



ORIENTATIONS DE DÉVELOPPEMENT

TOURISTIQUE DES GRANDS LACS

Document de travail
V3 JUIN 2023



Sommaire

INTRODUCTION

03

1. Faire des Grands Lacs une destination écoresponsable, encourager un tourisme plus durable

04

> Vers une mobilité touristique plus verte et plus douce

07

> Pour une transition accéléré vers les labels éco-responsables et de qualité

08

> Pour des pratiques plus vertueuses et plus collaboratives

10

> Pour des produits plus innovants et inscrits dans la durabilité, notamment via l'adaptation de l'offre d'hébergements marchands

12

> Mettre en oeuvre un programme de sensibilisation et placer le client au coeur de l'expérience

14

2. Évoluer d'un tourisme de stations vers un tourisme de territoire

15

> Valoriser la filière aéronautique et l'histoire territoriale, berceau de l'hydraviation

17

> La découverte archéologique des vestiges du lac de Sanguinet

18

> Une histoire pétrolière à mettre en valeur

19

> Valoriser les atouts naturels et patrimoniaux comme composante essentielle de l'offre touristique

20

> La nécessaire structuration de nouveaux produits touristiques

21

> Participer aux dynamiques supra-communautaires pour mettre en valeur les atouts locaux

23

> Développer les activités sportives de pleine nature

24

> Créer un topoguide des sentiers de randonnées

25

> Animer les communes dans une logique de développement touristique-culturel du territoire, développer l'évènementiel

26

> Mettre les savoir-faire au cœur de l'expérience client

27

> Soigner la qualité d'aménagement des portes d'entrée du territoire **28**

3. Consolider la notoriété et l'attractivité des Grands Lacs sur le marché national et international **29**

4. Créer un environnement favorable au développement et à la pérennisation de l'activité touristique **31**

> Approche métiers/qualifications **32**

> Aménagement du territoire touristique **32**

> Gouvernance **33**

CONCLUSION **34**

Introduction

Le tourisme constitue une filière économique dominante du territoire des Grands Lacs (5 000 emplois, 1 000 entreprises). Il représente une source de revenu significative pour beaucoup de résidents du territoire via la location de logements saisonniers (de l'ordre de 50 millions d'euros/an).

Ce sont, en 2022, 4,06 millions de nuitées qui sont enregistrées (en hébergement marchand et non marchand), témoin de l'émergence d'un « tourisme de masse ». La population du territoire évolue fortement en saison (de 33 000 à 100 000 habitants).

Développé à partir des années 60, le tourisme a pris son essor et ses effets très positifs en termes économiques sont aujourd'hui contrebalancés par des déséconomies d'échelle avec un impact actuel et à venir sur l'environnement (ressource en eau, déchets, pénurie de logements à l'année, encombrement des routes,...) qui amène à s'interroger et à redéfinir les conditions de son développement.

Les documents supra qui encadrent les orientations du développement touristique (Schéma régional de développement touristique et des loisirs, SRDEII, Néo TERRA, Schéma Régional d'Aménagement, de Développement Durable et d'Égalité des Territoires (SRADDET), schéma départemental du tourisme et du thermalisme,...) mais aussi les schémas communautaires qui abordent la dimension touristique (PCAET, schéma de développement économique, SCOT, ADS, SAGE, ...) intègrent 2 enjeux forts pour un renouveau du développement touristique sur les territoires :

- Limiter les impacts du tourisme sur l'environnement au sens large et s'orienter vers un tourisme plus durable,
- Passer d'une logique de station à une logique de territoire en évitant de concentrer la fréquentation touristique dans le temps (été) et dans l'espace (littoral) afin de s'orienter vers un tourisme « 4 saisons » diffusé sur l'ensemble des 7 communes des Grands Lacs.

Ces objectifs, s'ils doivent dépasser le stade des incantations, nécessitent de reposer les bases du développement touristique du territoire et de définir une stratégie locale volontariste. Celle-ci nécessite des investissements et une stratégie d'animation territoriale à même de fédérer les acteurs autour de ces enjeux.



1.

Faire des Grands Lacs une destination écoversponsable, encourager un tourisme plus durable.

Il s'agit de contribuer à construire une destination authentique et plus respectueuse de l'environnement tout en soutenant la performance économique des entreprises (transition numérique, démarches qualités, innovations,...).

