

**FORUM ECOTOURISME du 6 mai 2008
PAVILLON DES LANDES DE GASCOGNE**

**Données de cadrage sur le projet touristique des Landes de Gascogne
Béatrice RENAUD, chargée de mission tourisme au Parc naturel
et animatrice du pôle touristique des Landes de Gascogne.**

Comme l'a souligné Jean Claude Deyres, l'écotourisme est un **choix engageant** pour un territoire.

En préalable de nos travaux, en tant que **repères et données de cadrage**, je vais vous présenter **les enjeux et les traductions** de ce choix sur les Landes de Gascogne.

Ce positionnement a fait l'objet d'une **étude marketing, en 2004**, avec l'appui de François Perroy et de Pierre Croizet.

Elle a nourri une réflexion qui a identifié, comme mise en oeuvre du positionnement **écotourisme, 4 axes stratégiques pour ce territoire :**

- ⇒ **Le pôle bénéficie de sites phares** : Marquèze, Le Teich, Arjuzanx, Bazas qui doivent contribuer à la dynamisation de l'économie touristique locale par un **rôle de pôles de rayonnement à concrétiser.**
- ⇒ Il est opportun d'affirmer la **vocation de tourisme de randonnées et de découverte nature** du territoire, notamment par une politique ambitieuse de déplacements doux supposant infrastructures et équipements d'accueil adaptés.
- ⇒ Le choix de l'écotourisme se traduit aussi par une **démarche qualité** qui doit guider les nouveaux projets, les prestataires existants et inspirer une politique de produits touristiques innovants.
- ⇒ Enfin, il nous apparaît indispensable d'animer une **démarche marketing collective** en accompagnement de ces démarches d'accueil.

Actuellement, la mise en oeuvre de la démarche d'écotourisme sur ce territoire repose sur **trois piliers** :

- ⇒ L'accompagnement individuel des entreprises et des porteurs de projets,
- ⇒ Les formations collectives,
- ⇒ La dynamique marketing.

Le premier pilier dispose d'un outil : une grille de critères qui identifie le socle des engagements du prestataires mais également ses démarches de progrès éventuels à moyen terme. Ces engagements portent sur l'intégration de l'équipement dans son environnement, sur des mesures d'écogestion (intérieur ou extérieur) et sur une démarche d'accueil valorisant le patrimoine et le tissu économique local. Ces pratiques doivent rester le reflet de la personnalité de chaque hôte et des caractéristiques propres à chaque site. Cette démarche n'est pas un label ou une marque, mais peut faciliter l'obtention des certifications officielles existantes pour les prestataires.

A ce jour, 45 prestataires se sont engagés aux côtés du Parc naturel et du Pays dans cette démarche de tourisme durable.

Le deuxième constitue une mesure d'accompagnement qui s'imposait : depuis deux ans, un **programme de formation** est proposé aux prestataires engagés dans cette démarche.

Afin de **mobiliser de nouveaux acteurs**, il est ouvert, en 2008, à **tous les accueillants**. Cette journée s'inscrit dans ce cadre.

Les autres journées portent sur les **techniques d'éco-gestion** (la prochaine se déroulera le 20 mai à Saugnac et Muret), sur la **connaissance fine du patrimoine naturel ou culturel** et sur le **marketing opérationnel** appliqué à la petite entreprise écotouristique.

Le troisième, l'action commerciale collective, a fait l'objet d'un plan spécifique qui peut se résumer ainsi :

- ⇒ Un outil et une technique privilégiée : le e-marketing. Un site Internet vient d'ouvrir et présente les prestations répondant aux critères d'engagement ; il est en cours d'actualisation et fait l'objet d'une animation commerciale permanente. L'ouverture du site a été accompagnée d'une action de marketing direct auprès de 40000 contacts pré-ciblés « goût pour la nature dans la grande région » dont les résultats sont riches en retours.
- ⇒ Un marché prioritaire : la grande proximité qui n'exclut pas les marchés plus lointains pour les prestations spécialisées (une participation « animée » au Salon de la Randonnée à Paris sur un espace commun aux Comités départementaux du tourisme des Landes et de la Gironde,
- ⇒ Une politique de produits qui doit rester active, menée dans le cadre de « clubs de producteurs », avec la conscience d'une veille et d'une innovation permanente. Des exemples vous seront présentés cet après-midi (écocyclo, grues cendrées et migrations...).

En conclusion :

Notre **expérience est récente** et finalement **peu courante**. Il est vrai qu'elle nécessite un **socle d'action de préservation** des paysages et des patrimoines qui implique autant les collectivités que les acteurs locaux.

La politique touristique des Parc naturels régionaux s'en rapproche mais ne **mêle pas forcément démarche qualité et action marketing**.

En Aquitaine, nous constituons un **terrain pilote** de par notre **action territoriale et globale** (la Soule a fait ce choix également récemment).

La jeunesse de notre initiative explique les questions et les thèmes que nous souhaitons aborder ensemble lors de cette journée, une journée consacrée à des

fondamentaux :

- On observe une mutation des comportements touristiques auxquels on assiste bien souvent passivement et dont on fait le compte en fin de saison : comment évolue cette activité qui compte dans notre région, quels sont les facteurs influents et les tendances à prendre en compte ?
- L'écotourisme et le tourisme durable revêtent des dimensions différentes, ce sera l'occasion de revenir sur des définitions pour mieux comprendre le choix de l'écotourisme sur ce territoire.
- Et bien sûr, comment adapter de manière optimum, une forme de tourisme née dans les pays à très forte valeur naturelle dans nos régions développées et dans la notre en particulier.

Nous pressentons que nous avons raison d'y croire, nous souhaitons partager ces raisons ensemble, aujourd'hui.

