



# Rapport final

## Schéma Directeur du Tourisme et des Loisirs



Juin 2022



## Quel tourisme pour demain ?

### Contexte

Consciente des enjeux touristiques de demain, la Communauté de communes MACS a lancé une réflexion sur la planification du développement touristique pour les 10 à 15 ans à venir avec la réalisation d'un schéma directeur du tourisme et des loisirs.

Accompagnement à la réalisation du Schéma directeur du tourisme et des loisirs par les cabinets conseil experts en stratégie et marketing touristique ; Espitalié Consultants et Emotio Tourisme, tout au long de l'année 2021 et début 2022

### Méthodologie

Le schéma s'est organisé en deux étapes :

- le diagnostic partagé de l'offre touristique et des loisirs,
- la stratégie avec son plan d'actions pluriannuel.

### Calendrier

Lancement de l'étude en fin d'année 2020 pour une livraison du rapport final en juin 2022 (calendrier du Projet de Territoire), restant à compléter par une évaluation des moyens techniques, humains et financiers pour mettre en œuvre le plan d'actions.



## Quel tourisme pour demain ?

### Une large place à la concertation avec des temps d'animations, d'échanges et de réflexion avec :

- Les élus communautaires (lors de l'Atelier Tourisme, Port et Lac (instance de Comité de Pilotage),
- Les élus communaux (lors de 6 réunions collectives avec les 23 communes),
- Les représentants des secteurs d'activités du tourisme et des loisirs, les Offices de Tourisme, les partenaires institutionnels, réunis en Comité technique (COTECH),
- Les entreprises touristiques,
- Un groupe de travail d'entrepreneurs locaux touristiques et autre secteur d'activité,
- Les services compétents de MACS,
- Les cabinets-conseils retenus.

### Différents modes de concertation ont été utilisés :

- Les réunions collectives,
- Un groupe de travail dédié,
- Une enquête en ligne.





# Le diagnostic croisé de l'offre touristique et des loisirs



## Le tourisme représente un poids important dans de nombreux secteurs d'activités

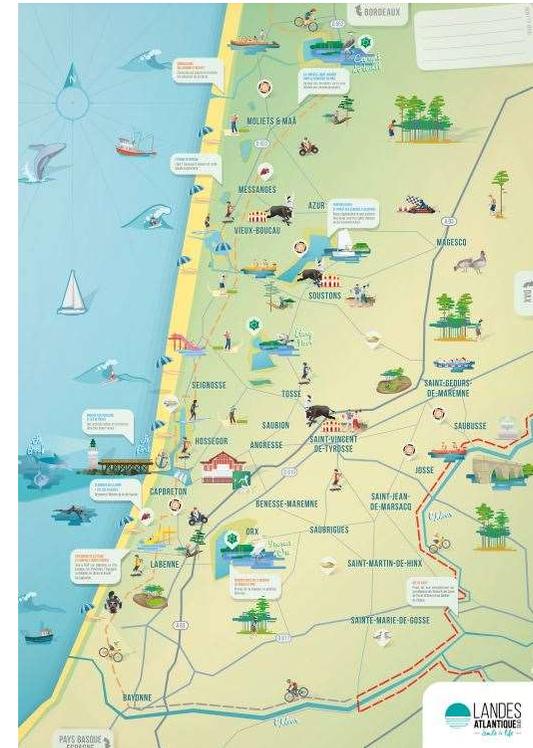
- ⇒ 45 % de la capacité d'accueil touristique du département (198 000 lits touristiques) dont 57 % d'hébergements non marchands
- ⇒ Taux de fonction touristique : 304 % (t% des 40 : 106 % et t% national : 33%)
- ⇒ 10 millions de nuitées générées par an (+ de 23 m de nuitées dans les 40)
- ⇒ + de 400 millions € de dépenses générées sur MACS (1,1 M€ dans les 40)

Dans les Landes :

L'emploi touristique : 8 900 emplois permanents liés au tourisme

- soit 10 % de l'emploi en Nouvelle-Aquitaine
- Soit 6,5 % de l'emploi total du département

- ⇒ Panier moyen : 45 € (en légère baisse // à 2013) dont 43 % consacré à l'hébergement
- ⇒ Durée moyenne de séjour : 13,4 jours

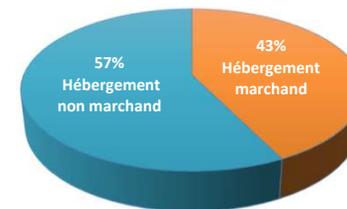


## Le tourisme, un secteur clé du territoire

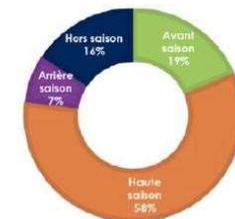
### • Les offres plurielles du territoire

- ⇒ Filière surf et glisse : **48 des 104 écoles de surf sont sur MACS**,
- ⇒ Filière vélo et balade : un réseau **d'itinéraires cyclables et pédestres**
- ⇒ Filière activité aquatique : 1 Port de pêche et de plaisance, sorties et pêche en mer, paddle,
- ⇒ Filière golf : **4 golfs** dont 3 meilleurs golfs 18 trous des 40
- ⇒ Filière forme et bien-être : **thermes** de Saubusse (2123 curistes, la station la mieux notée pour ses prestations)
- ⇒ Filière parcs et loisirs : parcs aquatiques et acrobatiques les + fréquentés, zoos mais carence de lieux de visite couverts à forte attractivité
- ⇒ Une gastronomie et des produits du terroir : 3 restaurants étoilés + 80 producteurs locaux + des marchés + 1 marché aux poissons
- ⇒ L'**Adour** et ses abords
- ⇒ Des **Réserves Naturelles**

Répartition des hébergements marchands et non marchands (en nombre de lits touristiques)



Répartition par saison



#### ZOOM CLIENTS :

1 clientèle majoritairement française et familiale (de 3,1 pers. en moyenne)  
 Origine : Aquitaine, Midi-Pyrénées, Ile-de-France  
 49 % des touristes ont séjourné + de 5 fois et +  
 81 % ont l'intention de revenir en vacances dans les 40  
 CSP + : retraités, inactifs...  
 Près de 40 % ont + de 50 ans



Atouts	Faiblesses
<p><b>Le territoire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un territoire dynamique, un tissu économique dense, une démographie en progression</li> <li>- Une accessibilité relativement bonne et un développement des initiatives en faveur des mobilités</li> </ul> <p><b>Le cadre touristique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un littoral attractif : 8 stations, de grandes étendues de plages, surf, nature, forêt des Landes, réserves naturelles, la présence de l'eau sous toutes ses formes</li> <li>- Des spots de surf reconnus à l'international</li> <li>- Le patrimoine naturel abondant</li> <li>- Une identité landaise forte</li> </ul> <p><b>L'économie touristique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Près de 10 millions de nuitées touristiques par an, plus de 400 millions d'euros de chiffre d'affaires, 2 millions d'euros générés par la taxe de séjour</li> <li>- Une offre variée</li> <li>- Un très bon niveau d'équipements dans le domaine des sports et des loisirs</li> <li>- Une part importante d'hébergements marchands, et des établissements de qualité</li> <li>- La gastronomie (produits du terroir et restaurants présents dans les guides gastronomiques)</li> <li>- Forte proportion de clients fidèles revenant d'une année sur l'autre</li> <li>- Des visiteurs globalement satisfaits</li> </ul>	<p><b>Le territoire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Population permanente VS population saisonnière : naissance de tensions</li> <li>- Accès au logement pour les habitants, permanents ou travailleurs saisonniers</li> </ul> <p><b>Le cadre touristique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une destination très météo sensible, avec peu d'offres à l'abri des intempéries</li> <li>- Peu de sites patrimoniaux</li> </ul> <p><b>L'économie touristique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une saisonnalité très marquée, avec d'un côté des périodes saturées et de l'autre côté des périodes sous occupées</li> <li>- Peu d'établissements ouverts à l'année</li> <li>- Des conséquences de cette saisonnalité sur l'emploi et l'offre d'activités et de services</li> <li>- Une perte de clientèles étrangères (allemands, belges en particulier)</li> <li>- Poids très important des résidences secondaires</li> <li>- Peu de capacité hôtelière</li> <li>- Difficultés de recrutement du personnel, en particulier dans l'hôtellerie et la restauration</li> <li>- Déséquilibre littoral et intérieur avec concentration de l'offre d'hébergements sur le littoral et une vaste zone intérieure peu mise en valeur</li> <li>- Vieillesse des stations</li> </ul>





## Le tourisme, un secteur clé du territoire

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un potentiel de désaisonnalisation à travers des thématiques spécifiques comme le sport</li> <li>- Le développement des mobilités douces, notamment du cyclotourisme</li> <li>- Le développement du tourisme de proximité : proximité de bassins de population importants (France et Espagne)</li> <li>- Force d'attraction de la côte Atlantique : « Destination Côte Atlantique » du CRT</li> <li>- Demande en courts séjours en progression</li> <li>- De nouveaux modes de consommation touristique et de travail : éco, slow, local...</li> <li>- Recherche de nature, d'activités de plein air...</li> <li>- Recherche d'authenticité, de qualité de vie, de spécialités locales : rencontrer des locaux, une vraie motivation</li> <li>- De nombreux projets, publics et privés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concurrence avec des territoires touristiques à proximité</li> <li>- Risques naturels du littoral</li> <li>- Le sur-tourisme saisonnier</li> <li>- La difficulté de recrutement et de logement du personnel</li> <li>- Mutation des hébergements touristiques : atomisation (Airbnb), sortie d'appartements des réseaux marchands, perte de contrôle local</li> <li>- Recul de l'usage de l'auto dans la société et la moindre possession de véhicules dans les métropoles</li> <li>- Evidemment, l'évolution sanitaire et économique, mais fait général</li> <li>- Pérennité de commerces et restaurants locaux de qualité</li> </ul>