Cet objectif sous-tend plusieurs enjeux qui tiennent à la mobilité, à l'évolution des pratiques et des infrastructures touristiques notamment.

L'objectif est de s'orienter progressivement vers une structuration « slow tourisme ».

« Pratiquer le slow tourisme, c'est choisir de voyager en prenant son temps, en redécouvrant la diversité des paysages mais aussi son patrimoine local, historique, culturel et gastronomique ».

Prendre son temps, c'est aussi se déplacer autrement. Le slow tourisme, c'est possible à vélo, à pied, en transport fluvial ou encore en train.

Le slow tourisme promeut la déconnexion, la redécouverte de territoires de proximité, la rencontre et le partage avec les populations locales. La pratique incite à des voyages plus écologiques, à faible émissions de CO², qui respectent le patrimoine et la biodiversité ».



Cette orientation a été identifiée et investie dès 2018 au sein du positionnement touristique et de la plateforme de marque de la destination touristique constituée par les Grands Lacs :

« Le tourisme, et plus largement nos sociétés se transforment et vont voir leur mutation s'accélérer. D'un côté, l'urbanisation poussée, le tourisme de masse, une mobilité exacerbée, de l'autre la prise de conscience environnementale, la porosité entre le monde du travail et des loisirs, et le besoin de retrouver du lien, de l'ancrage local.

Les visiteurs veulent se ressourcer, mais aussi explorer, expérimenter, se connecter à la nature, de manière fluide et accessible, comme avec les services, notamment digitaux, qu'ils sont habitués à utiliser tous les jours.

La facilitation est devenue un enjeu fort de l'expérience touristique.

Nous avons la conviction qu'un autre mode de développement, plus respectueux, est possible et nécessaire pour notre territoire. Le retour à des valeurs simples, le contact avec la nature, l'accessibilité vont devenir déterminants pour les visiteurs dans le choix de leur destination de vacances, et pourquoi pas un jour leur lieu de vie. »

Cette vision stratégique demande un engagement spécifique de la part de la collectivité sur les enjeux suivants :

01

La nature :

- > Immersive, omniprésente, douce, rassurante, préservée, accessible,
- > L'élément EAU comme fil conducteur, avec les LACS comme emblème,
- > Un patrimoine exceptionnel à sublimer et valoriser.

02

L'exploration, la découverte, les expériences :

- > Richesse et diversité du territoire : identité landaise, histoire (archéologie, hydraviation, pétrole, aéronautique...),
- > Expériences uniques à valoriser,
- > Mobilité douce.

03

La facilitation :

- > Accessibilité,
- > Services digitaux, contenus,
- > Aide à l'organisation.





Vers une mobilité touristique plus verte et plus douce

L'essentiel de l'impact de la fréquentation touristique en termes de CO2 émis, émane du déplacement des touristes vers le territoire des Grands Lacs.

Dans ce contexte, l'accès au territoire via le train est à encourager et à développer. La Gare d'Ychoux Grands Lacs constitue une porte d'entrée territoriale à structurer afin d'y développer l'intermodalité et sa capacité à irriguer le territoire (via le bus, les pistes cyclables, le covoiturage ou tout autre produit mis en place).

A cette fin, la Communauté de communes des Grands Lacs, en partenariat avec la commune d'Ychoux, a choisi de mener une étude de mise en intermodalité de la gare de façon à rendre visible et à mieux structurer l'offre (rationalisation des parkings, accès à des services vélos, développement des correspondances bus, notamment en haute saison, lisibilité de l'accès au réseau de pistes cyclables, mise en place de nouveaux services). Une étude de clientèle permettra, à l'été 2023, de mieux préciser les attentes des usagers de la gare. Une première tranche d'aménagement est envisagée en 2026.

Le réseau des pistes cyclables, déjà relativement dense (122 kilomètres) et étendu récemment (voie Sabres/Mimizan) sera conforté (voie Sanguinet vers la COBAS (La Teste) en cours de réflexion par exemple.

Le schéma directeur cyclable 2022/2026 de la Communauté de communes des Grands Lacs sera décliné en un plan d'actions opérationnelles qui vise à développer, à équiper les infrastructures (stationnement, abris vélos, haltes) et à communiquer pour rendre la collectivité ambassadrice de la mobilité cyclable.



