



Convention d'objectifs et de financement
entre
La Communauté de Communes de la Vallée
d'Ossau
et
L'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau
(2025)

La Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau, représentée par son Président, Inas Baulieu, dûment autorisé à signer la présente convention, par délibération du conseil communautaire en date du 19/12/2024, ci-après dénommée la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau, d'une part,

Et

L'EPIC « Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau », représenté par son Directeur, Gaëtan EVEILLARD, autorisé par décision du Comité de Direction en date du, et par son Président, Robert CASADEBAIG, d'autre part,

Ont convenu ce qui suit...

Préambule

Conformément aux articles L 133-1 à L 133-10 du Code du Tourisme en vigueur,

- **Vu l'arrêté préfectoral en date du 31/12/2008 portant création de la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau**
- **Vu la délibération du conseil communautaire de la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau en date du 14 décembre 2021** ayant pour objet l'institution d'un Office de Tourisme Intercommunal sur son périmètre d'intervention ;

Il a été décidé la création d'un Etablissement Public Industriel et Commercial ayant pour dénomination «**Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau**».

Il est chargé des missions de service public d'accueil, d'information, de promotion touristique locale, régionale, nationale et internationale et de coordination des acteurs touristiques locaux.

En outre, il doit :

- ✓ Valoriser et promouvoir le tourisme en Vallée d'Ossau en développant et diffusant l'information touristique sur les différents supports de communication existants (brochures, site internet, applications mobiles, réseaux sociaux...)
- ✓ Développer le e-tourisme en veillant aux attentes des visiteurs et en utilisant les nouvelles technologies pour s'adapter à la demande des nouvelles clientèles.
- ✓ Maintenir la qualité de l'accueil de ses visiteurs (touristes, excursionnistes, locaux, prestataires...) sur l'ensemble de son territoire et respecter ses engagements envers la collectivité, les institutionnels, les professionnels, le personnel et les visiteurs en conformité avec la marque Qualité Tourisme TM.
- ✓ Participer à la promotion des événements et des animations organisées au sein du territoire de la Communauté de Communes.
- ✓ Commercialiser des prestations touristiques et élaborer des produits touristiques qui sont la vitrine de l'offre touristique de la destination et qui contribuent à développer le tourisme à l'année.
- ✓ Mettre en œuvre les moyens et outils nécessaires pour maintenir son classement en Catégorie I, ce classement étant obligatoire pour les communes qui sont stations classées de tourisme.

Article 1 – Les missions de l’Office de Tourisme intercommunal

L’EPIC s’est vu confier par la Communauté de Communes différentes missions générales.

- 1.1 L’accueil et l’information des différents publics (visiteurs, locaux, prestataires)
- 1.2 La promotion des animations
- 1.3 La promotion de la destination touristique et de ses activités
- 1.4 La production et la mise en marché de produits et de prestations touristiques
- 1.5 La mise en place d’actions favorisant le développement touristique local

Article 1.1 – L’accueil et l’information des différents publics

L’Office de Tourisme communautaire de la Vallée d’Ossau est constitué de 5 structures différentes :

⇒ Le Bureau principal, siège de l’EPIC « Office de Tourisme de la Vallée d’Ossau » se situe à la Maison de la Vallée d’Ossau 64 440 Laruns.

⇒ Quatre bureaux d’information touristique (BIT) :

- **BIT de Gourette** : Maison de Gourette, Route de l’Aubisque – 64 440 Eaux-Bonnes
- **BIT des Eaux Bonnes** : Avenue Castellane – 64 440 Eaux-Bonnes
- **BIT d’Arudy** : Place de l’Hôtel de Ville – 64 260 Arudy
- **BIT d’Artouste** : Quartier Fabrèges 64 440 Artouste

L’accueil des visiteurs peut être complété par un réseau de points d’accueil mobiles ou numériques selon la période touristique.

Ces structures disposent d’un local d’accueil, bien signalé dans les communes citées ci-dessus et bien situé par rapport aux flux de fréquentation des publics. Ils sont directement accessibles au public y compris aux personnes à mobilité réduite.

- **Les jours et horaires d’ouverture** du bureau principal et des différents bureaux d’informations touristiques de l’Office de Tourisme intercommunal sont définis en fonction des besoins émanant des publics touristiques et excursionnistes.
- **Il dispose de personnel qualifié** pour mener à bien ses missions.
- **Il assure l’accueil et l’information** des visiteurs se présentant aux comptoirs ou demandant des renseignements par téléphone, courrier, mail ou réseaux sociaux en tenant compte des besoins qu’ils expriment.
- **Il conçoit, réalise, édite et diffuse des documents d’accueil et d’information** sur l’offre touristique locale et des supports marketing de produits séjours.
- **Il met en œuvre et développe des solutions en matière d’accueil « numérique »** pour des publics en situation de préparation de voyages (réservation en ligne, affichage des disponibilités...) ou en situation de présence sur place (accès Wifi, borne interactive...).
- **Il est équipé d’un logiciel outil métier Tourinsoft**, qui recense l’ensemble de l’offre touristique de la destination et qui favorise la professionnalisation de l’accueil. En outre, ce logiciel permet d’enregistrer des statistiques qualificatives de fréquentation qui permettent l’étude de l’observation touristique des clientèles. **Concernant la commercialisation, l’Office est équipé du logiciel Ingénie.**

- **Il prend en compte et traite les indicateurs clients** (remarques & suggestions, réclamations, questionnaires de satisfactions)
- **Il assure la vente de billetterie des spectacles et animations**, des parcs de loisirs, des titres de transports... Sur délibération du Comité de Direction, il pourra assurer la vente de toute nouvelle billetterie susceptible d'intéresser les visiteurs.
- **Il dispose d'un espace boutique** où il propose à la vente des produits locaux, des produits logotés dérivés, des livres, des affiches... Tous les nouveaux produits proposés à la vente sont soumis au vote du Comité de Direction.
- **Il met à jour l'information touristique auprès des institutionnels (Communes, Département, Région, OTF...)**

Article 1.2 – La promotion des animations

La Communauté de Communes, les communes la composant et les associations du territoire programment des animations. Il s'agit donc pour l'Office de Tourisme communautaire, premier vecteur de la promotion touristique du territoire, d'en assurer la promotion et de travailler en collaboration avec les différents services animations existants.

