

DOSSIER DE PRESSE

vendredi 21 février 2025

UNE PRÉSIDENTE QUI CHANGE DES AMBITIONS QUI DEMENTENT DE NOUVEAUX PROJETS POUR 2025

Ce début d'année est marqué par un passage de relais à la présidence de l'Agence Départementale du Tourisme 64 Béarn Pays basque (ADT64). Après trois années à la tête de l'Agence, au titre de l'alternance à mi-mandat (à l'instar de la mandature précédente), Max Brisson passe le relais à Jacques Pédehontaà.

Un leadership alterné pour une vision partagée

C'est dans ce cadre de gouvernance alternée entre Béarn et Pays basque que Jacques Pédehontaà devient Président pour la deuxième moitié du mandat, alors que Max Brisson prend sa place de 1er vice-président de l'ADT64. Le binôme basco-béarnais poursuit ainsi sa collaboration à la tête de l'Agence, veillant à répondre aux enjeux propres aux destinations Béarn et Pays basques ainsi qu'aux acteurs et partenaires qui les composent.

Le nouveau Président béarnais poursuivra la mise en œuvre de la politique départementale s'inscrivant de fait dans une continuité stratégique. Mais il tient aussi à donner une nouvelle impulsion au développement touristique du territoire en dépit d'un contexte budgétaire contraint.

Un engagement renouvelé pour un tourisme durable et compétitif

L'ADT64 amorce ainsi une nouvelle étape dans la poursuite des objectifs du Schéma départemental 2022-2027 et l'émergence de nouvelles missions pour un Tourisme compétitif, responsable et source d'innovations.

En 2025, avec le lancement de la deuxième promotion du Bivouac 64 dédié à l'innovation, le développement de projets transfrontaliers comme GATURI 2 et FOR-ALIMENTA, la mise en place du Campus 64, et le déploiement d'une stratégie de mise en marché, l'ADT64 entend renforcer son accompagnement des acteurs locaux et structurer une offre à la fois performante et responsable.

Adaptation, innovation et partenariats sont les maîtres-mots pour poursuivre l'engagement auprès des professionnels du tourisme.

Cap sur 2025

Ce dossier de presse détaille les grandes orientations de l'ADT64 pour 2025. Il donne la parole aux acteurs clés de cette dynamique et met en lumière les défis et opportunités qui guideront cette nouvelle présidence :

- Accompagnement des socioprofessionnels pour une offre plus qualitative, plus performante, maintenir l'attractivité des destinations et renforcer la compétitivité des entreprises et acteurs du tourisme
- Un tourisme plus durable qui gagne progressivement des parts de marché. Une clientèle fidèle est en demande d'une offre responsable et attentive aux engagements des destinations, des prestataires ou des hébergeurs.

Le Campus 64, aider les professionnels à faire progresser leur offre

Les premiers jours de 2025 ont été l'occasion de démarrer un tout nouveau chantier pour l'ADT64, avec le lancement du **CAMPUS 64**. C'est un **parcours d'accompagnements proposé à tous les professionnels du tourisme départemental**. L'objectif est de leur fournir les clés de compréhension du tourisme de demain tout en leur offrant les outils pour y répondre. Une manière de rester compétitif et de préserver sa rentabilité. **100% gratuit** et animé tout au long de l'année, les premières thématiques et les premiers rendez-vous sont déjà fixés.

Le premier d'entre eux, qui s'est tenu en janvier-février, s'est attaché à décortiquer les notions de « **tourisme régénératif** » et ses impacts positifs sur le territoire avec des exemples concrets. Ces séries de webinaires ont intéressé 150 participants entreprises et acteurs locaux.

Le deuxième atelier, qui se tiendra les 18 et 20 mars, traitera de la « **communication digitale responsable** » avec l'ensemble des leviers pour séduire, convertir et engager tout en réduisant son impact environnemental. Un troisième atelier « **relations presse** » est également proposé en avril (les 7 et 9, en présentiel) pour comprendre les enjeux des relations presse, créer ses propres outils, évaluer ses retombées et accueillir des journalistes.

D'autres sessions et thématiques seront programmées pour le second semestre.

Informations et inscriptions sur pro.tourisme64.com/le-campus



Une nouvelle mission prospection

Moteur de l'économie touristique, l'hébergement totalise en Pyrénées – Atlantiques 181 000 lits marchands générant plus de 11,5 Millions de nuitées. Ainsi en 2024, l'écriture d'une stratégie d'accompagnement des hébergements marchands a identifié les besoins et les ressorts pour renforcer et diversifier l'offre sur les différentes zones du département et mieux répondre aux attentes clients.