Pour une transition accélérée vers les labels éco-responsables et de qualité

Témoin de l'engagement des structures touristiques vers un tourisme plus respectueux de leur environnement et économe en ressources, les labels sont insuffisamment développés sur le territoire des Grands Lacs, qu'ils témoignent de la qualité du service offert ou d'un engagement en faveur de l'environnement (clé verte, green globe, écolabels européens,...).

S'ils doivent toujours veiller à concilier économie et écologie, une action de fonds doit être engagée pour sensibiliser les professionnels et les touristes sur la plus-value et les garanties qu'ils apportent en termes de respect de l'environnement.

De même, le territoire des Grands Lacs devra s'inscrire dans une recherche d'un label territorial « tourisme durable » afin de générer une capacité d'entraînement et une crédibilité dans l'action engagée vis-à-vis des professionnels.

L'action communautaire ne devra pas se limiter à favoriser l'accès aux labels. Il devra aussi accompagner l'évolution des structures touristiques dans leur transition (transformation énergétique, nouvelles pratiques en matière de gestion des déchets,...). Celle-ci prendra la forme de sensibilisation/formation/action, de conseils personnalisés, la mise en contact avec des opérateurs ou facilitateurs, le témoignage de pairs, les bonnes pratiques,...

Il s'agit ainsi d'animer le réseau touristique afin de faire partager les objectifs et engager un travail collectif facilitant les transitions individuelles et la transition territoriale.

L'accès à une alimentation plus durable (locale, de saison) et la lutte contre le gaspillage alimentaire participe de la même volonté.

Cela nécessite de s'impliquer dans les enjeux liés à l'alimentation (PCAET/Programme Alimentaire Territorial), l'émergence ou la consolidation des circuits courts, l'organisation de marchés de producteurs de pays,...

A cet effet, le territoire communautaire dispose d'un diagnostic alimentaire et agricole réalisé en 2021 au titre de son Plan Alimentaire de Territoire qui pose des enjeux et 3 priorités d'actions :

- **Favoriser une alimentation durable** en accompagnant les ménages vers des pratiques alimentaires durables et en soutenant la restauration collective dans sa mise en œuvre de la loi Egalim,
- **Soutenir la production agricole locale** pour renforcer la souveraineté alimentaire et répondre à la demande locale (consommateurs, restauration collective, restauration commerciale, etc.),
- **Organiser le lien du champ à l'assiette, des producteurs aux consommateurs** pour rapprocher producteurs et consommateurs et accroître les débouchés des producteurs notamment par le biais de la restauration collective ou encore commerciale.

L'une des préconisations majeures repose sur la veille de l'**évolution du foncier** (faciliter l'accès aux terres agricoles aux porteurs de projets agricoles, accompagner les porteurs de projets à l'installation...etc).

Les caractéristiques et données agronomiques des sols doivent permettre une approche potentiellement différenciante en termes de positionnement « qualité de vie » et circuit court sur les Grands Lacs.

Plus globalement, il s'agira de sensibiliser les entreprises à la prise en compte d'une Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE) au travers de ses sept thématiques (la gouvernance de l'organisation, les droits de l'homme, les relations et conditions de travail, l'**environnement**, la loyauté des pratiques, les questions relatives aux consommateurs, les communautés et le **développement local**).

Démultiplier cette dynamique permet d'avoir des entreprises plus connectées aux enjeux territoriaux et investies plus durablement sur le territoire avec une vision long terme.

L'organisation d'un **prix du tourisme durable**, rattaché à l'organisation de la soirée des trophées de l'entreprise organisée en 2025, et la mise en avant d'offres vertueuses peut permettre de structurer une animation autour de cette thématique et de valoriser les initiatives.



Pour des pratiques plus vertueuses et plus collaboratives

La valorisation de circuits-courts, de l'économie circulaire, des achats écoresponsables fait partie des modalités de diffusion d'un tourisme plus durable sur le territoire. Privilégier la production de proximité, l'économie ou la réutilisation de matières, l'utilisation de produits éco-conçus ou plus respectueux de l'environnement intégrera la démarche de tourisme durable initiée par la collectivité. Un plan d'actions doit être mis en œuvre pour s'assurer du développement de la part de marché liée à ces pratiques et achats.

La mutualisation des ressources et le développement des partenariats autour de ces enjeux sera à rechercher.

