

## **Economie** | Pyrénées-Atlantiques: 1 M€ pour soutenir les acteurs du tourisme et gâter les visiteurs



Ce mercredi 3 juin, le Département des Pyrénées-Atlantiques et son Agence d'attractivité et de Développement Touristiques (ADT) ont présenté à la presse un plan d'1 million d'euros pour relancer le secteur du tourisme. Durement touché par la crise sanitaire, le secteur qui représente près de 5% du PIB départemental et 15000 emplois, enregistre début juin près de 300 M€ de pertes. « Il faut maintenant que ce million d'euros profite le plus vite possible aux professionnels du tourisme. Il faut qu'ils travaillent cet été, pour pouvoir passer le cap de l'hiver, préserver l'emploi, et les structures », ont ainsi affirmé avec force Jean-Jacques Lasserre, Président du département, Jacques Pédehontaa, Président de l'ADT 64 et le sénateur Max Brisson, Vice président de la structure. Chèques-cadeaux et plan de communication sont les principaux axes opérationnels de ce plan.

Si l'ADT s'est attachée tout au long de la crise à accompagner sur le plan technique, les acteurs touristiques du département avec la mise en place, notamment, d'une permanence téléphonique, d'une veille sur les mesures gouvernementales ou encore d'une boîte à outils pour un accompagnement et des conseils tant juridiques que commerciaux, l'heure est désormais au soutien à la reprise. Pour ce faire, c'est un plan d'1 million d'euros que le Département met sur la table, en complément des dispositifs d'aides proposés par l'Etat et la Région.

### **9000 chèques de 64 euros à dépenser en hébergement ou activité touristiques**

« En ces temps de crise, il faut jouer solidaire. Avec 30 millions de visiteurs, dont 10 millions de touristes et 20 millions d'excursionnistes, le tourisme est un des fleurons de notre département, nous avons donc convenu d'apporter notre contribution à cette activité, tout en considérant que la consommation endogène doit être privilégiée », indique en introduction Jean-Jacques Lasserre.

En charge de la mise en œuvre opérationnelle de ce plan, c'est l'ADT 64, et plus particulièrement son Président Jacques Pédehontaa, qui le détaille. Sur le million d'euros qui a été confié à l'Agence, 600 000€ sont dédiés à une

opération dont l'objectif est d'inciter à la consommation d'hébergement et d'activité dans le 64 par le biais de chèques cadeaux d'une valeur de 64 €. Destinée aux habitants du département et du grand Sud-Ouest, l'inscription à cette opération « 64 à 64€ » se fait par internet avec un tirage au sort tous les 15 jours de mi juin à septembre. Au total, 9000 chèques de 64 euros seront ainsi distribués et pourront être utilisés pour une réservation en ligne ou directement auprès d'un professionnel du tourisme.

Un principe d'incitation à la consommation inspiré par l'opération « Le repos des Héros » lancé par l'ADT au plus fort de la crise sanitaire, visant à offrir à 200 soignants (sur tirage au sort) un bon vacances d'une valeur de 500 €, soit un budget mobilisé par le Département de 100 000 €. Au-delà des bons proposés par l'ADT, un certain nombre d'opérateurs ont amplifié l'initiative. Parmi eux, VVF Vacances, a enrichi ce pot commun de 200 séjours supplémentaires dans ses villages de vacances du 64, menant à un total de 414 bons vacances offerts. Une opération dont Jacques Pédehontaa n'est pas peu fier du succès : outre la reprise de l'initiative dans de nombreux autres départements, ce sont plus de 16 500 soignants de toutes la France qui se sont inscrits au tirage au sort réalisé ce mercredi.

## "Grand air, Grands espaces et Slow tourism"

Outre ces 700 00 euros devant à termes bénéficier directement aux professionnels du tourisme, après un passage par le porte-monnaies des touristes, le plan de relance départemental prévoit également un gros effort de communication pour promouvoir les destinations basques et béarnaises, tout en dynamisant le tourisme de proximité. « Nous voulons nous positionner autour des concepts de Grand air, Grand espaces et de *Slow tourism* », synthétise le président de l'ADT. « La crise sanitaire nous a fait en quelque sorte redécouvrir nos paysans. Or ici, nous avons la mer, la montagne, un art de vivre, une gastronomie et des paysans », tout pour plaire en quelque sorte.

Cette campagne de communication sera visible à travers une édition spéciale tourisme du magazine du Département « 64 » tiré à 300 000 exemplaires début juillet, couplé au développement d'une offre « circuit court » visant à favoriser le consommer local. Enfin, au delà de la saison estivale, des plans de communications seront aussi mis en œuvre en septembre à destination de Bordeaux et Toulouse, prioritairement. Car en effet, dans le contexte actuel, la cible majeur de l'ADT 64 est la clientèle de proximité, habitants du département puis ceux du grand sud ouest. « Ce choix c'est aussi une manière de jouer sur un de nos atouts, glisse Max Brisson, notre clientèle est déjà une clientèle de proximité, on fait déjà du local. Avec des sites à forte identité, et qui ont aussi une dimension familiale y compris sur la côte, on n'est pas ici dans le déploiement d'un tourisme de grande industrie. »

## La prudence des compagnies aériennes inquiète

Du côté des chiffres en effet, 69% des touristes venant dans le département sont français, et 30% résident en Nouvelle-Aquitaine. L'idée est donc clairement de renforcer ce dernier chiffre. Un choix pour le moins judicieux puisqu'il ne semble pas falloir réellement compter sur les infrastructures de transport, à commencer par les aéroports du département pour amener des touristes jusqu'en Béarn et Pays basque cet été. Après l'arrêt total des vols lors du confinement ces derniers subissent désormais, tant à Biarritz qu'à Pau, la grande prudence des compagnies aériennes. Si la clientèle internationale (habituellement 31% des touristes dans le département) n'est pas « la cible » de l'ADT 64, il n'empêche que pour Jacques Pédehontaa, la situation résonne comme « une immense inquiétude ». « S'il y a moins de liaisons, il y aura moins de visiteurs et donc moins d'activités touristiques... C'est un souci qui mobilise tout le monde » assure-t-il, comme le confirme à ses côtés Jean-Jacques Lasserre, et l'avait déjà exprimé, avec colère, le Maire de Pau en fin de semaine dernière.

Au même moment à la Mairie de Pau justement, François Bayrou, annonçait l'ouverture d'une nouvelle ligne Pau – Roissy Charles de Gaulle, par la Compagnie ASL Airlines à compter du 15 juin. Quatre rotations par semaine, dans un premier temps en tout cas, viendront ainsi compléter l'offre de reprise post-Covid d'Air France de seulement 2 vols hebdomadaires vers Roissy, là où avant la crise, une quarantaine d'avions étaient assurés chaque semaine.



Solène Méric

Crédit Photo : [Aqui.fr](http://Aqui.fr)  
Publié sur [Aqui.fr](http://Aqui.fr) le 04/06/2020  
[Url de cet article](#)