La mission prospection 2025, issue de cette nouvelle feuille de route, est d'accompagner les cessions ou reprises d'activités.

En étroite concertation avec les collectivités locales et Offices de tourisme, la prospection d'investisseurs sera menée tout au long de l'année, avec le soutien du cabinet spécialisé Geolink. Il s'agit d'identifier des sites à enjeux pour lesquels il est important de trouver des repreneurs, investisseurs ou exploitants. Cette action couvrira différentes problématiques comme la reprise d'équipements touristiques existants en activité ou non (hôtels, campings, villages vacances, hébergements collectifs, ... mais aussi des sites d'activité) mais également des configurations plus complexes comme le développement foncier ou la requalification de friches.

Cette mission permettra d'accompagner les acteurs publics sur l'état des lieux et les opportunités pour chaque territoire. Elle sera un précieux outils d'aide à la décision.

Le Transfrontalier, vers une destination gastronomique durable

Deux grands projets transfrontaliers vont également venir professionnaliser l'offre touristique, la diversifier et lui offrir de nouveaux débouchés :

1. Gaturi 2, en route pour une destination gastronomique transfrontalière

Le projet GATURI 2, cofinancé par l'Union Européenne, ambitionne de transformer la région transfrontalière Navarre-Pays basque-Béarn en une destination gastronomique internationale durable et de qualité. Ce programme novateur mise sur la consolidation de la destination **VISITGastrOH !** en impliquant toute la chaîne de valeur, de la ferme à la table. Côté français, l'ADT64 est engagé sur ces projets avec la CCI Bayonne Pays basque.

2. For Alimenta, créer un pôle agro-agritouristique d'excellence

FOR-ALIMENTA vise à dynamiser l'agroalimentaire et l'agrotourisme transfrontalier dans les Pyrénées centrales d'ici 2027. L'objectif principal est de créer un hub transfrontalier axé sur l'éducation (parcours innovants), la professionnalisation des acteurs locaux, la promotion des produits du terroir, l'alimentation saine et le développement de l'agrotourisme. FOR-ALIMENTA ambitionne de renforcer les réseaux transfrontaliers, de favoriser l'emploi (notamment pour les jeunes et les personnes vulnérables), d'encourager l'innovation et de préserver la culture locale. Côté français, l'ADT64 est engagé sur ce projet avec les chambres d'agriculture du 64 et du 65, la chambre de métiers 65 et l'Office départemental des sports du 65.

À travers ces 2 projets, l'objectif de l'ADT64 est d'accompagner les acteurs de l'agritourisme et de l'œnotourisme dans l'accueil des clientèles afin de proposer des expériences à la hauteur des attentes.

Le Bivouac 64 lancera sa 2ème promotion en septembre



L'innovation est également au service d'une offre renouvelée et d'un tourisme durable et compétitif. Pour accompagner la transition et impulser une énergie nouvelle, le Bivouac64, explorateur d'innovations touristiques, lancera dès le mois de septembre sa deuxième promotion. L'objectif sera d'accompagner au plus près 5 entreprises innovantes, sélectionnées suite à un appel à candidature, qui souhaitent tester leur solution dans le secteur touristique. Pour la faire évoluer mais aussi pour trouver de nouveaux débouchés.

Comme pour la première promotion, l'ADT64 mobilisera une équipe d'experts, en collaboration avec son réseau de partenaires, pour guider les bivouaqueurs vers le succès. Chaque entreprise bénéficiera d'un parcours personnalisé de 12 mois, avec des sessions de travail collectives (masterclass), d'autres individuelles et personnalisées ainsi qu'une phase d'expérimentation auprès des acteurs touristiques locaux.

Informations sur pro.tourisme64.com/bivouac-64

Des sujets liés à l'innovation seront aussi traités dans le cadre du Campus 64 afin de partager avec le plus grand nombre des enjeux liés à l'innovation et à l'avenir du tourisme.