## Les enjeux en synthèse

### Des enjeux économiques et sociaux

- L'attractivité économique du territoire
- La mobilité
- L'emploi
- Le logement
- Les résidences secondaires
- La gestion de la sur-fréquentation saisonnière
- La mixité touristes-habitants

### Des enjeux de politique touristique

- Quel type de tourisme ?
- La maîtrise du développement
- L'aménagement des stations et de la zone rétro-littorale
- L'équilibre entre économie touristique, préservation de l'environnement, gestion des espaces littoraux, acceptabilité du tourisme par la population



## Les enjeux en synthèse

### Des enjeux marketing

- Le rajeunissement et le positionnement des stations
- Le tourisme des quatre saisons
- Des activités non météo dépendantes
- Le tourisme sportif
- Le tourisme d'affaires
- L'attractivité des zones rétro-littorales

### Des enjeux de développement durable

- La démarche Aménagement Durable des Stations
- Le développement d'un tourisme durable et éco-responsable, vers la transition écologique

### Des enjeux de structuration

- L'harmonisation de l'organisation touristique
- L'organisation des professionnels du tourisme





# La stratégie touristique



## Rappel de la stratégie touristique

### Un tourisme engagé

#### Des contraires à marier pour le bénéfice de tous et de la destination

Le territoire touristique de MACS est arrivé à maturité de son modèle actuel forgé dans les années 1970. Il est confronté à de nombreux défis :

- les déséquilibres territoriaux
- les changements climatiques et le retrait du trait de côte
- la protection de l'environnement
- les évolutions sociétales et comportementales
- l'absence de maîtrise sur la part prépondérante de l'hébergement touristique représenté par les résidences secondaires

Autant de points que le Schéma Directeur du tourisme et des loisirs doit prendre en compte pour répondre à une double problématique, qui peut sembler contradictoire :

- les professionnels du tourisme peinent à étendre leur saison pour mieux rentabiliser leurs entreprises
- les clients, qu'ils soient habitants, touristes, excursionnistes, professionnels, sont toujours plus nombreux à vouloir séjourner, travailler, vivre dans un territoire à l'image très attractive : sur-fréquentation saisonnière, carences d'offre de logement et de main d'œuvre

Le Schéma Directeur propose de changer le regard des habitants et des visiteurs, en faisant de ce territoire un espace agréable tout au long de l'année.



## La stratégie touristique

### 2 principes simples pour bien conduire ensemble en terrain sableux

Cette politique de tourisme engagée et maîtrisée se traduit par :

- une grille d'analyse de projets permettant de sélectionner les opérations que MACS pourra accompagner
- un schéma général d'aménagement du territoire distinguant pôles touristiques majeurs du littoral et pôles d'intérêt touristique rétro-littoraux

#### A) Les critères d'analyse de projets publics et privés :

- Projets apportant une réponse en matière d'allongement de l'activité touristique dans l'année et d'amélioration de l'équilibre littoral/rétro-littoral et de déconcentration
- Projet pouvant répondre à des besoins de publics locaux et touristiques
- Impact limité sur le foncier
- Mise en œuvre de procédés de construction à haute qualité environnementale
- Inscription du projet, dans sa conception, sa mise en œuvre et sa gestion, dans une démarche de développement durable
- Mise en œuvre, pour les bâtiments, d'une charte architecturale mettant en avant les matériaux renouvelables et locaux, tels que le bois et visant à renforcer une singularité et l'économie landaise
- Engagement dans une démarche de labellisation environnementale
- Projets cohérents avec le tissu social, économique et patrimonial local, par opposition à des projets « hors sol »



## La stratégie touristique

### B) Un équilibre des pôles touristiques

MACS est déséquilibré dans la répartition des équipements de tourisme et de loisirs en raison de la très forte polarité exercée par les stations du littoral.

C'est sur ces stations que l'économie touristique et la notoriété de cette partie du département des Landes s'est construite.

Il convient bien entendu de capitaliser sur ces acquis, tout en recherchant à mieux gérer les flux hyper concentrés dans l'espace et dans le temps, et donner de bonnes raisons aux touristes, aux visiteurs de proximité et aux habitants de découvrir la zone rétro-littorale.

Sans efforts de valorisation des potentialités offertes par « l'arrière pays », les visiteurs n'auront aucune motivation pour s'y rendre.

Ceci ne consistera pas à saupoudrer des interventions dans toutes les communes, mais à définir un équilibre en s'appuyant sur une hiérarchisation de pôles d'intérêt, visant à terme à améliorer la circulation et la consommation des visiteurs sur le territoire.

On distinguera ainsi :

- les pôles majeurs composés des 8 stations du littoral
- des pôles d'intérêt touristique en zone rétro-littorale



## La stratégie touristique

### 8 stations du littoral qui ont leur logique propre

**A la fois pôles émetteurs et destinations, les 8 stations possèdent des positionnements complémentaires :**

- Capbreton : la cité marine
- Soorts Hossegor : la station historique
- Soustons : la station sportive entre lac et océan
- Vieux-Boucau / Port d'Albret : un site singulier autour du lac marin, ancien débouché de l'Adour
- Labenne, Seignosse, Messanges, Moliets et Maâ : les stations « village/océan »

### 3 pôles d'intérêt touristique-loisirs

**Saint-Vincent-de-Tyrosse (mobilités, destination du quart d'heure, esprit landais...), les rives de l'Adour en versant fluvial du littoral, et Azur porte d'entrée et pôle nature :**

- Saint-Vincent-de-Tyrosse : pôle de services, avec sa gare SNCF, véritable hub ouvert sur le territoire, les commerces, l'animation d'une ville typiquement landaise
- Les rives de l'Adour : les 5 villages donnant accès aux rives de l'Adour et à la vélo route Scandibérique (Saubusse, Josse, Saint-Jean de Marsacq, Saint-Martin-de-Hinx, Sainte-Marie-de-Gosse) et à la seule station thermale du territoire (Saubusse)
- Azur : positionnement naturel et porte d'entrée (lac, hébergement, restauration, petit patrimoine, histoire liée au Hospitaliers de Saint-Jean de Jérusalem, chemin de St-Jacques de Compostelle)



Un positionnement pour avancer plus proche et plus loin

## Positionnement

L'espace et le temps en mode raccourci pour simplifier les mobilités et accroître les temps de loisirs et de bien-être

## MACS/LANDES ATLANTIQUE SUD

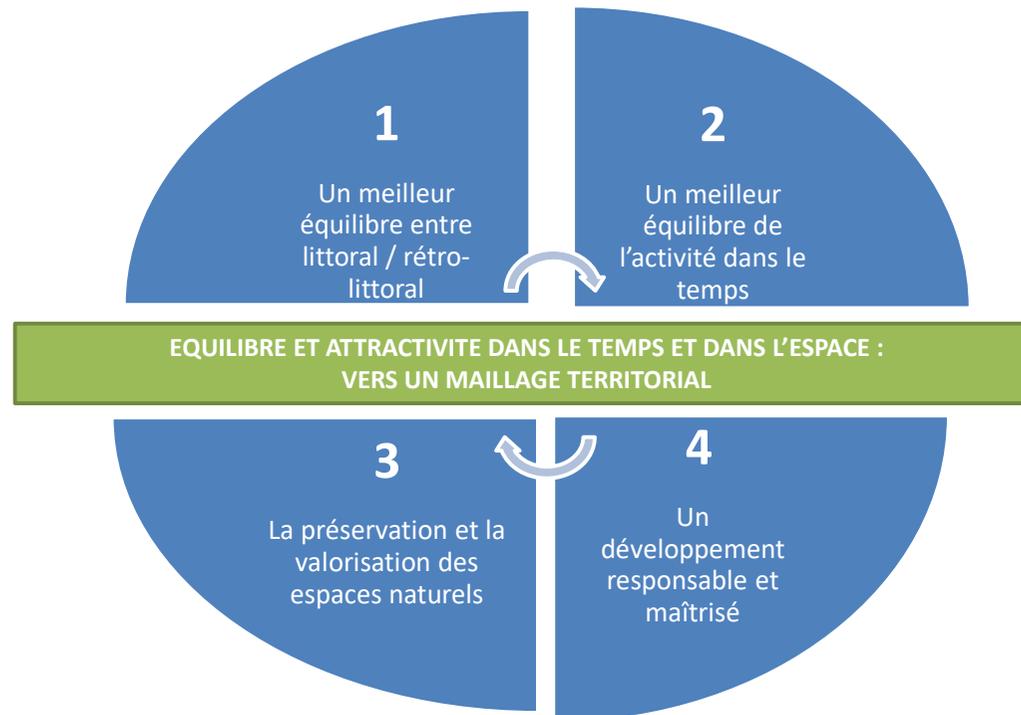
### LOCAL et UNIVERSEL

Justifications :

- **Tout est local** : des villages plus que des villes, une agriculture et une pêche locales, une exploitation forestière, une culture landaise, des traditions, un vrai territoire de vie avant d'être un territoire de vacances
- Un maillage local, un essaimage d'aménagements, de services et d'initiatives, reliés les uns aux autres pour raccourcir les distances relationnelles, culturelles et de temps
- **Tout est universel** : un art de vivre en harmonie entre ruralité et océan, des pratiques de loisirs et de travail équilibrées, la recherche de la proximité, des images fortes, des valeurs qui peuvent parler aussi bien aux habitants qu'aux personnes lointaines
- En résumé : une double articulation, à la fois du service local de proximité et d'ouverture aux autres, du local au monde, le territoire-destination pourrait revendiquer un positionnement ambitieux.



