma qui intègre et s'appuie sur la **dimension bicéphale du Département : Le Béarn et le Pays Basque.**

Un tourisme qui se doit d'être raisonné à l'échelon des **territoires géotouristiques pertinents**, de ses **filières**, de ses **marqueurs identitaires** et être centré sur la **satisfaction des publics.**

Une stratégie de marketing territorial **porteuse de valeurs** revendiquées et portées par les territoires, visant à **mieux répartir les flux touristiques dans le temps et dans l'espace.**

Une ambition qui s'inscrit dans les **transitions et les évolutions sociétales** afin de **transformer les modèles de développement et de consommation** vers un **tourisme plus responsable.**

Une nécessité de **faire converger les besoins des clientèles touristiques avec ceux des habitants** au profit d'un développement harmonieux social, économique et environnemental.

Les grandes orientations de la politique touristique départementale

Les 3 grands défis du Schéma départemental de développement touristique 2022-2027 des Pyrénées Atlantiques

1

Créer une nouvelle offre, plus innovante, plus identitaire et à plus forte valeur ajoutée

2

Agir pour un tourisme responsable et équilibré

3

Améliorer l'efficacité de l'action publique du tourisme grâce à une gouvernance partagée et des actions mutualisées

10
chantiers

La déclinaison en actions

Défi

1

Créer une nouvelle offre, plus innovante, plus identitaire et à plus forte valeur ajoutée

Un premier défi décliné en 4 chantiers :

- **Chantier 1** : Renforcer la performance et l'innovation dans l'offre d'hébergements touristiques
- **Chantier 2** : Faire de la filière nature une vitrine d'excellence du tourisme départemental
- **Chantier 3** : Valoriser les patrimoines marqueurs du Béarn et du Pays Basque par une mise en tourisme expérientielle
- **Chantier 4** : Faire de l'évènementiel un vecteur de l'attractivité toutes saisons

Défi

1

Créer une nouvelle offre, plus innovante, plus identitaire et à plus forte valeur ajoutée

Chantier 1 : Renforcer la performance et l'innovation dans l'offre d'hébergements touristiques

- **Proposer un plan de développement des hébergements marchands des Pyrénées Atlantiques** : analyse quantitative et qualitative de l'offre, analyse de la demande, préconisations sur les manques et les besoins.
- **Accompagner les hébergeurs dans le développement d'une offre plus qualitative, plus innovante, plus thématisée** et en lien avec les territoires et les filières (bien être, outdoor, itinérance, affaires, ...).
- **Aider à la dynamique des clubs et réseaux d'hébergeurs** en répondant à leurs besoins de formations, d'actions marketing, de création de produits commercialisables.

Défi

1

Créer une nouvelle offre, plus innovante, plus identitaire et à plus forte valeur ajoutée

Chantier 2 : Faire de la filière nature une vitrine d'excellence du tourisme départemental

- **Mettre en tourisme les espaces, sites et itinéraires départementaux** (PDESI, PDIPR, Schéma Vélo, ENS) : identification des besoins, faisabilité, création d'équipements de points d'étapes sur les grands itinéraires (vélo, randonnée pédestre, VTT, équestre).
- **Structurer un réseau local de produits vitrines qualifiés Top64** (boucles thématiques, sites multi activités type camps de base / spots) : cahier des charges et critères, identification des sites à potentiels, validation d'un programme d'aménagement et de développement viable.
- **Renforcer les programmes d'amélioration des Stations de Montagne** : définir un positionnement différencié et complémentaire sur les 3 stations (nouvelles dimensions urbanistiques et environnementales, enrichissement et diversification des activités pour des pratiques à l'année).
- **Accompagner la professionnalisation des acteurs** : encourager de nouveaux produits et services voire de nouveaux métiers de type médiateur ...