Vers une force de vente collective

En 2024, l'ADT64 avec les Offices de tourisme du Pays basque Bayonne, Bayonne, Pau et Vallée d'Ossau ont planché sur la mise en place d'un « CLUB » pour mettre en marché et commercialiser une offre de séjours à destination des « groupes loisirs » (autocaristes, tours opérateurs, comités d'entreprises, associations, clubs, etc). Cette action collective, visant à garantir la complémentarité des acteurs afin de renforcer la prospection commerciale sur l'ensemble du Département, poursuit les principaux objectifs suivants :

- Dynamiser l'économie départementale et générer du chiffre d'affaires aux acteurs locaux
- Vendre des produits dont ne s'emparent pas ou peu les opérateurs privés et générer des affaires
- Participer au développement et à la vente de produits ciblés destinations ou/et filières départementales
- Renforcer les stratégies de promotion-marketing conduites par chaque partenaire
- Gagner en visibilité pour l'ensemble de la destination

La finalisation de ce projet de « CLUB » se poursuit en 2025 avec les Agences réceptives et d'autres acteurs privés qui voudront se joindre à la démarche.

Mais de premières actions collectives seront aussi engagées dès 2025 avec la participation à plusieurs salons et workshops BtoB en France et en Espagne : Navartur en février, RDV en France en avril, IFTM Top Resa en septembre, Workshop France-Espagne en octobre à Madrid, etc. Les cibles prioritaires seront les marchés français, espagnols, belge et luxembourgeois.

Par ailleurs, afin d'animer la démarche, et dans le cadre d'un redéploiement interne de poste, l'ADT64 ouvre un recrutement de chargé de commercialisation actuellement à pourvoir



Le Pays basque poursuit sa communication responsable

La destination Pays basque est pilote dans la création, commercialisation et promotion de séjours « Bas Carbone ». 20 séjours, intégrant une offre d'hébergements, d'activités, de restaurations et de transport à faible impact carbone, ont été créés. Une promotion digitale a été menée sur les clientèles bordelaises et parisiennes, usagères du train, pour leurs vacances au Pays basque. Une campagne ultra-ciblée sur les réseaux sociaux, le média BRUT et sur des médias nationaux, a été menée en collaboration avec un cabinet spécialisé pour minimiser au maximum son impact.

<https://www.tourisme64.com/sejour-bas-carbone-pays-basque/>

L'ADT64 avait, en 2024, lancé le chantier de la refonte du récit de destination pour le Pays basque. Nouvellement redéfini, il va dessiner les nouveaux contours de la prise de parole de la destination auprès des clientèles principales, elles aussi revues. Recentré sur les valeurs d'authenticité, de vérité, d'énergie et de convivialité, la destination adoptera un nouveau ton. Préservation de l'environnement, des enjeux sociétaux, une meilleure répartition des flux et la protection du cadre de vie de ses habitants sont au cœur des préoccupations et des enjeux de ce nouveau positionnement, partagé avec l'ensemble des Offices de tourisme.

<https://pro.tourisme64.com/actus/recit-de-destination-pays-basque/>



Le Béarn Pyrénées poursuit sa quête de notoriété

La destination Béarn Pyrénées fait également sa mue avec la réécriture de son récit de destination. L'objectif est également se redéfinir son positionnement, fortement ancré sur ses valeurs et son ADN. Un rendu devrait être livré courant deuxième trimestre 2025.

Pour continuer à consolider sa notoriété, le Béarn participera, pour sa dixième année consécutive, à la caravane publicitaire du Tour de France. Une opération qui se veut plus vertueuse avec un engagement fort pris par la destination depuis déjà 3 ans, la première caravane « zéro goodies » et des véhicules légers roulant au bioéthanol.

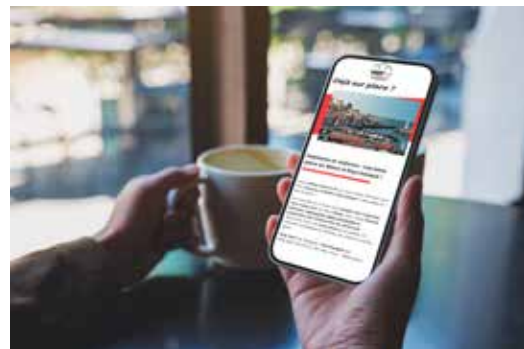
Le Béarn Pyrénées, **c'est aussi une importante campagne de promotion NEIGE pour l'hiver 2025.** L'ADT64 pilote le dispositif sur l'ensemble des stations et espaces nordiques, avec une bannière commune « Ici, les Pyrénées à visage humain », pour un impact renforcé et une visibilité accrue. Une campagne qui vise à valoriser les stations et leurs attraits propres, leurs activités ainsi que celles et ceux qui rendent cela possible.