## 4 objectifs stratégiques



**1<sup>ère</sup> stratégie touristique de la communauté de communes**  
Vers un processus de tourisme durable, engagé où le territoire devient un espace d'expériences, d'échanges et de partages





# Le plan d'actions opérationnel



## Une stratégie touristique en 5 axes



## Axe 1

### Aménager en renforçant le maillage territorial : les chantiers

Chantier 1

Moderniser, mettre en scène et requalifier les Pôles littoraux

Chantier 2

Développer et structurer le pôle interconnecté de Tyrosse, porte d'entrée multi-modale du territoire

Chantier 3

Développer et structurer le pôle Adour, de Saubusse à Ste Marie de Gosse

Chantier 4

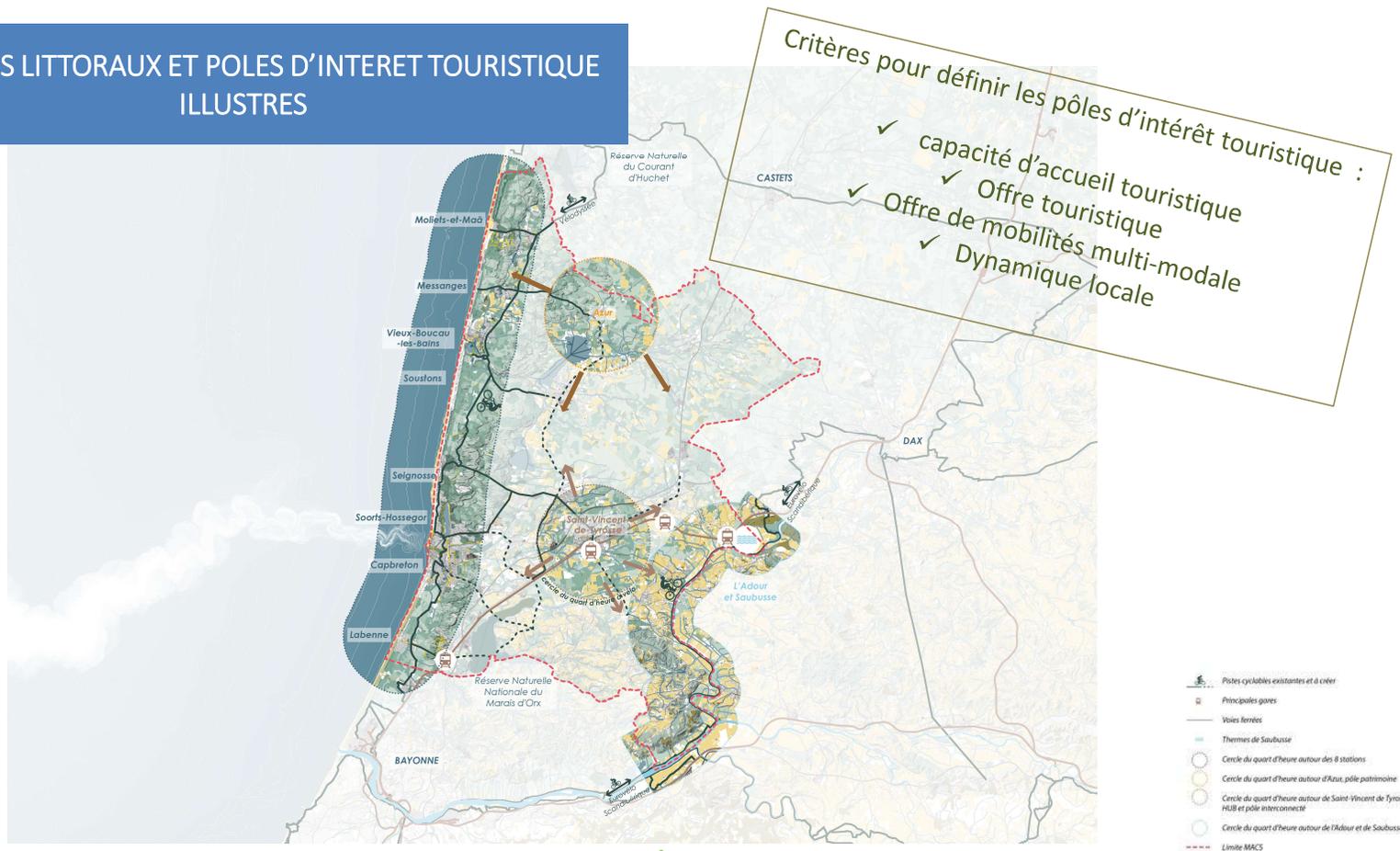
Concevoir un modèle de « kiosque d'information et de services » identitaire du territoire

Chantier 5

Mettre en réseau l'animation d'espaces de workation pour concilier territoire de travail et de déconnexion



## LES POLES LITTORAUX ET POLES D'INTERET TOURISTIQUE ILLUSTRÉS





<b>AXE 1 - Action 1.1 : Moderniser, mettre en scène et requalifier les Pôles littoraux</b>			
<b>Constats</b>	Les démarches Aménagement Durable des Stations (ADS) encadrées par le GIP Littoral abordent l'aménagement des stations de manière globale, sur les plans urbain, paysager environnemental et touristique, débouchant sur des plans d'actions pluriannuels. Elles traitent également en amont la question du positionnement respectif des stations. Les plans plages visent aussi à améliorer leur qualité et leur gestion, ainsi que l'amélioration des conditions d'accueil des publics.		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordonner les démarches et études en s'assurant de la cohérence avec les politiques publiques communautaires (projet de territoire et autres)</li> <li>- Accompagner les stations engagées dans les ADS et plans plages à la réalisation des projets</li> <li>- Etudier l'opportunité de lancer de nouvelles démarches d'aménagement entre stations et/ou sur des thématiques aux enjeux communs</li> <li>- Aboutir à des opérations d'aménagement en cohérence avec les orientations du Schéma Directeur du Tourisme et des Loisirs</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	Les communes / MACS en assistance technique		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	GIP Littoral – MACS – DREAL – CD 40 – DDTM – Région NA - ONF		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assistance technique au montage des projets issus des ADS et plans plage, en lien avec les communes et le GIP</li> <li>- Participation et contribution aux comités de pilotage et comités techniques (ingénierie financières, urbaine, environnementale et touristique)</li> <li>- Suivi des études prospectives, notamment avenir du Port, sur l'aménagement des abords du courant du Moisan (en amont et en aval) sur les communes de Vieux-Boucau et Messanges</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	Cette opération de suivi, touchant à plusieurs secteurs d'activités (urbanisme, environnement, tourisme...) demande une organisation interne des services de MACS. En fonction des moyens humains actuels, cette mission est soit gérée par les équipes en place, soit demande des moyens complémentaires		
<b>Durée</b>	Pluriannuelle	<b>Échéance</b>	Opérations en cours
<b>Estimation budgétaire</b>	Moyens RH estimé à 0,3 ETP	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Europe / Etat /Région/Département via GIP Littoral
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Niveau de réalisation des programmes	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	Imposer une concertation entre stations et MACS dans le cadre du schéma pour tout nouveau projet d'envergure



<b>AXE 1 - Action 1.2 : Développer et structurer le pôle interconnecté de Saint-Vincent-de-Tyrosse, porte d'entrée multi-modale du territoire</b>			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le territoire de MACS est déséquilibré dans la répartition des équipements de tourisme et de loisirs (à 95% situés sur la bande littorale)</li> <li>- Un manque d'activités en intérieur sur le territoire</li> <li>- Une accessibilité au territoire exclusivement « en voiture », alors que l'usage de la voiture une fois sur place n'est pas automatique</li> <li>- Des projets structurants sont en cours d'étude autour de Saint-Vincent de Tyrosse et sa gare SNCF : Pôle multi-modal, reconversion de l'ancienne usine Adidas</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Doter la ville de Tyrosse de services et d'une desserte « mobilité » permettant de l'identifier comme « porte d'entrée nouvelle de la destination »</li> <li>- Développer et structurer l'offre du pôle d'intérêt touristique, comme une porte d'entrée sur le territoire, lieu vivant et animé</li> <li>- Informer et proposer de nouveaux services sur l'ensemble du territoire à partir de St-Vincent de Tyrosse (informations, services, connexions pour mieux inviter les touristes, les visiteurs de proximité et les habitants à découvrir la zone rétro-littorale)</li> <li>- Valoriser l'arrière-pays</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	La commune de Saint-Vincent-de-Tyrosse et la CdC MACS / Cabinet et prestataires privés pour réalisation		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	OTI		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suivre et veiller à la coordination des différents projets autour de la valorisation de cette entrée multimodale du territoire</li> <li>- Réaliser une étude de valorisation des potentialités de tourisme, de loisirs et de culture à Saint-Vincent-de-Tyrosse</li> <li>- Définition d'un projet d'équipement autour de la culture gasconne (landaise) et de la fête (sens du collectif et du rituel)</li> <li>- Selon les conclusions de l'étude : faisabilité des atouts à valoriser (équipements ou animations existants (arènes et diverses animations par exemple), conditions de dessertes en multimodalité, ...</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	Projet multimodal et requalification du site de l'usine Adidas peut porter un tel projet, en lui intégrant un regard touristique		
<b>Durée</b>	2 ans	<b>Échéance</b>	Moyen terme : 2024
<b>Estimation budgétaire</b>	Suivi service interne Option : Etude de valorisation des potentiels : 20 000 € HT Option : Etude de faisabilité et de programmation architecturale par équipement : 40 000 € HT Equipement /animation à développer: à déterminer suite à étude Suivi : 0,15 ETP	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Etat/Commune/
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Chiffre de fréquentation du « hub » de St-Vincent-de-Tyrosse	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	



