

Economie | Jurançon Béarn Pyrénées, labellisé « Vignobles et Découvertes »



La Cave du Jurançon, La Maison du Jurançon, 25 domaines viticoles, 13 événements festifs, 5 activités, 3 restaurants, 2 hôtels-restaurants, 2 hôtels, 10 locations touristiques, 6 maisons d'hôtes et 3 offices de tourisme. Voilà le réseau des acteurs qui s'est mobilisé depuis 2015 pour parvenir à l'obtention du label « Vignobles et découvertes » sur la destination Jurançon Béarn Pyrénées. Un travail coordonné par l'Agence d'attractivité et de Développement Touristique 64 et récompensé en mai dernier par l'obtention effective de ce label, délivré par Atout France. Une bonne nouvelle pour la visibilité nationale et internationale de ce bout de territoire oenotouristique et patrimonial fort, permettant le déploiement d'une stratégie et de projets présentés à l'occasion de la remise des plaques du label aux acteurs ce lundi soir au Parlement de Navarre à Pau.

Si l'obtention du label le 22 mai 2018, et pour les 3 ans à venir, était une belle étape, elle n'est pas une fin en soi pour les acteurs touristiques du territoire Jurançon Béarn Pyrénées. Bien au contraire, ce label est l'outil permettant l'enclenchement d'une réelle stratégie commune de promotion du territoire, de ses acteurs, de ses productions et de son patrimoine. Et la distribution des plaques du label, que chaque entreprise, vigneron, restaurateur ou encore hébergeur, pourra désormais afficher sur son pas de porte vient bel et bien matérialiser cet esprit de groupe autour de la destination.

Un effort de travail en réseau plusieurs fois salué par Jacques Pédehontaà, Président de l'AaDT 64, qui chapeautait lundi soir cette remise de plaques à la cinquantaine de professionnels concernés. « L'offre existait mais elle demandait à être mieux coordonnée et organisée. Vous êtes tous des professionnels mais d'une certaine manière vous tous concurrents entre vous; vous avez pourtant su vous réunir pour travailler en commun afin de valoriser l'ensemble des acteurs et ce territoire du Jurançon et plus largement du Béarn et ainsi gagner en visibilité auprès des opérateurs internationaux », les a-t-il félicité.

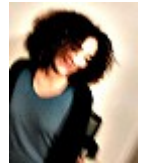
Autrichien, suédois, chinois...

Mais l'AaDT qui coordonne la démarche mise en place pour faire connaître et valoriser ce territoire, au côté des 3 offices de tourisme Pau Béarn Pyrénées, Coeur de Béarn et Pyrénées Béarnaise pour le haut Béarn, labellisées

elles aussi, n'a pas attendu la remise des plaques pour aller chercher les touristes à l'export et les attirer aux pays du fameux Jurançon. Pour preuve la présence de la destination à Bordeaux en octobre dernier sur le Salon « Vignobles et Découvertes », qui a déjà permis de faire quelques touches auprès d'opérateurs internationaux pour leur « vendre » le territoire et des propositions de séjours. « A cette occasion nous avons rencontré une vingtaine de tours operators sur le Salon et 8 ont participé, en amont de l'évènement à un « Educ Tour », leur permettant de venir sur place, en Jurançon mais aussi Madiranais pour mieux connaître la destination et les différentes propositions de séjours possibles", détaille Delphine Valard, Directrice de l'OT Coeur de Béarn. Par ailleurs le travail de coordination mis en œuvre dès 2015 en vue de l'obtention du label a déjà commencé lui aussi à porter ses fruits : « En plus de l'intérêt que nous suscitons depuis quelque mois auprès d'interlocuteurs autrichiens, suédois, ou chinois, pour des voyages de groupes, nous avons vendu plus d'une centaine de séjours individuels de courte durée depuis 1 an et demi... Ca veut dire que nous avons doublé voire triplé le nombre de personnes venues sur le territoire, dont la plupart, remplissent le coffre de leur voiture de cartons de bouteilles de Jurançon... ». « Car si l'objectif du label est de stimuler la fréquentation touristique, c'est bien dans le but très concret de générer des retombées économiques pour tous les partenaires de la destination », souligne à son Tour Jacques Pédehontaà.

Projets 2019

Si le développement d'outils de communication est un axe fort de la démarche récemment lancée de même que l'animation du réseau des acteurs labellisés, par la publication d'un livret technique et la diffusion d'une newsletter notamment, d'autres projets sont prévus en 2019. Parmi eux Armelle Cazal, en charge du dossier à l'AaDT 64, liste notamment : « l'organisation d'un voyage d'études en Aragon, afin de rencontrer les viticulteurs et partager les idées et initiatives, la mise en place de formation sur la commercialisation digitale et la lecture du paysage, ou encore la création d'un observatoire permettant d'évaluer l'impact du label en termes de nombre et de profil des visiteurs accueillis. » En d'autres termes, l'histoire démarre juste et promet d'être belle, telle est bien l'intention en tous cas de l'ensemble des partenaires réunis lundi dans la salle plénière du Conseil départemental.



Solène Méric

Crédit Photo : Aqui.fr
Publié sur aqui.fr le 21/11/2018
[Url de cet article](#)