Plus globalement, une réflexion sera menée afin d'imaginer un tourisme inscrit dans les effets du changement climatique avec une forte volonté anticipatrice : en quoi ce changement doit impacter la stratégie de développement touristique locale et quels sont les leviers à activer pour faciliter l'adaptation de l'offre à ce contexte ?

Une attention sera particulièrement portée à la qualité des ressources en eau (lacs, zones humides) et la politique touristique sera adaptée en fonction de son évolution/disponibilité/qualité.

La mise en place d'un living lab touristique pourra servir cette ambition. Le living lab est une structure d'expérimentation de nouvelles pratiques ou de nouveaux produits basée sur la cocréation participative, incluant les usagers dans le processus de recherche en innovation, créant ainsi un écosystème de partenariat entre les différents acteurs de l'innovation (public, privé et citoyen). Le terme « usager » fait référence aux consommateurs, citoyens, fournisseurs, employés, communautés d'intérêts, partenaires privés, visés par le produit ou service développé.

Pour des pratiques plus vertueuses et plus collaboratives

Il permet de tester « grandeur nature » des services, des outils ou des usages nouveaux. Il s'agit de favoriser l'innovation ouverte, partager les réseaux et impliquer les utilisateurs dès le début de la conception.

Compte tenu de la forte identité touristique du territoire, créer cette plateforme d'innovation a du sens et constituerait un accélérateur de la transition territoriale vers un tourisme durable en associant étroitement les entreprises et les usagers.

Un travail avec ADI (Agence de Développement et d'Innovation), le tourisme Lab Nouvelle Aquitaine, la Coopérative des Tiers Lieux et la MONA (réseau des offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine) sera à engager.



Pour des produits plus innovants et inscrits dans la durabilité, notamment via l'adaptation de l'offre d'hébergements marchands

L'offre d'hébergement touristique est fortement concentrée dans l'hôtellerie de plein air (camping). Celle-ci doit se renouveler et se diversifier vers des modes d'hébergement orientés vers le slow tourisme et le glamping (hébergements insolites, de plein nature (roulottes, cabanes, chalets lacustres, aménagements réversibles..).

Il s'agit d'accompagner une montée en gamme d'un hébergement plus proche de la nature et de l'environnement.

Cette ambition nécessite d'être actif dans la recherche de porteurs de projets ou dans celui de la mutation des structures existantes.

En 2022, le territoire des Grands Lacs totalise 54 600 lits marchands, dont 74% en hôtellerie de plein air, 16,3% en locations meublés de tourisme et 5% en résidences de tourisme. L'hôtellerie traditionnelle représente quant à elle 1,35% de l'offre.

Les tendances et perspectives du marché, couplées aux orientations déterminées en matière de slow tourisme doivent amener le territoire à accompagner les enjeux suivants :

- L'offre d'hôtellerie de plein air : une montée en gamme des prestations et des services mais limitée en termes d'espaces et de fonciers,
- L'offre en meublés de tourisme : une croissance rapide et non maîtrisée due à la mutation des résidences secondaires (pour partie) dans un contexte réglementaire de régulation en cours de structuration,
- L'offre en résidences de tourisme : un parc stable mais fragilisé par les crises sanitaires,
- L'offre en hôtellerie traditionnelle :

- Un nécessaire repositionnement vis-à-vis des catégories précédentes,

Pour des produits plus innovants et inscrits dans la durabilité, notamment via l'adaptation de l'offre d'hébergements marchands

- Adossé à une nécessaire réflexion territoriale avec la stratégie de relocalisation de l'offre hôtelière sur la station littorale (ADS). Quelle offre pour quelles cibles clientèles eu égard au foncier disponible et aux projets repérés sur toutes les communes ?

De même, l'implication de la collectivité dans une démarche de développement durable implique de s'interdire de vendre à la boutique de l'office de tourisme et des bureaux d'information des produits non fabriqués en France ou dans un pays mitoyen.



Mettre en œuvre un programme de sensibilisation et placer le client au cœur de l'expérience

Généraliser des actions pédagogiques vis-à-vis des touristes pour mieux comprendre le territoire, ses enjeux et la fragilité de son écosystème.