Défi

1

Créer une nouvelle offre, plus innovante, plus identitaire et à plus forte valeur ajoutée

Chantier 3 : Valoriser les patrimoines marqueurs du Béarn et du Pays Basque par une mise en tourisme expérientielle

- **Développer et/ou poursuivre la mise en tourisme des sites départementaux** : La Commanderie de Lacommande, Château de Montaner, Château de Morlanne, Château de Laas, Ospitalea.
- **Développer l'attractivité des sites locaux de visite** : accompagner l'évolution de la médiation des contenus (supports multimédia, parcours interactifs, outils numériques, mises en scène ludiques). Soutenir les projets, favoriser les dynamiques impliquant les habitants...
- **Améliorer et valoriser l'attractivité touristique des villes et villages par appel à projets**, accompagnement des communes à un projet structuré d'embellissement et de valorisation, à l'obtention de labels ou classement,...
- **Construire une offre d'excellence « Terroir, Produits et Savoir-faire »** marqueurs du 64 en lien avec l'artisanat, l'industrie, l'art contemporain, les entreprises du patrimoine vivant ... développer des circuits et routes de découvertes favorisant l'immersion et l'expérientiel, soutenir les évènements.

Défi

1

Créer une nouvelle offre, plus innovante, plus identitaire et à plus forte valeur ajoutée

Chantier 4 : Faire de l'évènementiel un vecteur de l'attractivité toutes saisons

- **Valoriser des évènements culturels et sportifs déclencheurs de séjours**, en concentrant les moyens sur des offres vitrines marquées Béarn et Pays basque : miser sur une série de rendez-vous culturels, sportifs, festifs, gastronomiques, ... **renforcer les évènementiels existants en les faisant évoluer.**
- **Soutenir un réseau d'évènements labellisés « 64 Grands évènements »** porteurs pour l'attractivité du territoire départemental : appel à projets, structure de coordination, appui technique, promotion et mise en marché, accompagnement financier.
- **Initier des évènements départementaux valorisant l'attractivité des destinations 4 saisons** : réfléchir à un ou des évènementiel(s) d'envergure (notamment en Béarn).

La déclinaison en actions

Défi

2

Agir pour un tourisme responsable et équilibré

Un deuxième défi décliné en 3 chantiers

- **Chantier 5** : Faire du tourisme responsable, environnemental et social le socle d'un tourisme vertueux
- **Chantier 6** : Repenser les flux touristiques sur les sites fragiles et construire une offre alternative
- **Chantiers 7** : Répondre à l'enjeu des nouvelles mobilités

Défi 2

Agir pour un tourisme responsable et équilibré

Chantier 5 : Faire du tourisme responsable, environnemental et social le socle d'un tourisme vertueux

- **Mobiliser les acteurs privés et publics du tourisme vers des démarches de responsabilité sociale et environnementale** : transition énergétique, enjeux liés à l'eau, anticipation des impacts du changement climatique, économie circulaire, ... et engager l'AaDT dans une dynamique RSE.
- **Renforcer les critères d'éco-conditionnalité dans les règlements d'intervention**, encourager l'accès aux normes HQE et/ou aux labels de référence (Qualité Tourisme, référentiel régional tourisme durable), passer du label Tourisme & Handicaps à une offre accessible pour tous.
- **Construire une économie du Tourisme au service de l'innovation et d'actions solidaires et créer un laboratoire « InnoLab 64 » accélérateur de projets innovants** : Accompagnement de start-up, crowdfunding avec des réseaux à l'instar de « A Tree for You »,..., intégrer les associations locales (Surfrider Foundation, Bultza, Initiative Béarn ...), constituer une caisse commune avec des acteurs privés et publics, soutenir des initiatives locales (jeunes agriculteurs/entrepreneurs projets solidaires en Pyrénées – Atlantiques, produits agricoles locaux, préservation de plantes endémiques, entretien de la montagne...) et des créateurs d'entreprises en lien avec le tourisme.
- **Mener une réflexion sur les services à apporter aux saisonniers** : état des lieux des besoins et des initiatives en cours ou en projet : logements, crèches, transports..., identification des actions à conduire ; accompagnement d'initiatives innovantes

Défi 2

Agir pour un tourisme responsable et équilibré

Chantier 6 : Repenser les flux touristiques sur les sites fragiles et construire une offre alternative

