

Economie | Pyrénées-Atlantiques : Vers un nouveau tourisme ?



Entre urgence du moment et vision stratégique, le Département des Pyrénées-Atlantiques procédait en fin de semaine dernière au lancement de l'élaboration de son nouveau Schéma départemental du tourisme pour la période 2022-2027. Un défi de taille puisque le secteur représente annuellement 2 milliards de retombées économiques sur le territoire départemental et 10% de son PIB. Sur le fond, la future feuille de route qui en découlera, aura pour double vocation de développer la compétitivité touristique des Pyrénées-Atlantiques tout en s'inscrivant dans la durabilité. En d'autres termes, un nouveau tourisme qui fait plus et mieux.

Si le pilotage de la démarche est assuré par l'Agence d'attractivité et de Développement du Tourisme 64, avec l'aide du cabinet conseil Protourisme, l'élaboration du Schéma départemental « ne se fera pas sans une large consultation », précise Max Brisson, conseiller départemental et vice-président de la structure. Consultation d'une part car « la compétence touristique est de tous les niveaux, de l'Etat aux intercommunalités », et d'autre part, car un tel document stratégique ne peut se faire sans l'écoute des besoins, attentes et perspectives des professionnels du secteur.

Compétitivité et tourisme durable

Côté calendrier, le travail qui sera donc émaillé de temps de production et d'échanges, s'appuiera sur trois grandes phases. D'abord d'avril à juin : enquêtes et entretiens, réunions d'écoute et d'échanges, état des lieux, ensuite de juin à août : visites terrain, définition des enjeux et des orientations pour l'avenir et enfin de septembre à octobre, élaboration du plan d'actions opérationnel, réunions de concertation sur la base des résultats des échanges et organisation des Assises du Tourisme sur la base des premières propositions... Par ailleurs une enquête en ligne, sera réalisée auprès des socioprofessionnels et entreprises via le site internet dédié schema-tourisme64.com.

En somme, l'idée est bien de ne pas travailler seul, et sans attendre les élections départementales du mois de juin prochain. « Le report des élections départementales n'a pas été pris en compte dans le lancement de ce Schéma car le précédent schéma s'arrête en 2021 et les professionnels du tourisme eux n'attendent pas », précise Max Brisson qui prédit aussi à la sortie de la crise sanitaire « une compétitivité féroce entre les destinations ». Il s'agit

donc de ne pas perdre de temps sur la stratégie à avoir en la matière.

Côté stratégie d'ailleurs, si l'essentiel se dessinera bien sûr au fil des échanges et de la concertation, quelque grands enjeux apparaissent déjà incontournables. « Il nous faut continuer à accompagner les professionnels sur la compétitivité et l'attractivité de leurs structures et activités touristiques. Mais, insiste-t-il, il faut également s'inscrire dans un tourisme durable et responsable ». En d'autres termes, une orientation d'autant plus affirmée vers le « slow tourisme », jouant d'avantage de l'expérience de la culture, de la convivialité et du riche patrimoine naturel et historique du département plutôt que de la consommation touristique de masse du tout voir et tout faire sans apporter de sens à la démarche. Conscient que le département des Pyrénées-Atlantiques ne sera pas le seul à creuser ce sillon, l'élu départemental l'affirme : « Nous avons des atouts et quelques richesses en la matière que d'autres n'ont pas ». Et de citer notamment la valorisation des itinéraires cyclables, le tourisme de montagne et le pastoralisme, les espaces naturels du département ou encore la valorisation des filières courtes... Plus durable, plus local d'une certaine manière mais aussi « mieux réparti sur un tourisme des quatre saisons », ajoute Jean-Jacques Lasserre, Président du Département. Le tout, sur fond bien sûr de relance économique du secteur post pandémie.

Mesures d'urgence

Mais au-delà de ce travail sur le tourisme de demain, le département et l'AaDT ont profité de cette conférence de presse pour annoncer le renouvellement de mesures d'urgence face aux difficultés du secteur en proie au Covid. Jacques Pedehontaa, le président de l'AaDT ainsi fait quelques annonces en anticipation de la saison à venir. Première d'entre elles : l'opération « Le 64 à 64 € » (consistant à l'attribution de bons cadeaux aux touristes par tirage au sort) va être reconduite avec une double nouveauté. Elle se déroulera jusqu'à l'automne et inclura les professionnels de la restauration là où l'an dernier, seuls l'hébergement et les activités de loisirs pouvaient recevoir ces bons cadeaux.

Deuxième action de soutien : le lancement d'un programme innovant d'observation au service de la performance commerciale des entreprises de l'hôtellerie et de l'hôtellerie de plein air, et des destinations Béarn et Pays basque. Objectif : « mieux positionner les offres et des acteurs afin d'améliorer leurs revenus », explique le président de la structure. Autre nouveauté : l'organisation par l'AaDT d'un réseau local de vente en circuit court pour développer la visibilité de l'offre de loisirs. En d'autres termes « une dynamique vertueuse entre professionnels, permettant un gain réciproque de visibilité, entre hébergeurs et prestataires de loisirs », se satisfait Jacques Pedehontaa.

Enfin, il rappelle, l'existence d'un partenariat entre l'AaDT 64 et l'ADEME permettant d'accompagner les hébergeurs et restaurateurs qui souhaitent s'engager vers une transition écologique. L'objectif étant de permettre aux professionnels d'accéder plus facilement à l'enveloppe du plan France relance sur les projets relatifs au tourisme durable.



Solène Méric

Crédit Photo : Médiévales Montaner

Publié sur aqui.fr le 05/05/2021

[Url de cet article](#)