Par exemple, les lacs, au nombre de trois sur le territoire (lac de Cazaux/ Sanguinet dit lac Nord, le petit Lac de Biscarrosse et le lac de Parentis-en-Born / Biscarrosse dit lac Sud), constituent des atouts touristiques. Le respect des usages nautiques et de ces sites dans leur globalité apparaissent comme un enjeu.

Il s'agit également de promouvoir de façon raisonnée certains sites naturels en s'en servant comme support pour sensibiliser les touristes, la population locale et les professionnels sur leurs richesses.

La formation des acteurs touristiques mais également des élus, agents de la Communauté de communes des Grands Lacs et de l'office de tourisme communautaire aux enjeux du tourisme « nouvelle génération » dans un logique d'anticipation apparaît comme un levier important de cette démarche de prise de conscience.

La volonté de s'engager dans une politique de développement durable suppose d'être capable de mesurer l'impact des actions mises en œuvre et notamment leurs effets d'entraînement (développement des initiatives, préservation de la ressource,...).

Une attention particulière sera donc portée à l'évaluation de la dynamique mise en œuvre via des critères simples et mesurables qui permettront, le cas échéant, de réorienter l'action publique.

2. Évoluer d'un tourisme de stations vers un tourisme de territoire.



Promouvoir une destination « Grands Lacs » c'est non seulement valoriser la richesse des 7 communes du territoire mais aussi développer des produits touristiques afin de donner de bonnes raisons aux touristes d'y passer quelques heures ou quelques jours.

Cet enjeu est central dans la redéfinition de l'action touristique communautaire. Il demande des investissements significatifs pour structurer de nouveaux produits touristiques qui viendront enrichir une offre à même de concrétiser l'ambition de la désaisonnalisation et d'une diversification vers un tourisme rétro-littoral.

Or, la désaisonnalisation est aujourd'hui loin d'être un acquis alors que 75% de la fréquentation touristique se concentre de mi-juillet à mi-septembre, essentiellement en zone côtière littorale, et sur les rives lacustres des 3 stations et communes touristiques.

Cette action doit se traduire par une mise en valeur des points forts de l'attractivité du territoire mais aussi par un renforcement du maillage de l'offre.





Valoriser la filière aéronautique et l'histoire territoriale, berceau de l'hydraviation

L'implantation de la société Latécoère, les vols transatlantiques font partie du patrimoine local. Celui-ci pourrait être mis davantage en valeur à travers deux projets :

- La relocalisation et la structuration d'un nouveau musée afin de permettre une meilleure mise en valeur des collections et du patrimoine dont il est détenteur. La réflexion menée par la ville de Biscarrosse pour l'aménagement durable de la station (ADS) repositionne le musée sur le site Latécoère en plus grande proximité du lac, et adossé à un centre de culture scientifique, technique et industriel (CCSTI) en partenariat avec Cap Science & LACQ Odysée. La fréquentation actuelle du musée est de 24 000 entrées annuelles (2019, source Ministère de la culture).

Ce projet, par son impact économique et culturel, apparaît d'envergure communautaire.

- La valorisation de l'aérodrome des Grands Lacs et des activités sportives et de loisirs présentes sur le site. En se rattachant à la dynamique de la fête nationale de l'aviation, une journée de découverte du lieu sera organisée dès 2024 afin de promouvoir les activités aériennes (planeur, vol,..) et les faire découvrir au public, notamment aux touristes. Cet évènement sera l'occasion de mettre en valeur le potentiel d'activités présentes sur l'aérodrome et de le développer, en lien et en collaboration avec le musée de l'hydraviation de Biscarrosse.



La découverte archéologique des vestiges du lac de Sanguinet

Le musée du lac fonctionne aujourd'hui dans une relative confidentialité (3 700 entrées annuelles dont une large majorité de scolaires, source Ministère de la culture 2019).

Labellisé «musée de France», il est le fruit de 40 ans de recherches archéologiques subaquatiques réalisées par le Centre de Recherches et d'Etudes Scientifiques (CRESS). Il présente une collection rassemblant 450 objets témoignant de la vie quotidienne des humains et de leur environnement depuis le néolithique jusqu'à nos jours.

Avec le musée de l'hydraviation, il s'agit de la deuxième infrastructure de découverte du riche passé du territoire. Situé au centre-ville de Sanguinet, il regroupe des collections rares qui méritent une mise en valeur plus qualitative, le potentiel de développement de la fréquentation semblant particulièrement important.