- **Faire l'inventaire des sites sensibles et à surfréquentation et classer les sites** à fermer, à limiter, à réaménager en partenariat avec les EPCI et les acteurs concernés.
- **Mettre en place une méthode de définition des jauges de fréquentation acceptables**, définir une grille d'indicateurs multicritères et **déployer des mesures correctives** dans la gestion des flux, de la protection et de l'aménagement des espaces en partenariat avec les collectivités et les acteurs concernés.
- **Sensibiliser, mobiliser les usagers des espaces naturels** pour en faire des acteurs et des ambassadeurs de la transition écologique et de la biodiversité notamment durant les périodes estivales de forte fréquentation, anticiper l'information des usagers pour les sites présentant un risque de saturation, **orienter les publics vers les sites moins impactés** (applications mobiles, panneaux/signalétique d'information, supports, ...). Informer en temps réel les visiteurs des conditions de visite de certains sites et proposer des solutions de replis.

Défi 2

Agir pour un tourisme responsable et équilibré

Chantier 7 : Répondre à l'enjeu des nouvelles mobilités

- **La problématique n'est pas du ressort de la compétence du Département mais il convient de ne pas faire abstraction des problématiques suivantes :**
 - Valoriser l'offre de transports, inciter les touristes à utiliser ces services dans leurs déplacements et développer avec les Syndicats des mobilités une offre d'écomobilité.
 - Une nécessité de gagner en lisibilité, de simplifier le parcours de l'utilisateur au quotidien (habitant, excursionniste ou touriste), de mieux informer sur les services de mobilité.
 - Un besoin de sécurisation des itinéraires en lien notamment avec l'essor des mobilités douces.
 - Un besoin d'adapter à un usage touristique les transports en commun (horaires, cadencements,...), de développer et d'organiser la multimodalité pour fluidifier et optimiser les déplacements.
- **Le Département peut cependant soutenir des actions innovantes en matière de mobilité pour favoriser le remplacement des équipements thermiques par des solutions « zéro émission ».** Cette démarche pourrait concerner les mobilités en site fermé (aéroports, sites touristiques...).

La déclinaison en actions

Défi

3

Améliorer l'efficacité de l'action publique du tourisme grâce à une gouvernance partagée et des actions mutualisées

Un troisième défi décliné en 3 chantiers

- **Chantier 8** : Développer et recentrer l'ingénierie départementale sur des actions à plus fort effet de levier
- **Chantier 9** : Renforcer la coordination des politiques publiques pour une meilleure efficacité de l'euro dépensé
- **Chantier 10** : Adopter un nouveau plan marketing et une mise en marché à partir du positionnement défini pour le Béarn, le Pays Basque et les filières identitaires

Améliorer l'efficacité de l'action publique du tourisme grâce à une gouvernance partagée et des actions mutualisées

Chantier 8 : Développer et recentrer l'ingénierie départementale sur des actions à plus fort effet de levier

- **Renforcer la cellule observation au sein de l'AaDT en faisant du triptyque observation / prospective / évaluation, la pierre angulaire du pilotage de la politique touristique départementale** pour suivre l'évolution de l'offre et de la demande des hébergements touristiques, notamment l'économie grise des meublés de tourisme, définir le poids économiques et social des filières prioritaires, mesurer les impacts environnementaux et leurs évolutions, analyser et définir les besoins des clientèles touristiques, mettre en place une veille stratégique et prospective, évaluer l'efficacité des actions engagées dans le cadre du schéma, ...
- **Consolider au sein de l'AaDT une ingénierie de projet** à destination des territoires et des socio-professionnels du Département pour le développement de nouveaux projets. Se concentrer sur l'accompagnement de projets structurants à même de faire évoluer l'offre quantitativement et qualitativement, créateurs d'emplois, générateurs de retombées économiques, répondant à une carence identifiée qu'il s'agisse de projets endogènes ou exogènes.