<b>AXE 1 - Action 1.3 : Développer et structurer le pôle Adour, de Saubusse à Sainte-Marie-de-Gosse</b>			
<b>Constats</b>	Les rives de l'Adour et leur environnement spécifique sont encore peu valorisées et peuvent former un pôle d'intérêt touristique en zone rétro-littorale. La présence à Saubusse de la seule station thermale de MACS, ainsi que la vélo route Scandibérique sont également des atouts dans cette perspective. Les enjeux environnements y sont très forts		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcer l'offre de tourisme et de loisirs des rives de l'Adour (activités et hébergement) en attirant une clientèle touristique en zone rétro-littorale tout en préservant voire renforçant le critère « environnement »</li> <li>- Valoriser la vélo route Scandibérique sur le thème de l'Adour et de son écosystème</li> <li>- Informer et proposer de nouveaux services sur l'ensemble du territoire à partir de ce pôle d'intérêt touristique</li> <li>- Donner une vocation aux équipements et bâtiments existants (la Scandibérique, le bâtiment de Josse, propriété de MACS)</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre Partenaires / contributeurs</b>	les communes concernées / prestataires pour les études de définition et de faisabilité MACS, partenaires privés		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser une étude d'aménagement touristique, culturel, environnemental et paysager sur le linéaire de la Scandibérique comprenant des connexions avec les villages (haltes insolites, spots patrimoniaux...)</li> <li>- Réaliser une étude d'opportunité sur l'aménagement d'un port à Saubusse</li> <li>- En complément de la base de loisirs de Josse, développer une activité de promenade en galupe sur l'Adour, s'appuyant sur des embarcations traditionnelles, dans le cadre d'un partenariat public privé</li> <li>- Créer des points de services pour les vélos (gonflage, abri, recharge électrique)</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	La Communauté de communes est propriétaire d'un bâtiment à Josse, en bord d'Adour		
<b>Durée</b>	3 ans	<b>Échéance</b>	2022
<b>Estimation budgétaire</b>	Etude d'aménagement touristique, culturel, environnemental et paysager sur le linéaire de la Scandibérique : 40 000 € HT Etude d'opportunité sur le Port de Saubusse Initiation et accompagnement de projets : en interne (0,15 ETP)	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Chiffres de fréquentation des rives de l'Adour / évolution fréquentation des activités existantes Eco-compteur sur la Scandibérique	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	Veiller à des connexions avec le pôle d'intérêt de Saint Vincent de Tyrosse et le littoral



<b>AXE 1 - Action 1.4 : Concevoir un modèle de « kiosque d'information et de services » identitaire du territoire</b>			
<b>Constats</b>	Nombre de villages de MACS n'ont pas d'équipement d'accueil et d'animation touristique, situation pénalisante dans le cadre de la création d'un maillage, connecté par des voies de circulation douce. Manque de visibilité de l'identité touristique entre territoires de MACS		
<b>Objectifs</b>	Créer des relais d'information et d'animation dans les stations et les pôles d'intérêt touristique sous la forme de kiosques aménagés en tant que « signatures du territoire », et donnant des informations sur le patrimoine, les points d'intérêt, les animations, assurant une connexion wifi et pouvant accueillir des partenaires locaux pour des présentations de produits et événements		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	Concept : MACS avec le concours d'une agence de design		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	Communes / OTI		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rédiger un cahier des charges et lancer une consultation auprès de concepteur, pour créer un « kiosque » original designé, amené à devenir de véritables « balises », identifiable par les visiteurs, et qui participe à la découverte et à l'animation du territoire</li> <li>- Implanter le kiosque dans les pôles littoraux et les pôles d'intérêt touristiques</li> <li>- Afficher de l'information touristique et patrimoniale et organiser de petits événements autour de ces équipements</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Veiller à la complémentarité des équipements existants et du kiosque les stations qui disposent déjà de ce type d'équipement, notamment les projets de tiers lieux, les antennes OTI</li> <li>- Gestion des kiosques de manière concertée, en lien avec l'OTI et avec les communes (implantation)</li> <li>- Veiller à l'utilisation du mobilier (pas d'affichage libre ni d'information municipale)</li> </ul>		
<b>Durée</b>	2 ans	<b>Échéance</b>	2023
<b>Estimation budgétaire</b>	Etude de conception : +-40 000 € HT Fabrication et installation : 40 000 € / kiosque	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Les communes
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre de communes équipées Niveau d'appropriation des équipements par collectivités et les acteurs économiques et culturels	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	Gestion de ces équipements



AXE 1 - Action 1.5 : Mettre en réseau l'animation d'espaces de workation pour concilier territoire de travail et de déconnexion			
<b>Constats</b>	La pratique du co-working se développe et de nouvelles pratiques professionnelles apparaissent associant travail, vacances et loisirs Beaucoup de projets d'espaces de coworking, de tiers-lieux naissent sur le territoire, sans mise en réseau et connexion		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Veiller à ne pas démultiplier les projets et à la présence d'une offre d'animation, et à leur équilibre; éviter le morcellement de l'offre</li> <li>- Important de les mettre en réseau et d'offrir des sites connectés pour des espaces de créativité toute l'année et mieux répondre aux demandes en temps réel</li> <li>- Inciter à des espaces pensés pour différents usages combinés, à ne pas renforcer la saisonnalité de certaines pratiques pour mutualiser les espaces et créer des occasions de rencontre et mixité des publics (touristes, habitants, assoc, entreprises,...)</li> <li>- Développer un réseau d'espaces multi-fonctions qui combinent des espaces de travail collaboratif associés à des lieux de vie locaux en zone rétro-littorale</li> <li>- Répondre à une demande croissante des actifs (workation), des touristes et des locaux de combiner travail, vacances et loisirs toute l'année sur un périmètre du ¼ d'h : accompagner les projets déjà en développement par les collectivités ou par les privés</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	Initiatives privées, et publiques		
<b>Partenaires / contributeurs</b>			
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modéliser des tiers-lieux / espaces de télétravail qui répondent à ces objectifs</li> <li>- favoriser la rencontre entre actifs « secondaires », habitants, touristes en incitant au développement de tiers-lieux label Macs « workation » ; qui propose des offres et des services avec différentes formules de coworking, l'organisation d'ateliers ou d'expositions, petite restauration/café, épicerie locale...</li> <li>- En centres-bourgs, veiller à l'offre rétro-littorale en centre-bourg/réflexion avec les communes</li> <li>- Elaborer un budget dédié et le calendrier de réalisation pour mettre en réseau ces offres et inciter à l'interconnexion des sites et des usages</li> <li>- Étudier un espace de créativité pour les entreprises touristiques innovantes et en recherche de développement durable</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	Localisation à privilégier en centre ville (politique de revitalisation des centres bourgs) requalifier des locaux déjà existants Veiller à une localisation connectée aux mobilités douces et en commun		
<b>Durée</b>	Recenser et proposer modalités de mise en réseau 2022	<b>Échéance</b>	2022-2023
<b>Estimation budgétaire</b>	Mission à conduire en interne (chargé de mission) ou à externaliser : 40 000 €	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Région Nouvelle-Aquitaine
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre d'espaces mis en réseau Nombre d'acteurs accueillis Nombre d'animation-ateliers organisés par les tiers-lieux	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	

## Axe 2

### Favoriser les interconnexions : les chantiers





<b>AXE 2 - Action 2.1 : Renforcer les interconnexions entre les Pôles littoraux et les Pôles d'intérêt touristique</b>			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le maillage en pistes cyclables est important le long du littoral, mais peu développé sur les communes rétro-littorales</li> <li>- MACS a adopté le Schéma cyclable 2021-2026 en mars 2021, qui prévoit de s'appuyer sur le réseau armature (pôles générateurs) pour mailler localement les quartiers, lycées, pôles de services et de commerce, et pôles d'intérêts sportifs, associatifs ou touristiques, et de relier les deux Eurovélos</li> <li>- MACS a lancé une Stratégie de Mobilité 2020 –2030 qui vise à réduire l'utilisation de la voiture en accès au territoire et au quotidien, à développer une offre multimodale et à créer un cadre naturel et apaisé</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Optimiser et renforcer le fonctionnement de la desserte ferroviaire, bus sur MACS</li> <li>- Relier les stations, les bourgs et les villages au moyen de voies douces avec les autres mobilités en optimisant les réseaux existants</li> <li>- Proposer de nouveaux services aux utilisateurs</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	MACS		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	CD40 – Région Nouvelle-Aquitaine - AOT		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en œuvre le Schéma Cyclable de MACS qui vise à développer les déplacements du quotidien</li> <li>- Déployer la stratégie Mobilités 2020-2030 sur le territoire</li> <li>- Développer et structurer des offres et services complémentaires (service vélo-bagagerie)</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opération largement souhaitée par la population qui s'est exprimée dans le cadre de la consultation organisée dans la perspective du projet de territoire</li> <li>- Optimisation du jalonnement, directionnel, balisage des pistes pour assurer la sécurisation</li> </ul>		
<b>Durée</b>		<b>Échéance</b>	2020-2030
<b>Estimation budgétaire</b>		<b>Partenaires financeurs possibles</b>	
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>		<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	Echanges et négociations avec les AOT



AXE 2 - Action 2.2 : Concevoir et développer des hubs de mobilités - pôles multi-modaux			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mobilité est un enjeu majeur pour le territoire, à la fois pour la population permanente et saisonnière</li> <li>- Cette mobilité est appelée à prendre plusieurs formes, dans le cadre d'une offre globale</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	Développer des pôles de mobilités multi-modaux à partir des gares du territoire		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	MACS / communes / SNCF / opérateurs privés		
<b>Partenaires / contributeurs</b>			
<b>Détails de l'action</b>	<p>Il s'agit, dans le cadre de la politique de mobilité conduite par la Communauté de communes, de mener une réflexion conduisant à définir les fonctions, la forme, et le fonctionnement de deux « hubs » de mobilité à partir des gares de Saint-Vincent de Tyrosse et de Labenne.</p> <p>La création de ces « hubs » est une occasion de positionner le territoire fortement sur cette thématique de mobilité associée au tourisme et aux loisirs en dotant ces lieux :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de services multiples (location de vélo, accès aux navettes et bus locaux, conciergerie digitale et téléphonique, information touristique...)</li> <li>- d'offres touristiques et de loisirs de proximité (mise en avant de la dimension de « territoire du quart d'heure » et du maillage)</li> <li>- d'un habillage et une thématisation à travers une scénographie qui donne une signature à ces hubs, tout en proposant les clefs d'entrée des futures connexions sur les thèmes retenus (donner l'esprit du territoire, faciliter la compréhension par des clefs faciles)</li> </ul> <p>Pour compléter cette offre, un arrêt TGV en période estivale en gare de Tyrosse est un réel besoin.</p>		
<b>Remarques</b>	Action à mettre en cohérence avec la politique de mobilité de MACS, MOBIMACS, qui s'appuiera sur la stratégie de l'AOM régionale sur l'axe Dax-Bayonne Lien direct avec l'action n°1.2		
<b>Durée</b>	Etude de programmation : 1 an	<b>Échéance</b>	2026
<b>Estimation budgétaire</b>	Etude de définition et de programmation : 30 000 € HT	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Etat / région / MACS / commune
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre de services proposés Degré de satisfaction des usagers Evolution des flux des voyageurs train	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	Cette action est présentée dans le projet de développement d'un pôle à St-Vincent-de-Tyrosse. Elle a vocation à être déployée sur d'autres sites, dans le cadre du Schéma de mobilités de MACS