De nombreux projets sont en réflexion pour renforcer l'attractivité du lieu (aménagements internes et extension éventuellement en étage, accélération de la restauration des collections, mise en place d'un escape game, etc...

Il s'agit d'arrêter pour ce lieu une stratégie de développement afin de renforcer son rayonnement.



Une histoire pétrolière à mettre en valeur

La découverte des premiers puits de pétrole en 1954 a profondément marqué l'histoire mais également le paysage du territoire.

L'exploitation des puits de pétrole sur le lac de Parentis Biscarrosse et ses rives interpelle le touriste sans qu'il lui soit possible d'accéder à la possibilité de découvrir ce patrimoine très particulier et de comprendre ses évolutions passées et à venir.

Il semble tout à fait opportun de lui donner l'occasion de s'immerger dans l'histoire locale et son devenir. Un partenariat, à construire avec la société Vermilion, pourrait permettre de raconter cette fabuleuse histoire et de se projeter dans un futur décarboné.



Valoriser les atouts naturels et patrimoniaux comme composante essentielle de l'offre touristique

Les lacs et les forêts constituent les éléments identitaires du territoire des Grands Lacs.

Des milieux humides, réserve de biodiversité, jalonnent le territoire et sont insuffisamment mis en valeur aujourd'hui. La mise en place de circuits de visite aménagés doit permettre de constituer un centre d'intérêt pour le touriste tout en le sensibilisant à la richesse environnementale locale. Un travail conjoint avec le syndicat mixte du bassin versant des lacs du Born permettra d'identifier les potentiels de faisabilité puis de construire des parcours commentés.

Dans cette perspective, la ville de Biscarrosse, engagée dans une démarche d'aménagement durable de sa station (ADS) prévoit la création d'une maison des marais qui pourrait être le support à une meilleure appropriation de cette richesse naturelle et au développement d'une offre touristique pédagogique et in situ dans une logique d'éco-tourisme.



Diffuser un tourisme à l'année sur l'ensemble des communes du territoire nécessite de créer des produits d'appel à même de fixer une fréquentation touristique.

Sans présager de leur contenu, l'histoire des forges (début du 19ème siècle) sur Ychoux mériterait ainsi d'être davantage valorisée. Maison ouvrière, four à pain, monuments, étang des forges, réseau hydraulique,... pourraient constituer la trame d'un produit touristique à consolider, en partenariat avec les historiens et associations locales.

L'histoire du gemmage est également à valoriser en tant qu'élément du patrimoine économique et culturel local.

L'objectif est de décliner sur chaque commune de la communauté un produit touristique lié à l'histoire et au patrimoine local à inscrire dans un circuit de découverte abordable en visite libre ou commentée.

Il s'agit d'investiguer les thématiques porteuses liées à :

- L'histoire des communes et rappelées comme suit (et non exhaustives) « à la recherche des villages engloutis », « le maître des forges », « pêche, plaisance et douceur de vivre », « le Texas landais à la conquête de l'or noir », « entre foi et miracles », « l'empreinte des souverains ».
- La richesse environnementale et de biodiversité du territoire (références non exhaustives) : plantes isoétides mouron à feuilles charnues, chaîne des étangs littoraux et caractéristiques oligotrophes, zones humides de l'arrière dune des Pays de Born, Courant de Sainte Eulalie.

La nécessaire structuration de nouveaux produits touristiques

Il s'agit également de se mettre en capacité de répondre à une large diversité de demande : produits vélos, pêche, randonnées, navigation (en rivière notamment), autant de cibles à cocher pour prendre en compte la diversité des attentes des touristes.

Le territoire possède toutes les caractéristiques et réunit tous les atouts pour se penser comme un territoire touristique global capable de drainer une clientèle porteuse d'une réelle plus-value pour le territoire à travers ses usages mais aussi de sa capacité à dépenser, supérieure à celle du touriste balnéaire.

Le Lac de Sanguinet



Journées européennes du patrimoine, nuit des musées, fêtes de la science... autant d'occasion de valoriser les richesses territoriales par des animations réalisées dans tout ou partie des communes des Grands Lacs.



Développer les activités sportives de pleine nature

Cet objectif répond à une attente forte des touristes en attente de connexions avec la nature dans le cadre d'un tourisme de bien-être et de remise en forme.

