

3 PRINCIPAUX CONSTATS

issus du diagnostic de l'étude

CONSTAT 1

Une pratique de masse, populaire, et très diversifiée

Les sports et les loisirs de nature regroupent un spectre très large d'activités récréatives. Leur dénominateur commun est de se pratiquer en milieu naturel peu ou faiblement aménagé. On doit distinguer cependant :

Les sports de nature : activités récréatives où le sport est la motivation première, et qui se déroulent dans un milieu naturel. L'activité physique peut être plus ou moins intensive, et les niveaux de pratique sont très hétérogènes : de l'expert au néophyte.

Les loisirs de nature : activités récréatives où la découverte des milieux (faune, flore etc.) est la motivation première. Ils se déroulent en général de manière accompagnée.

Les sports de nature représentent aujourd'hui dans les Pyrénées-Atlantiques une pratique de masse, concernant plus de 2/3 de la population active du département. Ils représentent donc à l'avenir un enjeu majeur en matière de politiques publiques : santé, économie des loisirs, lien social, pression sur les milieux, attractivité territoriale, etc. La crise traversée actuellement va renforcer le rôle essentiel des activités de pleine nature dans l'équilibre social et sociétal des Pyrénées-Atlantiques.

Au sein de ces sports de nature (une trentaine de disciplines au total) se côtoient des pratiques largement répandues, comme la randonnée et le vélo, et d'autres plus confidentielles (spéléologie, parapente...)

Les loisirs de nature représentent quant à eux une pratique également moins diffuse au sein de la population, mais à fort enjeu compte tenu des problématiques environnementales actuelles.

CONSTAT 2

Un potentiel touristique évident, mais à nuancer

L'importance des sports et des loisirs de nature pour le bien-être de la population des Pyrénées-Atlantiques est également un constat qui peut être dressé en matière d'attractivité touristique.

En premier lieu, les sports et les loisirs de nature sont une composante majeure de l'attractivité touristique des territoires, et permettent de véhiculer une image valorisante des destinations, répondant à des aspirations fortes des clientèles.

Ils font aussi partie du panel des activités pratiquées massivement par les clientèles touristiques, sans pour



autant être le déclencheur de séjour ou son mobile principal. Ils composent une partie du « catalogue » indispensable aux destinations pour séduire, attirer, et occuper les visiteurs, au même titre que l'offre patrimoniale, les paysages, les produits locaux, les animations etc. Le sport de nature est ainsi consommé au sein du séjour, en tant qu'activité récréative, sans qu'il puisse être qualifiée d'intensif.

Cette approche des sports de nature est complétée par une dimension plus particulière concernant le « tourisme sportif de nature » et le « tourisme de nature ».

Ils concernent des clientèles plus spécifiques, très spécialisées, qui vont faire de l'activité sportive ou de la découverte des milieux naturels le motif du séjour. Il s'agit d'un tourisme de niche, organisé en filières très segmentées.

Ce tourisme « thématique » concernera également par extension des excursionnistes, venant à la journée pour pratiquer sur des sites spécifiques et attractifs, notamment depuis les pôles urbains régionaux.

La stratégie touristique départementale a l'ambition de répondre à ces différentes dimensions, en proposant une approche segmentée.

La stratégie s'adressera donc à la fois :

- Aux touristes en séjour dans leur pratique récréative non intensive
- Aux touristes et aux excursionnistes sportifs dans leur pratique experte.

CONSTAT 3

Passer du « terrain de jeu » à l'intégration au milieu naturel et aux usages locaux

Longtemps et abusivement qualifié de « terrain de jeu » en matière de sports de nature, le milieu naturel, et l'environnement de manière générale, se doit d'être replacé au cœur de la stratégie départementale.

Si les CDESI doivent permettre un développement maîtrisé des sports de nature, celle des Pyrénées-Atlantiques doit aussi prendre en compte les pratiques pastorales, forestières et plus globalement les usages traditionnels des espaces, qui sont une composante essentielle des territoires.

La nature et la densité des aménagements, les logiques de déplacements pour venir sur les sites de pratique, le développement d'une offre d'immédiate proximité, la communication ciblée, l'éducation à l'environnement, la création d'espaces non ou faiblement aménagés, le travail sur des modèles alternatifs en zone de montagne etc. sont autant de pistes de travail que la stratégie départementale doit ouvrir pour faire de la pratique des sports et des loisirs de nature un modèle vertueux en matière de préservation des milieux naturels et d'équilibre entre usages.