### AXE 2 - Action 2.3 : Créer et renforcer une offre de transport-navettes entre les gares le territoire

<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De plus en plus de touristes, résidant dans de grandes agglomérations, ne possèdent pas de véhicule individuel</li> <li>- L'accès au territoire de MACS pour les visiteurs utilisant les transports en commun aériens et ferroviaires n'est pas aisé</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	Tester un service de transport entre les gares TGV de DAX et Bayonne, l'aéroport de Biarritz et le territoire		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	Opérateur de transport		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	Les entreprises touristiques (hébergeurs)		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conduire une opération expérimentale avec un opérateur privé (ou public départemental ou inter-départemental), sous la forme d'un service de navette à heures fixes, dans un premier temps en période estivale</li> <li>- Déterminer le parcours de cette navette, son coût d'exploitation, le coût pour l'utilisateur</li> <li>- Apporter des co-financements publics pour le fonctionnement dans le cadre de cette expérimentation</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	La ligne de bus XLR7, entre la gare de Dax et le territoire (Magescq, Soustons, Seignosse, puis le littoral jusqu'à Bayonne) est déjà opérationnelle, mais son fonctionnement serait à optimiser, notamment en période estivale		
<b>Durée</b>	24 mois	<b>Échéance</b>	
<b>Estimation budgétaire</b>	Etude préalable Participation au coût d'exploitation 50 000 € / an	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre de passagers transportés Temps de parcours	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	Travailler cette action avec les partenaires voisins à MACS



### AXE 2 - Action 2.4 : Se doter d'un outil performant « agrégateur des mobilités » Modalis

<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De plus en plus de touristes, résidant dans de grandes agglomérations, ne possèdent pas de véhicule individuel</li> <li>- Les mobilités (douces, ferroviaires, transports en commun...) vont se développer sur le territoire communautaire, il est important de le faire savoir et de faciliter l'accès à ces informations</li> <li>- Difficulté de jongler entre les différents modes de transports publics et privés</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	Centraliser les informations et données liées aux déplacements multi-modaux en temps réel sur le territoire en un seul outil performant Combiner diverses offres de mobilités, s'informer sur les trajets et les réserver en ligne		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	MACS / opérateur de transport		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	Région Nouvelle-Aquitaine (Modalis), Département des Landes – SNCF – Géovélo		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intégrer l'outil MODALIS qui facilite toutes les étapes d'un trajet déployé par la Région Nouvelle-Aquitaine : information, recherche d'itinéraire, propositions de différentes combinaisons de trajets en multi modalité, temps de trajet, prix, paiement des transports, validation du ticket de transport à bord...</li> <li>- Tester l'outil auprès d'un panel d'utilisateurs volontaires avant la mise en service</li> <li>- Créer un événement pour le lancement de l'outil</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	La ligne de bus XLR7, entre la gare de Dax et le territoire (Magescq, Soustons, Seignosse, puis le littoral jusqu'à Bayonne) est déjà opérationnelle, mais son fonctionnement serait à optimiser, notamment en période estivale		
<b>Durée</b>	2 ans pour le déploiement de l'outil	<b>Échéance</b>	2022-2023
<b>Estimation budgétaire</b>		<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Région Nouvelle-Aquitaine
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre d'utilisateurs de l'outil (connexions, réservations...)	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	Renforcer la communication auprès des usagers de l'outil Créer du lien vers le site web Open Street Map dédié à l'itinérance douce porté par le PETR



### Axe 3

#### Conduire une politique d'hébergement globale : les chantiers





AXE 3 - Action 3.1 : Poursuivre la modernisation des hébergements touristiques marchands			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les secteurs d'hébergements marchands (hôtellerie classique, résidences de tourisme, villages vacances, vacances, hébergements de groupe...) sont en perte de vitesse depuis plusieurs années sur le territoire</li> <li>- Certains hébergements constituent une offre vieillissante, non adaptée aux exigences des clientèles</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lutter contre la perte et/ou mutation des lits touristiques marchands</li> <li>- Assurer au territoire un niveau qualitatif de ses hébergements en phase avec les attentes et, comportements des clientèles</li> <li>- Soutenir l'adaptation de ces hébergements</li> <li>- Poursuivre la modernisation des hébergements vieillissants (hôtels, résidences de tourisme, ...) en s'appuyant sur les partenaires financiers pour accompagner les mutations</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	Assistance technique : MACS en partenariat avec l'OTI		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	Région Nouvelle-Aquitaine, Département des Landes, ...		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poursuivre l'assistance technique au montage de projets, à destination des opérateurs publics et privés</li> <li>• Conseiller dans les orientations des projets et le financement</li> <li>• Conditionner les appui techniques et financiers aux opérations en cohérence avec les orientations des ADS et les orientations du Schéma Directeur du Tourisme et des Loisirs</li> <li>• Anticiper une politique globale de rénovation de certains hébergements touristiques en intégrant les dimensions environnementale, sociale... (opérations collectives)</li> </ul>		
<b>Remarques</b>			
<b>Durée</b>	Indéterminée	<b>Échéance</b>	
<b>Estimation budgétaire</b>		<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Soutiens financiers existants de la Région Nouvelle Aquitaine et du Département des Landes dans le cadre de leurs Règlements d'intervention
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre d'hébergements accompagnés Nombre d'hébergements financés	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	



AXE 3 - Action 3.2 : Lutter contre la perte des lits touristiques			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une problématique de mutation des lits touristiques notamment des résidences de tourisme en résidences principales ou en logements saisonniers s'intensifie sur le territoire</li> <li>- Une tendance est observée au basculement de résidences principales en hébergements touristiques via les plateformes numériques, engendrant la spéculation immobilière et tendant le marché du logement pour les locaux</li> <li>- Les résidences secondaires constituent plus de la moitié du parc d'hébergements touristiques du territoire, dont l'enjeu serait de les conserver</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maintenir le parc des lits touristiques existants sur le territoire</li> <li>- Lutter contre les lits froids en résidences de tourisme</li> <li>- Eviter le basculement des résidences principales en hébergements touristiques</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre Partenaires / contributeurs</b>	Assistance technique : MACS en partenariat avec les opérateurs implantés sur le territoire / Etude par un prestataire spécialisé		
<b>Détails de l'action</b>	<p>3 priorités ont été définies dans cette fiche action. Cette action, dans sa globalité, sera étudiée avec les partenaires compétents.</p> <p>En objectif 1 : les Résidences de Tourisme</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser une étude sur les enjeux liés aux résidences de tourisme et à la mutation de ce parc locatif et définir des actions spécifiques pour limiter la mutation des lits touristiques marchands en résidences principales et actionner des leviers d'intervention</li> </ul> <p>En objectif 2 : les résidences secondaires</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenir compte de la part prégnante des lits touristiques non marchands</li> <li>• En optimisant l'occupation des résidences secondaires</li> <li>• Réaliser une étude pour connaître les profils, comportements et attentes des résidents secondaires</li> <li>• Étudier les actions à mettre en place en correspondance avec notre stratégie d'étalement de l'activité sur l'année</li> </ul> <p>En objectif 3 : le basculement des résidences principales en lits touristiques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etudier le phénomène de basculement des résidences principales en location saisonnières (sur les plateformes Airbnb, Aritel...)</li> <li>• Définir et actionner des leviers d'actions pour limiter et freiner ce phénomène</li> </ul>		
<b>Durée</b>	Indéterminée	<b>Échéance</b>	
<b>Estimation budgétaire</b>	Ressources humaines (0,3 ETP), MACS ou OT + appui CDT / Conseil Départemental Etude lits froids : 30 000 €	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Etudes et actions à définir en partenariat avec la Région Nouvelle-Aquitaine, le département des Landes, le GIP Littoral
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Etude réalisée Nombre d'opérations accompagnées	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	Cette fiche action est transverse et doit s'inscrire dans le Projet de Territoire et les politiques communautaires (habitat, urbanisme...)



