

Vers une stratégie territoriale...

Lauquet, Henri

Directeur de l'agence de tourisme du Pays Basque

La stratégie de développement du tourisme rural fait émerger des territoires. Aussi, les syndicats d'initiative ne sont plus les interlocuteurs compétents pour répondre aux nouvelles demandes (conseil et commercialisation) des opérateurs touristiques. C'est pourquoi, il est nécessaire, à l'instar de la Soule, de forger un outil technique capable d'assurer la promotion touristique de toute une zone. En effet, l'office de tourisme de la Soule assure à la fois l'organisation de l'offre touristique de la production, la commercialisation de cette offre et la validation de ces produits suivant les différents types de marché.

La forte identité du Pays Basque constitue un attrait touristique indéniable. La demande touristique ne s'adresse pas à un site ou une ville en particulier. Cependant, à ce jour, les syndicats d'initiative et les offices de tourisme sont habilités à la promotion de la seule commune dont ils dépendent. Aussi, dans bien des cas, ce système, par sa lourdeur, décourage la demande. De plus, le dispositif d'hébergement, déjà en place, doit absolument être complété par la revalorisation et l'aménagement de certaines zones touristiques ainsi que l'implantation de nouveaux animateurs (accompagnateurs de randonnées, tourisme équestre, sports d'eaux vives, etc.).

La coopération transfrontalière ne pourra se mettre en place qu'une fois ces objectifs atteints. Elle devra se construire autour d'une totale interconnaissance des potentiels de chacun. Des séminaires de formation ont déjà été mis en place. Ils ont permis à de nombreux opérateurs touristiques de découvrir les régions de la Navarre et du Pays Basque Sud. Les professionnels du tourisme se félicitent de l'existence de telles initiatives et souhaitent également collaborer avec des acteurs du domaine culturel.

Quelques réactions

Le Pays Basque Nord a axé le développement des hébergements touristiques sur le produit "gîte rural". Cette orientation limite indirectement la demande touristique. En effet, les consommateurs de ce type de produits sont souvent plus attachés à la qualité du label qu'à la destination même de leurs vacances. Aussi, une fois les réservations saturées sur la région Pays Basque, seuls 25% d'entre eux conserveront cette destination.

Il faut se donner les moyens de développer un tourisme "intelligent" à l'intérieur de notre pays. Pour cela, les professionnels du tourisme doivent véritablement maîtriser l'histoire et la culture de cette région. Les traditions culturelles et artisanales ne doivent pas apparaître comme de simples rites folkloriques, mais, au contraire, comme d'authentiques éléments de notre identité.