Celles-ci concernent bien sûr les activités lacustres ou de pleine mer mais aussi les activités terrestres, de la randonnée à la course pédestre.

De nombreuses communes du département (ex : Parentis-en-Born et Biscarrosse sur le territoire des Grands Lacs) se sont engagées dans la dynamique « Terre de jeux » dans le cadre de Paris 2024. Il faut sans doute développer et pérenniser ces initiatives dans le temps afin de structurer une offre dans chacune des 7 communes et la valoriser sous forme de produit touristique.

En termes de stratégie marketing et commerciale, le développement de ces activités sportives et de pleine nature doit être imaginée autour d'actions attachées aux orientations suivantes :

- Activer les marchés locaux et individuels (40) et voisins (64 et 33), la météo jouant un rôle essentiel pour ces voisins excursionnistes,
- Attirer les groupes (notamment sportifs au fédéral) : un marché à développer (qui, quand, pourquoi, comment),
- Développer des propositions de séjour en multi-activités,
- Élargir la période de surveillance des plages (juin-septembre).

L'animation « les Grands Lacs à vélo » est à dynamiser pour lui donner un véritable rayonnement.



Créer un topoguide des sentiers de randonnées

Les itinéraires de randonnées ne sont pas valorisés aujourd'hui de façon globale dans un document, papier ou numérique, facilement accessible au public. Il existe peu d'itinéraires construits sous forme de boucle.

De même, certains sentiers, entretenus par des associations ou fédérations, présentent des discontinuités et restent assez confidentiels. Construire des itinéraires pédestres balisés, référencés, connectés aux commerces de proximité et ouverts à la pratique des familles reste un enjeu pour le territoire.

Il s'agit d'un pilier d'une offre touristique qui nécessite l'engagement d'un travail collaboratif entre usagers, associations gérant les cours d'eau, propriétaires, communes et professionnels.

Cet outil de développement permettrait également de valoriser le patrimoine local sous toutes ses formes.



Animer les communes dans une logique de développement touristique-culturel du territoire, développer l'évènementiel

Le lien entre développement touristique et culturel est étroit. Musique, théâtre, cinéma participent à l'animation touristique locale et sont des facteurs d'attractivité pour les communes membres. Ce type d'animation est à développer, à minima une fois dans chacune des communes en saison ou hors saison.

Un produit de type géocaching pourrait être développé sous forme de course au trésor amenant les touristes à se déplacer sur chaque commune du territoire.

De même un Pass'GrandsLacs, numérique, pourrait développer l'intérêt pour un tourisme de déambulation au sein du territoire vers quelques lieux emblématiques de la richesse touristique locale.

Les produits de type escape game mériteraient d'être développés pour valoriser les spécificités du territoire en associant l'approche environnementale, culturelle et le jeu.



Mettre les savoir-faire au cœur de l'expérience client

Le territoire des Grands Lacs est riche d'entreprises artisanales qui développent des savoir-faire en lien avec les valeurs du territoire.

Il pourrait être intéressant de développer des visites d'entreprises (par exemple le Monde d'Eva à Biscarrosse plage qui fabrique notamment des savons, la brasserie Kanaha Beer à Biscarrosse bourg, les serres de Tom d'Aqui, la champignonnière, la miellerie de Lüe) permettant de découvrir des produits locaux qui présentent des caractéristiques valorisantes pour le territoire (innovation, économie circulaire/éco conception, qualité, respect de l'environnement,...).

Des visites ont été développées mais elles pourraient l'être davantage dans le cadre de partenariats à construire avec les entreprises locales.

On pourrait imaginer des packs comprenant un circuit « pack gourmand », « pack bien-être » connecté avec le tissu économique local.



Soigner la qualité d'aménagement des portes d'entrée du territoire

Les portes d'entrée du territoire interconnectent insuffisamment avec les richesses, l'image et les valeurs du territoire des Grands Lacs.

L'aérodrome des Grands lacs, la gare TER d'Ychoux Grands Lacs sont à travailler en ce sens afin d'y développer un référentiel visuel mais aussi de l'information d'accueil des touristes.

De même, les giratoires situés en entrée de villes ou de territoire peuvent être davantage mis en valeur (pétrole à Parentis, hydraviation à Biscarrosse) ou faire l'objet d'aménagements spécifiques (Sanguinet, Ychoux,...).