### AXE 3 - Action 3.3 : Accompagner le développement d'une offre en logements pour saisonniers et jeunes actifs

<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le déficit d'hébergements des saisonniers est récurrent sur le territoire, freinant l'emploi dans le secteur du tourisme ainsi que d'autres secteurs économiques comme l'agriculture et l'agro-alimentaire</li> <li>- Cette problématique se pose également pour les jeunes actifs qui éprouvent des difficultés à se loger</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer de l'hébergement spécifiquement orienté vers les saisonniers et les jeunes actifs</li> <li>- Accompagner la mutation de certains hébergements existants</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	Modélisation : MACS    Réalisation : opération mixte, public / privé		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer un groupe de travail hybride public – privé</li> <li>- Rédiger un cahier des charges – un AAP ou AMI pour lancer un projet expérimental à l'échelle du territoire en associant des entreprises touristiques et des partenaires</li> <li>- Adapter le montage juridique (public-privé, bail emphytéotique...)</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	Opération d'intérêt général, touchant toutes les zones touristiques, pouvant justifier de financements publics régionaux et européens. Au regard des résultats de l'opération test, le montage pourrait être dupliqué sur plusieurs sites fortement employeurs de saisonniers, dans le tourisme mais aussi d'autre secteurs d'activité comme l'agro-alimentaire Ex : Parentis en Born,...		
<b>Durée</b>	Lancement de l'Appel à projets : 2022	<b>Échéance</b>	2025-2030
<b>Estimation budgétaire</b>		<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Partenariat public et privé Bailleur social ?
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre de logements créés	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	A coupler à un examen des dessertes en autobus et d'une piste cyclable pour réduire les trafics automobiles Action transverse impliquant des enjeux de logements et d'habitat (en lien avec le PLH de MACS)



AXE 3 - Action 3.4 : Limiter les projets d'hébergements nouveaux à des projets « à taille humaine », en lien avec la nature sur le rétro-littoral			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'offre d'hébergement de MACS est dominée par l'hôtellerie de plein air qui est concentrée sur les pôles littoraux</li> <li>- L'offre de type hôtelier est localisée sur quelques pôles comme Soorts-Hossegor, Capbreton</li> <li>- Les meublés de tourisme composent majoritairement le parc d'hébergements sur la zone rétro-littorale</li> <li>- Une forte concentration des hébergements touristiques sur le littoral</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer une nouvelle offre d'hébergements en lien avec la nature en zone rétro-littorale</li> <li>- Proposer des hébergements correspondants à de nouveaux besoins et au positionnement touristique voulu</li> <li>- Limiter l'extension et le développement des hébergements existants sur les pôles littoraux</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	Opérateurs touristiques privés		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	groupe de travail socio-pros constitué		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faire un état des lieux du foncier disponible sur les communes rétro-littorales susceptibles de pouvoir accueillir des projets de petites unités d'hébergements</li> <li>- Rédiger un cahier des charges avec des recommandations liées à l'architecture avec le recours au bois systématique (bois local) pour développer la filière bois et donner une unité landaise (un territoire qui se préoccupe de son design général).</li> <li>- Lancer, si nécessaire, un appel à projets auprès d'opérateurs locaux et nationaux pour des projets majeurs d'hébergements</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	Localisation : zone rétro-littorale Volonté des élus de ne pas de dessaisir du foncier mais privilégier les baux emphytéotiques		
<b>Durée</b>	10 ans	<b>Échéance</b>	À partir de 2023
<b>Estimation budgétaire</b>		<b>Partenaires financeurs possibles</b>	En fonction des règlements d'intervention, possibilités de financement de la Région et du département
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre de porteurs de projets accompagnés Nombre de projets réalisés	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	S'appuyer sur la grille d'analyse des projets touristiques publics et privés pour attribuer un « scoring » aux projets et voir s'ils sont compatibles avec le Schéma

#### Axe 4 Accompagner la structuration d'une offre de tourisme engagée et d'excellence : les chantiers





<b>AXE 4 - Action 4.1 : Renforcer les opérations et animations de producteurs locaux dans les cœurs de villages</b>			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'attractivité des villages de la zone rétro-littorale est inégale et l'offre et les flux touristiques sont très faibles dans cette même zone</li> <li>- MACS œuvre, dans le cadre de sa politique du commerce, à la revitalisation des centres-bourgs</li> <li>- Le territoire compte de nombreux producteurs, et on note un réel engouement auprès des marchés traditionnels</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accompagner le développement d'offres et d'animations dans les cœurs de villages pour renforcer le maillage territorial dans l'esprit du « territoire du quart d'heure »</li> <li>- Animer les communes rétro-littorales</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	Communes - CdC MACS-		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	Producteurs locaux / Bienvenue à la Ferme / PETR (Projet Alimentaire Territorial) – CD40		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- À travers cette action, il s'agira d'animer les « kiosques » en proposant une offre d'animations et d'événements, s'appuyant en particulier sur les producteurs locaux, dans l'esprit des marchés gourmands et musicaux</li> <li>- De petits événements culturels viendraient compléter le dispositif, à travers par exemple un travail participatif animé par des artistes, dans le cadre de résidences de territoire</li> <li>- Avant de lancer la démarche, il sera indispensable de réunir les producteurs locaux volontaires afin de réfléchir collectivement sur les différentes thématiques à investir, les périodes propices, l'investissement et les disponibilités de chacun...</li> <li>- Accompagner les communes pour favoriser l'installation de food-truck qui s'approvisionnent auprès des producteurs locaux</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	Conduite de réunions avec un groupe de travail motivé, pour accompagner la créativité (4 ou 5 séances)		
<b>Durée</b>	Indéterminée	<b>Échéance</b>	2024
<b>Estimation budgétaire</b>	Très variable en fonction des animations organisées. Animation : 0,1 ETP	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Budget Actions Cœur de Ville ou Petites Villes de Demain (-20 000 habitants) de la Banque des Territoires
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre d'animations / événements organisés Chiffre de fréquentation des animations Mesure de la satisfaction des usagers	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Budget</li> <li>- Manque d'implication des acteurs dans la démarche</li> </ul>



<b>AXE 4 - Action 4.2 : Mettre en tourisme et en réseau une offre de loisirs axés sur le patrimoine et la nature</b>			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'offre de loisirs du territoire est concentrée sur le littoral avec des caractéristiques balnéaires et saisonnières</li> <li>- Les espaces naturels remarquables font partie des points forts du territoire</li> <li>- Le réseau cyclable a été aménagé et déployé sur le territoire sans mise en tourisme</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer une offre de tourisme et de loisirs fonctionnant toute l'année, axée sur le patrimoine et la nature</li> <li>- Répondre à une demande prégnante des locaux et touristes sur la découverte des patrimoines, et les richesses locales (authenticité)</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre Partenaires / contributeurs</b>	MACS - OTI – communes- Opérateurs locaux		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lancer un Appel à Projet pour la définition d'un récit, d'une mise en tourisme ludique et pédagogique des offres fonctionnant toute l'année, valorisant :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- le patrimoine naturel, les réserves naturelles, la forêt, l'Adour et les Barthes, la faune remarquable</li> <li>- le patrimoine des villages, actuellement très discret</li> <li>- la culture landaise</li> </ul> </li> <li>- Coupler cette offre aux voies de circulation douce, au maillage envisagé et à de l'événementiel</li> <li>- Développer les sentiers d'interprétation ou autres outils sur des thématiques précises (proposition de travailler avec les écoles sur des projets pédagogiques)</li> <li>- Traiter simultanément l'offre du littoral et l'offre rétro-littorale, dans cette approche patrimoine/nature du territoire</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	Le lien avec le territoire, avec ses valeurs et son identité (patrimoine, richesses locales, architecture,...) sont à renforcer auprès des locaux, des nouveaux résidents, des vacanciers, des télé-travailleurs... Pédagogie et sensibilisation seront à privilégier		
<b>Durée</b>	Indéterminée	<b>Échéance</b>	2022
<b>Estimation budgétaire</b>	0,5 ETP	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Région – CD40 sous conditions
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre d'offres développées Chiffres de fréquentation	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	Privilégier la concertation avec les communes



AXE 4 - Action 4.3 : Capitaliser sur l'univers de l'eau pour offrir une découverte engagée			
<b>Constats</b>	L'eau reste l'élément d'attraction essentiel du territoire. Il est cependant trop peu abordé sous un angle patrimonial et culturel L'océan est déjà une ressource touristique. L'eau dans toutes ces dimensions pourraient être davantage une valeur à mettre en tourisme : l'Adour, les Barthes, le gouf,...		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Améliorer la qualité des prestations touristiques tournées vers la découverte de l'eau</li> <li>- Mettre en évidence les offres qui contribuent à forger l'image d'un territoire marqué par la présence de cette ressource naturelle</li> <li>- Aider à garantir la satisfaction visiteurs et modifier le regard des visiteurs, en accord avec le positionnement territorial vers un engagement réciproque entre accueillants et accueillis, le tout dans le territoire de la proximité</li> <li>- Développer des offres accessibles tout au long de l'année</li> <li>- Associer des offres de sensibilisations, préservations pour que habitants et touristiques soient acteurs de la préservation de ces ressources</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	MACS et socio-professionnels		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	OTI		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capitaliser sur les offres existantes de découverte de l'eau (de la faune marine, de la pêche, des savoir-faire locaux, de la relation entre l'Homme et l'océan sur le littoral landais...) et du dénominateur commun de l'eau</li> <li>- Organiser un groupe de travail avec les acteurs volontaires (réflexion collective)</li> <li>- Enrichir l'offre existante et créer de nouveaux produits et lignes de produits : de nouvelles offres dédiées, expérientielles et uniques, en adaptant les produits aux visiteurs (+ design des offres à mener)</li> <li>- Sensibiliser les professionnels du tourisme (slow tourisme ou autres reconnaissances) et identifier des marques internationales maritimes ou des passerelles à établir avec des villes, destinations maritimes (Nazaré déjà évoqué et d'autres dans le monde)</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	Cette offre contribuerait à créer un réseau d'acteurs locaux Être innovant car l'objectif n'est pas de créer un équipement structurant sur le littoral mais de proposer une alternative innovante pour valoriser le patrimoine et « proposer une offre structurée » aux visiteurs (sans attirer des foules)		
<b>Durée</b>	5 ans	<b>Échéance</b>	2023
<b>Estimation budgétaire</b>	RH : 0,2 ETP	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre d'offres qualifiées Nombre de réunions organisées	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	



