

# Hervé Bouyrie : « Vers un tourisme de conquête »

**Vice-président du Conseil général en charge du tourisme et président du Comité départemental du tourisme des Landes, Hervé Bouyrie nous livre son analyse d'un secteur économique capital pour le département.**

## **XLandes Magazine :**

**Comment caractérisez-vous le tourisme dans le département ?**

**Hervé Bouyrie :** Je pars du constat qu'il s'agit d'une économie providentielle avec les atouts naturels que chacun connaît : la plage, la forêt, le patrimoine, la culture... Nous avons un magnifique parc régional, des paysages, la gastronomie. Ce département a énormément d'atouts. Pour autant, je crois que nous devons passer d'un tourisme de cueillette à un tourisme de conquête. C'est pourquoi j'ai souhaité que l'on mette en œuvre une véritable stratégie qui s'exprime dans l'actuel schéma départemental du tourisme 2010/2014.

Ce schéma s'est construit sur la base de réflexions menées avec des experts et des professionnels du tourisme, dans et hors département. De cet état des lieux ont découlé les grands principes du schéma, proposés ensuite à l'Assemblée départementale pour validation.

Hervé Bouyrie : « Un nouveau cycle d'investissement doit être engagé »



## **XLandes Magazine :**

**Justement, quelle est cette stratégie de conquête ?**

**H.B. :** L'idée première a été de ne pas raisonner en termes de bassins touristiques. Nous avons travaillé à partir des filières d'excellence pour élaborer une stratégie axée sur des produits adaptés et attractifs. On retrouve bien sûr des thèmes récurrents : les séjours littoraux, le tourisme de nature, le bien vivre et la découverte de la culture et du patrimoine du territoire, également le thermalisme et le tourisme de santé et de bien-être, le tourisme d'affaires ainsi que le golf et le surf. Ces filières d'excellence permettent d'associer au produit d'appel d'autres produits packagés. Un exemple dans le cas de la filière glisse que l'on met en œuvre, le produit d'appel est le surf que l'on ne peut pas pratiquer chaque jour. Donc, on l'associe à d'autres loisirs pour construire une destination qui fonctionne tout au long de l'année.

**« Les Landes sont le premier département pour le tourisme thermal avec plus de 72 000 curistes par an. On doit aller plus loin. »**

## **XLandes Magazine :**

**Votre objectif est l'allongement de la durée du séjour ?**

**H.B. :** Nous avons déjà des moyennes de séjours plus longues que dans d'autres départements. Cela s'explique par des prix pratiqués qui restent raisonnables, par des initiatives mises en place comme le Printemps des Landes qui attire beaucoup de monde et notamment dans l'intérieur. Nous avons une hôtellerie de plein air dynamique et des hébergeurs qui ouvrent de Pâques à Toussaint. C'est une évolution significative. N'oublions pas également que nous sommes le premier département en matière de tourisme thermal avec plus de 72 000 curistes par an. Cependant, on peut, on doit aller plus loin.

## **XLandes Magazine :**

**Quelle est votre recette ?**

**H.B. :** Il faut tirer ce secteur vers le haut. J'ai parlé des filières d'excellence qu'il faut conforter comme par exemple sur le littoral en améliorant les équipements et les services, en modernisant les stations. Un nouveau cycle d'investissements doit être engagé. Il faut mailler le littoral. D'autre part, j'ai évoqué le tourisme de destination. C'est notre levier, et mon souhait est de faire des Landes une destination reconnue au niveau international, avec notamment les deux projets à concrétiser d'ici 2017-2018 : le pôle glisse avec en corollaire un pôle d'entraînement pour la Fédération nationale de surf dont le siège est déjà à Hossegor et le pôle golf qu'il conviendra de faire labelliser par European Tour Destination. En matière de tourisme d'affaires, on peut gagner des parts de marché sur des séminaires courts. Là aussi en associant séminaires et produits touristiques comme le vélo, la gastronomie, le golf, le surf et d'autres sports de nature. Nous travaillons aussi à une diversification vers des produits plus haut de gamme.

## **XLandes Magazine : Par exemple ?**

**H.B. :** Des opérateurs privés portent actuellement des projets hôteliers ou d'hébergement pour une clientèle aisée. Nous allons les accompagner car ces produits répondent à une demande. Gardons en tête que globalement, s'il y a de la qualité, il y a des résultats et il y a de l'emploi à la clé. Donc, nous proposons une gamme de produits touristiques à la fois qualitative et très large. Nous travaillons en synergie avec les professionnels du tourisme pour mutualiser et concevoir ensemble des produits attractifs.

## **XLandes Magazine :**

**Quels sont les angles nouveaux qui sont développés en matière de promotion ?**

**H.B. :** Nous avons lancé une petite révolution avec un plan d'action basé sur l'e-tourisme. Via le site du CDT, nous avons créé par exemple une place de marché qui est un moyen supplémentaire de commercialisation et de relation avec la clientèle touristique. Nous

avons mis à disposition une application Smartphone. À côté des outils marketing, nous renforçons nos compétences avec la labellisation « Qualité tourisme » qui s'applique aux offices de tourisme, aux écoles de surf et aux musées. Tout ceci participe à structurer le tourisme landais.

**« Le Département consacre 5,5 M€ pour développer le tourisme. Nous avons toutes les qualités pour renforcer davantage son impact. »**

## **XLandes Magazine :**

**Comment anticipez-vous la prochaine saison ?**

**H.B. :** Nous la démarrons déjà et je dois dire que le taux de réservation est bon, ce qui laisse augurer une belle saison. Pour conclure, je veux insister sur l'enjeu économique que représente le tourisme. Le Département consacre 5,5 M€ pour développer le secteur. Je sais que nous avons toutes les qualités pour renforcer encore son impact.

## **Le tourisme en chiffres**

16<sup>e</sup> rang national en termes de destination touristique

2 millions de touristes par an dont 1/4 d'étrangers (Espagne, Allemagne, Bénélux)

21,8 millions de nuitées

80 % de tourisme littoral

1 milliard d'euros de chiffre d'affaires

7 % du PIB du département

20 000 emplois directs à l'année