Défi

3

Améliorer l'efficacité de l'action publique du tourisme grâce à une gouvernance partagée et des actions mutualisées

Chantier 8 : Développer et recentrer l'ingénierie départementale sur des actions à plus fort effet de levier

- **Mettre en œuvre une politique proactive de recherche d'investisseurs et/ou d'opérateurs** en identifiant au préalable les sites à potentiel : Identifier et présélectionner des sites en capacité d'accueillir des projets, initier une démarche d'appels à projets, rechercher des investisseurs, faire remonter auprès des financeurs les projets correspondant aux critères d'éligibilité du Département et de la Région.
- **Développer les liens avec les socio professionnels** : animer des groupes ou clubs (filères ou thématiques) départementaux, initier la mise en place d'actions concertées tant d'un point de vue du développement que du marketing, des démarches de labellisation ou de certification, ...

Défi 3

Améliorer l'efficacité de l'action publique du tourisme grâce à une gouvernance partagée et des actions mutualisées

Chantier 9 : Renforcer la coordination des politiques publiques pour une meilleure efficacité de l'euro dépensé

- **Optimiser la transversalité et renforcer les synergies entre les différentes politiques publiques au sein du Département :**
 - pour les projets ayant un angle « développement économique » avec **les Agglomérations CAPB, Communauté d'Agglomération de Pau Pyrénées et les autres EPCI,**
 - **au sein des services du Département :** Tourisme / Culture, patrimoine, agriculture, sport ... pour les projets ayant une dimension touristique.
 - **Établir un guide du « qui fait quoi ? » récapitulant les rôles et les missions de chacune des parties (AaDT, services du Conseil Départemental, Offices de tourisme, EPCI, ...).**
- **Créer un « Comité de sélection » (ADT / Conseil Départemental / collectivités concernées)** pour identifier les projets à fort effet de levier mais aussi de présélectionner les sites « à potentiel » faisant consensus pour un projet de développement.
- **Coordonner les actions de conseil, de formation et de promotion des socio professionnels entre Collectivités et déboucher sur la création d'un « catalogue de services partagé »** pour une meilleure information et visibilité au service des acteurs du tourisme.

Défi

3

Améliorer l'efficacité de l'action publique du tourisme grâce à une gouvernance partagée et des actions mutualisées

Chantier 10 : Adopter un nouveau plan marketing et une mise en marché à partir du positionnement défini pour le Béarn, le Pays Basque et les filières identitaires

- **Consolider l'articulation entre les stratégies de promotion départementale et de destination** : poursuivre les stratégies de destination en lien avec la CAPB et le Pays de Béarn, un plan marketing global et décliné par destination et par filières d'intérêt départemental (nature, itinérance, vélo, terroir et gastronomie, etc...), favoriser les flux entre les deux destinations (y compris pour les habitants).
- **S'appuyer sur le positionnement identitaire, les valeurs socle et le récit de destination « Pays Basque » et « Béarn », (en faire de même avec les filières identitaires).**
- **Mettre en place un Comité de pilotage partagé par destination, conventionner avec les territoires (Département/Destination), et entre les quatre partenaires (CD-AaDT/Collectivité-OT).**

Le plan marketing pourrait être mutualisé et financé à parité entre l'AaDT, selon le principe du 1 euro / 1 euro, et les 2 destinations Béarn et Pays Basque.

Défi

3

Améliorer l'efficacité de l'action publique du tourisme grâce à une gouvernance partagée et des actions mutualisées

Chantier 10 : Adopter un nouveau plan marketing et une mise en marché à partir du positionnement défini pour le Béarn, le Pays Basque et les filières identitaires

- **Adapter les moyens, les outils et les supports** : privilégier une communication « image / valeur / produits » en misant sur une fréquentation toutes saisons, en démultipliant les motifs de venues et en orientant les actions sur les bassins émetteurs de proximité, sans négliger les clientèles plus lointaines à forte valeur ajoutée, pour les filières identitaires (itinérance, thermalisme, bien-être, remise en forme, affaires, golf, outdoor, ...)
- **Structurer une mise en marché** : construction d'une gamme de produits commercialisables en interne ou par des tiers (prestataires, OT, Tours opérateurs spécialisés, réceptifs locaux), privilégier des produits touristiques adaptés aux cibles de clientèle, sur une gamme restreinte de séjours « image/produit » valorisant les thèmes marqueurs ou les « best of » du 64, mettre en marché ou valoriser les produits sur différents canaux de commercialisation et en lien avec les actions de promotion.