#### AXE 4 - Action 4.4 : Engager une démarche d'excellence environnementale auprès des entreprises touristiques

<b>Constats</b>	<p>Une initiative locale est menée depuis 2012 à l'échelle du PETR pour informer, sensibiliser et développer auprès des entreprises touristiques pour appliquer une préservation de nos espaces et de notre environnement dans les pratiques quotidiennes avec des écogestes. Une Charte de Tourisme Durable a été définie autour des écogestes et élargie à la dimension sociale. Cette dynamique mérite d'être étendue et qualifiée sur le territoire</p> <p>Au-delà de cette démarche, le territoire a pour ambition de s'inscrire dans un tourisme durable plus équilibré et plus respectueux de la nature. MACS doit accompagner et inciter les entreprises touristiques à tendre vers une démarche d'excellence environnementale.</p>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcer la qualification de l'offre touristique (hébergeurs en priorité, et prestataires d'activités)</li> <li>- Inscrire le territoire dans une démarche d'excellence environnementale en accompagnant les entreprises touristiques</li> <li>- Attirer une clientèle spécifique (en fonction des marques et labels développés)</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	MACS		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	Les entreprises touristiques (hébergeurs, prestataires d'activités...) – ADEME – Région Nouvelle-Aquitaine – PETR ALO		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cibler les marques et labels à développer sur le territoire au regard des publics ciblés: Clef Verte, NF Environnement sites de visite, Ecolabel européen Tourisme, ATR (Agir pour un Tourisme Responsable)...</li> <li>- Informer et accompagner les professionnels sur les labels</li> <li>- Définir un règlement d'intervention financier pour inciter le développement d'entreprises touristiques à s'inscrire dans ces démarches d'excellence</li> <li>- Se fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs d'entreprises touristiques « labellisées » (5 en année 1, 10 en année 2...)</li> </ul>		
	Action à mener en collaboration avec le CDT des Landes et le CRT Nouvelle Aquitaine / ADEME / CDT des Landes		
<b>Durée</b>	En continu	<b>Échéance</b>	
<b>Estimation budgétaire</b>	Ingénierie interne : 0,2 ETP	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	<p>Nombre de professionnels labellisés/accompagnés</p> <p>Degré de satisfaction des clientèles</p>	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	<p>Moyens humains et temps disponibles</p> <p>Bénéfices et + values à expliquer aux socio-professionnels : services, engagements de type RSE pour optimiser la gestion interne et la reconnaissance des citoyens de plus en plus sensibles</p>



<b>AXE 4 - Action 4.5 : Programmer 2-3 événements majeurs hors saison sur l'eau, la nature, et la culture landaise</b>			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La programmation événementielle est principalement estivale et concentrée sur le littoral</li> <li>- Le territoire possède des équipements et des compétences pour développer une offre et étendre sa programmation sur l'année</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Venir en appui des organisateurs d'événements actuels, sur les manifestations se déroulant en dehors de l'été</li> <li>- S'appuyer sur les identités fortes du territoire pour créer des événements</li> <li>- Construire ces événements collectivement avec les associations et les opérateurs touristiques</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	MACS –associations- communes + les opérateurs touristiques		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	gestionnaires d'équipements accueillant des événements et autres partenaires événementiels		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inventorier l'offre événementielle existante sur le territoire et sur les territoires voisins : se rapprocher des associations et des communes (programmation événementielle)</li> <li>- Initier une réflexion partenariale, avec le monde associatif, les gestionnaires d'équipements accueillant des événements, les collectivités, pour lancer un ou plusieurs événements d'envergure régionale, de préférence sur les communes rétro-littorales, axés sur les thèmes forts du territoire, comme : <ul style="list-style-type: none"> <li>- la culture océane</li> <li>- l'éco-tourisme et le tourisme responsable</li> <li>- la culture landaise du XXIème siècle</li> </ul> </li> </ul> <p>Et aussi ouvert sur le monde (mix musique et sports ou happenings artistiques)</p>		
<b>Durée</b>	Indéterminée	<b>Échéance</b>	2023
<b>Estimation budgétaire</b>	Très variable en fonction de l'événement Organisation : 10 000 €	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Etudes annuelles (quantitatives et qualitatives) sur la fréquentation des événements Intérêt pour des professionnels externes de participer à des événements (groupes de musique; animateurs, jeux..)	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Budget</li> <li>- Implication des acteurs dans la démarche</li> </ul>



<b>AXE 4 - Action 4.6 : Lancer des chantiers participatifs</b>			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une orientation forte donnée au Schéma Directeur est celle d'un tourisme engagé et responsable</li> <li>- Parmi les tendances de consommation, le tourisme de partage connaît un réel essor en phase avec les valeurs éco-responsables adoptée par les jeunes publics</li> <li>- De nombreux site, ressources et attraits patrimoniaux et naturels pourraient être revalorisés</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Changer les pratiques touristiques au profit d'un tourisme solidaire et responsable</li> <li>- Proposer des offres touristiques correspondant à cet objectif, alternatives au tourisme de consommation</li> <li>- Réhabiliter, capitaliser sur des sites existants qui sont à mieux faire connaître</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	l'OTI / les collectivités / les associations		
<b>Partenaires / contributeurs</b>			
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consulter les collectivités et des associations pour identifier des projets pouvant conduire à bâtir des offres de séjours, ou des offres d'activités participatives et bénéfiques pour le territoire :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- restauration du patrimoine</li> <li>- Entretien d'espaces naturels, création et aménagement, entretien de parcours, dunes, forêts, liège... nettoyage de plages</li> <li>- petits travaux dans des exploitations agricoles en contrepartie d'un hébergement à la ferme (principe du « woofing »)</li> </ul> </li> <li>- Définir des modalités d'encadrement de ces chantiers, soit locaux (personnel municipal, bénévoles, associations), soit extérieurs (associations spécialisée dans les chantiers de volontaires), développer des partenariats avec acteurs et experts</li> <li>- Aider à la mise en tourisme via l'OTI (constituer un catalogue de propositions, promouvoir ces offres sur les réseaux sociaux et en faire un marqueur du positionnement touristique)</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	Cette action est à associer à celle de mise en oeuvre d'une charte du visiteur.		
<b>Durée</b>	Indéterminée	<b>Échéance</b>	2023
<b>Estimation budgétaire</b>	Budget interne OTI Animation : 0,2 ETP	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Adhésion des acteurs locaux Nombre de participants Fréquentation des chantiers lancés	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	



## Axe 5

### Optimiser l'organisation touristique territoriale : les chantiers





AXE 5 - Action 5.1 : Définir un Schéma organisationnel de l'écosystème touristique local			
<b>Constats</b>	L'action touristique est partagée entre un nombre important de partenaires : MACS, l'OTI, les deux OT de station, Landes Attractivité, le PETR, le CRT, les chambres consulaires, les acteurs privés, la Région, le département Ces partenaires opèrent sur 2 champs d'intervention : - Structuration de l'offre / accompagnement des entreprises - La promotion et la communication		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir et organiser le rôle et les missions de chaque partenaire en fonction de l'expertise</li> <li>- Estimer et ajuster les moyens et compétences</li> </ul>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	MACS et ses partenaires		
<b>Partenaires / contributeurs</b>			
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il s'agit de définir le cadre de collaboration et de déterminer les organismes « chef de file » dans les différents domaines à traiter (structuration de l'offre / accompagnement des entreprises et promotion / communication)</li> <li>- Ceci se traduit par un schéma général rendant lisible cette organisation et la définition des modalités de mise en œuvre, pouvant soit se traduire par des conventions d'objectifs et de moyens, soit par des conventions de partenariat, soit par des mutualisations, et la mise en place d'une instance de suivi du Schéma (groupe de réflexion), cofinancements</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	Pertinence de l'échelle géographique et territoriale à prendre en compte		
<b>Durée</b>	La durée de mise en œuvre du Schéma	<b>Échéance</b>	2022-2023
<b>Estimation budgétaire</b>	Ressources humaines à renforcer, le cas échéant	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>		<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	S'assurer des complémentarités des stratégies et des plans d'actions de chaque acteur pour une meilleure efficacité



AXE 5 - Action 5.2 : Mettre en place et animer un groupe de réflexion et d'innovation			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les prestataires touristiques sont forces de proposition dans tous les domaines de l'action touristique et des loisirs</li> <li>- Dans le cadre de l'élaboration du Schéma, ce groupe de travail s'est réuni à 2 reprises pour alimenter et enrichir la stratégie</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	Poursuivre la dynamique collective du groupe de travail tout au long de la vie du Schéma Considérer ce groupe de réflexion comme apporteur d'idées, d'innovations		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	Un collectif coordonné par MACS : entreprises touristiques (hébergeurs, activités), entreprises locales, SITCOM, Réserve Naturelle, salle de spectacles, organisateur d'événements)		
<b>Partenaires / contributeurs</b>			
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suivre et évaluer la mise en œuvre du Schéma Directeur du Tourisme</li> <li>- Rédiger avec cette instance la charte d'engagement et de réciprocité accueilli-accueillant</li> <li>- Etablir un programme annuel de travail</li> <li>- Décliner des propositions en matière d'innovation et d'opportunités en lien avec le positionnement souhaité pour le territoire (économie sociale et solidaire, tourisme responsable,...).</li> <li>- Travailler sur la qualification et la quantification des besoins des prestataires en matière d'emploi et de formation, et mettre en face une stratégie partenariale adaptée</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	- Réunir ce groupe 2/3 fois par an		
<b>Durée</b>	Indéterminée	<b>Échéance</b>	2022 et tout au long de la mise en œuvre du Schéma
<b>Estimation budgétaire</b>	Animation MACS : 2/3 réunions par an Mise en œuvre et accompagnement des actions = 0,15 ETP	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre de réunions organisées Nombre d'actions et de réalisations engagées	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	