VISIT64.COM, le site web pour organiser ses activités

Avec visit64.com, site web dédié aux visiteurs en séjours, **L'ADT64 entend aussi s'adresser aux habitants du département** : bons plans, agenda du week-end, bonnes adresses, nouveautés, idées de sorties et de balades, etc. Une actualité plus chaude avec un ton plus léger est déclinée pour découvrir les richesses du Béarn Pays basque. Un outil qui se met également au service de la répartition des flux au sein du département. Visit64.com se veut complémentaire du site de préparation au séjour, tourisme64.com, qui recueille 2,8 millions de sessions en 2024.

En 2025, un important audit d'accessibilité sera mené sur la plateforme pour mieux répondre aux attentes des personnes en situation de handicap et mieux valoriser l'offre correspondante.



Les filières d'excellence pour promouvoir le 64

L'ADT64 conduit de nombreuses actions en matière de promotion-marketing pour les filières telles que la randonnée, le vélo, la montagne ou encore l'art de vivre. Ces thématiques transversales permettent de parler d'une même voix à l'échelle du 64, contribuent à mieux répartir les flux sur l'ensemble du département et permettent de séduire une clientèle en toute saison.

En 2025, les efforts seront portés sur :

- la promotion des grands itinéraires vélo et rando (GR10, Vélodyssée, Scandibérique, Vélosud),
- la valorisation de la montagne en toute saison via la marque Pyrénées, en France et en Espagne
- la mise en avant des professionnels spécialisés : accompagnateurs de montagne, hébergeurs sur zone rando, prestataires d'activité, etc.
- la promotion du label « Vignobles & Découvertes » pour accompagner l'offre œnotouristique auprès du grand public
- ...

BILAN DE FRÉQUENTATION 2024

L'année 2024 aura connu un contexte particulier : météo capricieuse, élections législatives, Jeux Olympiques de Paris, instabilité gouvernementale, inflation persistante, fermeture de la RN134, concurrence des destinations à bas coût, etc.

Malgré ces facteurs peu propices, la fréquentation de 2024 est restée stable dans le 64 (+1%) avec plus de 27 millions de visiteurs.

Autre signes encourageants notables, une meilleure répartition des flux dans l'espace (2^e année consécutive) a été constatée, avec notamment une baisse de fréquentation sur le littoral et une augmentation sur l'intérieur du Pays basque et le Béarn ainsi qu'une meilleure répartition des flux dans le temps avec un premier semestre affichant +5% de fréquentation et un été en léger recul (-1%).

Ce constat globalement positif s'avère quelque peu terni par une baisse des dépenses des visiteurs estimée à 5%, soit une perte d'environ 100 millions d'euros sur le département.



PERSPECTIVES 2025

2025 devrait retrouver une fréquentation plus "classique" sans événement majeur qui devrait impacter la fréquentation touristique du département.

Cependant, quelques facteurs devraient continuer à mieux lisser les flux dans l'espace et le temps :

- Le décalage de la Foire au jambon en dehors du week-end de Pâques
- Le décalage des Fêtes de Bayonne sur la mi-juillet, période habituellement moins fréquentée
- La baisse de la capacité d'accueil des meublés de tourisme sur la côte basque.

L'ADT64 BÉARN PAYS BASQUE

L'ADT64, Agence Départementale du Tourisme, met en œuvre la politique touristique départementale. Elle est au service des professionnels et des territoires pour accompagner la dynamique et la performance touristique. L'ADT64 étudie, analyse le marché, propose des solutions d'accompagnement pour les porteurs de projets et des outils pour les opérateurs du tourisme dans différents domaines : durable, connaissance des marchés, ingénierie de projets, qualité, commercialisation, communication.

Elle travaille également au développement et à l'attractivité de la destination.

CONTACT PRESSE

Antoine DUPOURQUÉ

06 08 60 81 21 - a.dupourque@tourisme64.com

2 allée des Platanes - 64 100 BAYONNE

pro.tourisme64.com



**Agence Départementale
Tourisme 64**

BÉARN

12 Boulevard Hauterive - 64000 PAU

PAYS BASQUE

2 allée des Platanes - 64100 BAYONNE

infos@tourisme64.com - +33 (0)5 59 30 01 30



pro.tourisme64.com



@tourisme64pro



ADT64