3.

Consolider la notoriété et l'attractivité des Grands Lacs sur le marché national et international

La communication touristique privilégiera la valorisation des acteurs « engagés » : labels, RSE, attache territoriale forte, développement d'innovations, intégration d'une ou plusieurs démarches de transition.

Elle s'articulera autour de plusieurs axes :

- **Marchés de proximité,**
- **Marchés prioritaires étrangers,**
- **Marketing direct d'innovation,**
- **Conquête de nouvelles clientèles** (groupes, millénial, (destination verte, déconnexion, pleine nature) **liées aux valeurs du territoire.**

L'objectif est de développer la notoriété du territoire en s'adressant à un vaste panel de cibles >>> talents, influenceurs, personnalités, habitants, entreprises,...

Cette ambition intègre les objectifs suivants :

- **Valoriser l'intégralité de l'offre touristique,** en ligne et à travers différents supports de communication, promouvoir le territoire et les destinations, dans le cadre d'une véritable stratégie numérique (diversité des vecteurs et des supports) à 360°,
- **Faire des points d'information touristiques de véritables lieux de vie et d'expérience** (office de tourisme, bureaux d'information touristiques),
- **Repositionner la marque « Bisca Grands Lacs »** en lien avec Landes Attractivité pour en faire un réel objet de désir auprès des professionnels ayant des valeurs compatibles avec celles du territoire.





4.

**Créer un
environnement
favorable au
développement
et à la
pérennisation
de l'activité
touristique.**



Approche métiers/qualifications

Parvenir à promouvoir et à construire un tourisme plus durable et mieux réparti sur le territoire implique de consolider une activité économique.

- Travailler sur la saisonnalité (recrutement, logement,...) et la faisabilité de projets nécessaires à l'attractivité des entreprises touristiques (résidence saisonnière, auberge de jeunesse,...),
- Attirer et fidéliser les saisonniers et les salariés du tourisme,
- Valoriser les métiers du tourisme et adapter l'offre de formation locale aux attentes des professionnels, adapter les compétences à l'évolution des métiers.

Aménagement du territoire touristique

- Développer les capacités d'accueil dans des lieux de coworking afin de travailler l'angle lieu de destination travail/respiration/famille et être en mesure de proposer une offre de services adaptée aux attentes,
- Développer le tourisme d'affaires et la capacité à attirer des entreprises à la journée ou au week-end via des solutions d'hébergement (salles de réunion, hôtellerie) associées à la consommation de produits touristiques,
- S'impliquer dans les enjeux de réaménagement touristiques dans le cadre des plans plage (accueil, sécurité, environnement,...) et s'assurer qu'ils s'intègrent aux orientations de la stratégie de développement touristique communautaire.



Gouvernance

- Savoir développer des partenariats opérationnels avec les collectivités voisines appartenant au Pays Landes Nature Côte d'Argent ou celles du bassin d'Arcachon,
- Adapter la gouvernance de l'action touristique communautaire : Avoir un meilleur suivi des actions mises en œuvre, se mettre en position d'impulser des dynamiques,
- Consolider la gouvernance collective :
 - Systématisation des permanences communales (1 par semestre a minima, soit 14 temps opérationnels),
 - Organisation d'une commission économique et touristique dédiée à l'action touristique (1 par semestre).

Conclusion

S'orienter vers un tourisme plus durable, mieux réparti sur la saison et sur le territoire des Grands Lacs suppose une volonté politique forte pour étoffer et diversifier l'offre, prendre un virage affirmé vers une meilleure résilience du territoire et se positionner comme pilote du développement touristique territorial.

Cette volonté repose sur une action pluridisciplinaire (tourisme, transports, gestion des milieux naturels, culture, aménagement du territoire, développement économique au sens large) à même d'embrasser globalement les enjeux territoriaux.

Cette dynamique s'inscrit bien sûr dans les partenariats les plus larges avec les acteurs économiques et un portage sur le terrain d'une politique communautaire claire et lisible par tous avec l'objectif d'optimiser les effets d'entraînements sur le territoire.

Elle s'inscrit bien sûr dans le long terme, la mobilisation de moyens humains et financiers adaptés et la mise en place d'une organisation à même de contribuer de façon optimisée au développement du pilier de l'activité économique des Grands Lacs.