AXE 5 – Action 5.3 : Concevoir une charte d’engagement et de réciprocité accueillant / accueilli			
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plusieurs destinations touristiques en Europe et dans le monde, se sont dotées de tels outils pour asseoir leur positionnement</li> <li>- Ces initiatives sont encore peu développées en France</li> <li>- La sur-fréquentation en période estivale peut entraîner un sentiment de « rejet » du tourisme local par les habitants</li> </ul>		
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir, de façon claire et synthétique, les modes de vie, clefs et comportements à favoriser sur le territoire (accueillant-accueilli)</li> <li>- Développer le sentiment d’appartenance au territoire</li> <li>- Diffuser un outil de mise en œuvre d’un tourisme responsable et engagé sur le territoire</li> </ul>		
<b>Maître d’ouvrage / d’œuvre</b>	CdC MACS - OTI		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	entreprises touristiques – panel de touristes – panel de citoyens		
<b>Détails de l’action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réunir le groupe de réflexion et d’innovation pour rédiger cette charte des habitants/opérateurs touristiques envers les visiteurs, et des visiteurs envers les habitants/opérateurs touristiques : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir les valeurs/engagements à respecter sur le territoire (faire court pour aller à l’essentiel)</li> <li>- Définir la forme à donner à cette charte (simple texte, vidéos, podcasts...) et à ses modalités de diffusion (diffusion en ligne, sur les réseaux sociaux, par courrier postal...), et les liens avec les partenaires</li> </ul> </li> <li>- Intégrer cette démarche dans les opérations de marketing de service et de communication grand public de l’OTI</li> <li>- Créer des moments conviviaux pour mettre en avant les prestataires et les touristes qui s’engagent</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	Ne pas donner d’ordres ni de leçon, l’objectif est de sensibiliser les accueillants / accueillis		
<b>Durée</b>	6 mois	<b>Échéance</b>	2022
<b>Estimation budgétaire</b>	Animation de la réflexion : 0,15 ETP	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	
<b>Système d’évaluation / indicateur de suivis</b>	Nombre de réunions organisées Nombre d’actions et opérations engagées et réalisées	<b>Points d’attention / Freins identifiés :</b>	



### AXE 5 - Action 5.4 : Actualiser le positionnement touristique de la destination et son plan d'actions

<b>Constats</b>	Le territoire communique sous la bannière « Landes Atlantique Sud » « la destination complice où je me recharge en énergies positives ». La stratégie et les orientations stratégiques portées par le Schéma Tourisme doit être déclinée en terme de messages et d'images.		
<b>Objectif</b>	Mettre en avant le positionnement du territoire « local et universel » et le principe d'un tourisme engageant à la fois les accueillants et les accueillis.		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	MACS- OTI		
<b>Partenaires / contributeurs :</b>	OT de Seignosse , OT d'Hossegor, Landes Attractivité		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actualiser le positionnement touristique en adéquation avec les enjeux définis dans le Schéma Tourisme</li> <li>- Dresser un plan de communications adapté à ce positionnement (cibles / marchés, messages, outils, images...)</li> <li>- Etablir son budget</li> </ul>		
<b>Remarques</b>			
<b>Durée</b>	9 mois	<b>Échéance</b>	Annuel/pluriannuel
<b>Estimation budgétaire</b>	Ingénierie interne MACS et OTI	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	Région Nouvelle-Aquitaine / Département des Landes
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	Suivi et indicateurs de la convention d'objectifs et de moyens MACS-OTI	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	Action à mener en associant les 3 OT Et en lien avec la Marque Landes





<b>AXE 5 - Action 5.5 : Se doter d'un observatoire intelligent : collecter, analyser et restituer des données touristiques d'aide à la décision</b>			
<b>Constats</b>	<p>Aujourd'hui, le territoire dispose de peu d'éléments quantifiés et qualifiés pour analyser avec pertinence le poids de l'économie touristique (offre, demande) ainsi que son impact général</p> <p>Les données en possession sont issues principalement de travaux d'études ponctuels (diagnostic de l'offre, enquêtes clients). Ces données sont « froides » et il devient important de travailler au développement de système de collectes et d'analyse de données plus « chaudes » (instantanéité) qui peuvent concerner l'offre disponible, les clients présents mais également d'autres indicateurs nouveaux qui viendraient étayer l'enjeu de MAITRISE poursuivi à travers la mise en œuvre de ce schéma.</p>		
<b>Objectif</b>	<p>Collecter, analyser des données pour mesurer l'évolution de l'activité touristique tout au long de l'année, en temps réel</p> <p>Collecter, analyser et restituer des données touristiques pour ajuster la stratégie et le plan d'actions opérationnel</p> <p>Savoir mesurer/observer l'impact (immédiat ou à moyen terme) de l'activité touristique à travers la définition et le suivi de nouveaux indicateurs : pression foncière, consommation énergétique, indice du bien vivre...</p>		
<b>Maître d'ouvrage / d'œuvre</b>	CdC MACS avec l'OTI		
<b>Partenaires / contributeurs</b>	Région Nouvelle-Aquitaine (NEO TERRA) – Landes Attractivité - Entreprises touristiques- Entreprises- GIP, ADEME...		
<b>Détails de l'action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adhérer au dispositif Flux Vision Tourisme, et à d'autres dispositifs d'observation « en direct » (ex. dispositif RDNA pour les locations saisonnières)</li> <li>- Construire un tableau de bord efficace à partir d'indicateurs / données clés partagés par les acteurs concernés (pour évaluer la mise en œuvre du Schéma)</li> <li>- Connaître (maîtriser) l'offre touristique et son développement : évolution du parc d'hébergements, parc des résidences secondaires,</li> <li>- Connaître la demande touristique et son évolution : taux d'occupation, profil clientèles, nombre de touristes / excursionnistes en présentiel...</li> <li>- Identifier et mesurer les impacts de l'activité touristique               <ul style="list-style-type: none"> <li>- écologique : OM, eaux usées...</li> <li>- Économique: taxe de séjour</li> <li>- Social : emploi...</li> </ul> </li> <li>- Encadrer la création d'activité touristique : nombre de porteurs de projets, nombre d'entreprises créées, ...</li> </ul>		
<b>Remarques</b>	<p>S'appuyer sur des partenaires de l'observation pour construire le tableau de bord et ses données</p> <p>S'appuyer sur les ressources existantes disponibles (Landes Attractivité, CRT, ...)</p>		
<b>Durée</b>	12 mois	<b>Échéance</b>	Dès la mise en œuvre du Schéma Directeur
<b>Estimation budgétaire</b>	Coût Adhésion aux dispositifs Ingénierie interne	<b>Partenaires financeurs possibles</b>	
<b>Système d'évaluation / indicateur de suivis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'indicateurs mis en place</li> <li>- Nombre de dispositifs</li> </ul>	<b>Points d'attention / Freins identifiés :</b>	A croiser avec les enjeux du projet de territoire et ces besoins de mesure de l'impact « quotidien »



## LES DEFIS DE L'ANNEE 2022

ACTIONS PHARES A MENER EN 2022 - 2023	2022	2023
Développer et structurer le Pôle Adour, de Saubusse à Sainte Marie de Gosse		
Renforcer les interconnexions entre les Pôles Littoraux et les Pôles d'intérêt Touristique		
Se doter d'un outil performant "agrégateur de mobilités" Modalis		
Poursuivre la modernisation des hébergements touristiques marchands		
Lutter contre la perte des lits touristiques		
Accompagner le développement d'une offre en logements pour saisonniers et jeunes actifs		
Limiter les projets d'hébergements nouveaux à de petites unités en lien avec la nature sur le rétro-littoral		
Définir un Schéma organisationnel de l'écosystème touristique local		
Mettre en place et animer un groupe de réflexion et d'innovation dans le tourisme		
Concevoir une charte d'engagement et de réciprocité accueillant/accueillis		
Actualiser un positionnement touristique en adéquation avec le positionnement choisi		
Se doter d'un observatoire intelligent : collecter, analyser et restituer des données touristiques d'aide à la décision		
Développer et structurer le pôle interconnecté de Saint-Vincent-de-Tyrosse, porte d'entrée multi-modale du territoire		
Mettre en réseau l'animation d'espaces de workation pour concilier territoire de travail et de déconnexion		
Renforcer des opérations et animations de producteurs locaux dans les cœurs de villages		
Engager une démarche d'excellence environnementale auprès des entreprises touristiques		







**GRILLE D'ANALYSE DES PROJETS PUBLICS ET PRIVÉS DU TOURISME ENGAGÉ**

*Pour les projets dont MACS a l'information*

ENJEUX	CRITERES
EQUILIBRE DANS LE TEMPS	AMPLITUDE D'OUVERTURE
EQUILIBRE DANS L'ESPACE	REPARTITION LITTORAL – RETRO LITTORAL OPTIMISATION DU FONCIER
COHESION SOCIALE / EQUITE	EMPLOI LOCAL DEMARCHE SOCIALE
PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT / DURABLE	ENGAGEMENT OFFRE DE MOBILITES DEMARCHE ENVIRONNEMENTALE





ENJEUX	CRITERES	
EQUILIBRE DANS LE TEMPS	Le projet apporte une réponse à l'allongement de la saison	Ouvert toute l'année Ouvert de Pâques à Toussaint
EQUILIBRE DANS L'ESPACE	Le projet améliore l'équilibre littoral/réto-littoral Optimisation du foncier / Impact du projet sur le foncier	Implantation sur pôles littoraux Implantation sur zone réto-littorale Artificialisation légère et mise en valeur des atouts naturels
COHESION SOCIALE ET EQUITE	Emploi local  Démarche sociale  Engagement	Pas de création d'emploi (hors dirigeant) Création d'emplois Type de contrats (CDI, CDD, CDD saisonnier) Stratégie de recrutement local voire formation d'insertion d'actifs locaux Solution d'hébergements pour les salariés, saisonniers si besoin Le projet répond à des besoins des résidents locaux lien avec le tissu social, économique et patrimoine local Démarche RSE Économie circulaire Répond au tourisme engagé Chantier participatif Prise en compte des handicaps (dans la politique salariale + politique clientèles (Tourisme&Handicap)
PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT / DURABLE	Offre de mobilités  Démarche environnementale	Offre de mobilité étudiée Proximité et multimodal  Volet construction Respect de la démarche HQE Supérieur normes RTE / RE2020 / utilisation de matériaux bio-sourcés Traitement des énergies (Énergies renouvelables) Traitement de l'eau Architecture locale  Respect de la charte écoresponsable PETR 1 <sup>er</sup> niveau Labels-marques-certifications « éco-responsables »