4 ENJEUX ET 4 ORIENTATIONS

pour la stratégie départementale



LES ENJEUX



L'enjeu environnemental : la préservation des ressources naturelles, dans le cadre d'une approche maîtrisée du développement des pratiques, et la recherche d'un juste équilibre en préservation et valorisation/développement



L'enjeu territorial : un appui sur les ressources locales pour un développement le plus endogène et vertueux possible au sein des territoires



L'enjeu social et sociétal : permettre le développement de pratiques accessibles, en majorité non marchandes, et qui doivent sociologiquement s'élargir à un public aujourd'hui « empêché »



L'enjeu économique : la recherche d'une plus-value économique locale au titre d'un développement durable du tourisme et des loisirs

LES ORIENTATIONS

1 Favoriser le développement des pratiques locales de proximité

Les pratiques de proximité en matière de sports et de loisirs sont un **enjeu majeur de la stratégie départementale** : pratiques de masse et accessibles, elles sont **essentiels au quotidien des habitants**. Cet axe repose sur des actions qui visent à les renforcer, à mieux les diffuser sur le territoire, à les étendre à un public plus large encore, et à mieux faire connaître les espaces, sites et itinéraires sur lesquels les collectivités investissent depuis de nombreuses années.

2 Améliorer la qualité de l'offre d'espaces sites et itinéraires par une relance de la dynamique du PDESI

Cet axe traite **des aménagements** relatifs aux espaces, sites et itinéraires relatifs aux sports et aux loisirs de nature. Il doit permettre, à travers des actions complémentaires, d'assurer une **qualité homogène pour l'ensemble des disciplines**, et de s'engager sur des **nouvelles logiques d'aménagement** qui doivent tenir compte des enjeux environnementaux, sociétaux et économiques.

LES ACTIONS À ENGAGER

- Inventaire cartographique SIG et descriptif de l'offre de proximité
- Développement de la pratique en milieu scolaire et en centres de loisirs
- Soutien à la pratique associative et fédérale
- Appui au développement des transports alternatifs et aux mobilités douces
- Promotion des sorties nature et de l'éducation à l'environnement
- Création et promotion d'un « portail numérique » dédié à l'offre d'espaces, sites et itinéraires

LES ACTIONS À ENGAGER

- Elaboration d'un schéma départemental des espaces, sites et itinéraires (PDESI)
- Poursuite de la politique départementale en matière de randonnée
- Renforcement du plan vélo 64
- Développement de l'offre au sein des espaces naturels sensibles
- Aménagement d'espaces multi-activités notamment à proximité des villes
- Développement d'un aménagement pilote en secteur de montagne

4 ENJEUX ET 4 ORIENTATIONS

pour la stratégie départementale



3 Proposer une communication départementale identitaire et cohérente

Promus par presque tous les départements et les destinations, souvent de manière neutre, classique voire standardisée, les sports et les loisirs de nature **doivent pour les Pyrénées-Atlantiques permettre une différenciation, un positionnement spécifique** pour transmettre les valeurs et les particularismes du territoire.

Les images les plus inspirantes dépassent le traitement visuel traditionnel avec une clé d'entrée par activité. L'inspiration est davantage portée par une quête du ressourcement et le contact avec la nature que par la recherche du dépassement de soi et de la performance sportive.

C'est aussi nécessaire pour **rendre plus homogènes et cohérentes les démarches initiées par les différents services et les partenaires du conseil départemental.**

4 Structurer et mettre en marché le tourisme sportif de nature

La mise en marché des sports et des loisirs de nature, complexe par essence, nécessite à la fois de faire des choix à l'échelle départementale et retenir pour bâtir une stratégie pluriannuelle des disciplines :

- **majeures** en termes de pratiquants et de dynamiques,
- qui se marient et **se complètent en termes de marketing et d'image**,
- qui marquent, associées, une **réelle spécificité des Pyrénées-Atlantiques** dans le panorama des destinations touristiques départementales. La dimension transfrontalière sera mise en avant.

Cette approche nécessite également de mener un **travail d'accompagnement et d'appui auprès des destinations** pour proposer des synergies et des complémentarités : les destinations doivent relayer la communication sur les filières départementales, et le département doit accompagner les destinations pour valoriser leurs disciplines locales.

LES ACTIONS À ENGAGER

- Elaboration et validation d'un positionnement global et un plan de communication spécifique aux sports et loisirs de nature qui prenne appui :
 - sur l'art de vivre lié aux sports de nature (alimentation, mode, design etc.)
 - sur le lien tissé entre les pratiquants, les territoires et ceux qui les habitent
 - sur la recherche de l'expérience plus que la performance
 - sur la dimension transfrontalière
- Diffusion du plan de communication et transformation des supports éditoriaux actuels selon les nouveaux codes validés

LES ACTIONS À ENGAGER

- Définition et accompagnement à la structuration conjointe de filières prioritaires à l'échelle départementale : mise en avant affirmée et combinée du trio vélo/surf/trail, en plus de la filière traditionnelle de la randonnée pédestre.
- Appui et soutien aux destinations dans la mise en tourisme des sports et des loisirs de nature
- Structuration et mise en valeur d'une gamme de « produits touristiques » sur des niches expertes