- **L'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau met à jour les animations** sur son site Internet, ses bornes interactives, sa page Facebook, l'application mobile Vallée d'Ossau Pyrénées et sur les panneaux lumineux des communes concernées et équipées de ce type de supports.
- **L'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau est associé à l'élaboration des brochures des animations des collectivités** (hivernales, estivales et saison culturelle) en participant à la relecture et en le complétant le cas échéant.
- **Il envoie les animations à tous les supports de communication** dont il est partenaire (PQR, Guides vacances...)
- **Il diffuse les brochures des animations** aux divers socio-professionnels et commerçants, auprès de sa clientèle en les distribuant à l'accueil ou en les adressant par courrier aux personnes qui en font la demande.
- **Il participe à la réunion annuelle du bilan des animations organisée par les services animations des collectivités** et fait remonter les remarques clients orales et écrites qu'il a enregistrées.
- **Il est partenaire de certaines associations** en les aidant dans la conception et l'organisation de leurs manifestations d'intérêt touristique.
- **Il assure la billetterie des animations** organisées par la Communauté de Communes, les communes et associations faisant partie du périmètre d'intervention de l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau et qui en font la demande.

Article 1.3 – La promotion de la destination touristique et de ses activités

La stratégie de promotion de l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau est de faire émerger l'image d'une destination dynamique et attrayante toute l'année (cf annexe 1 : Stratégie Tourisme 2023/2026). Il s'agit pour l'EPIC intercommunal de développer et déployer les outils de communication de l'accueil et de la promotion touristique en tenant compte et en s'adaptant aux besoins des clientèles.

- La charte graphique de l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau identifie le tourisme 4 saisons sur le périmètre de la destination.
- L'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau édite les **brochures touristiques** (guide touristique & hébergements, guide gourmand, guide groupes, plans touristiques,...).
- L'Office dispose de son propre site internet avec une adresse URL dédiée.
- **Il met à jour et alimente régulièrement le site internet de l'ensemble des informations touristiques**, d'actualités, de coups de cœur, des services utiles et pratiques... Il en est de même pour les outils numériques de sports nature : le site internet «terredaventures.valleedossau.com» et son application mobile dédiée, Vallée d'Ossau Pyrénées.
- Pour l'accueil **des visiteurs étrangers**, conformément aux obligations du classement en Catégorie I, l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau **édite des brochures traduites en 2 langues étrangères** (anglais et espagnol). Il met également à jour le site internet sur ces 2 versions étrangères ainsi que les outils numériques de sports nature.
- En application du schéma de développement valléen (cf annexe 2 : Schéma de développement touristique 4 saisons), il valorise les activités de sport nature au travers d'une communication spécifique.
- Il met en place les moyens nécessaires pour **augmenter la visibilité de la destination sur le net et les nouveaux outils de communication** (référencement, flux RSS, QR codes, réseaux sociaux...).
- Il accroît la promotion de la Vallée d'Ossau en France et à l'étranger en adhérant à l'agence de développement touristique **Atout France**. Cela lui permet de bénéficier d'une **plateforme d'observation et d'intelligence** stratégique, **d'un réseau d'experts** agissant en France et à l'étranger, **d'un accompagnement personnalisé** depuis la création de certains projets jusqu'à leur mise en marché, **d'outils de promotion innovants** à l'international afin d'accroître la visibilité de la destination sur des marchés cibles. Plus de 2000 opérations de promotion chaque année en France et à l'international : éductours, salons, commercialisation, plan marketing.
- **Il réalise ou participe à des accueils presse** avec des professionnels présents sur la destination (Spa, thermes, Iskö, hôtels, hébergeurs de plein air, bergers ...) afin de promouvoir la Vallée d'Ossau dans sa globalité. Des voyages de presse sont conjointement organisés avec la Région et le Département.
- **Il est présent sur différents salons ciblés**, souvent en partenariat avec d'autres organismes, destinations, institutions. Cette présence « partagée » permet de réduire les coûts et ainsi d'augmenter le nombre de salons sur lesquels l'Office de Tourisme peut être présent. Il représente la Vallée d'Ossau lorsqu'il est sollicité pour être présent sur des stands lors de manifestations événementielles particulières (Salon de l'Agriculture...).
- **L'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau** prévoit un montant budgétaire dédié à la publicité ou des insertions dans la presse écrite ou sur le Web. Concernant les insertions publicitaires, ce sont les actualités, la saisonnalité et les offres qui déterminent l'acte.
- Par l'intermédiaire du bulletin d'informations de la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau édité une fois par an à 5 300 exemplaires, l'Office de Tourisme peut disposer d'un espace rédactionnel pour communiquer à la population locale des éléments qu'il souhaite diffuser (billetterie, visites guidées, nouveautés...).

Article 1.4 – La production et la mise en marché de produits et de prestations touristiques

L'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau est autorisé à commercialiser des prestations et produits touristiques du périmètre de la Communauté de Communes dans les conditions prévues par la loi n°92-645 du 13 juillet 1992 et modifié par la loi n°2009-888 du 22 juillet 2009 fixant les conditions d'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages et de séjours. **L'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau est immatriculé auprès d'Atout France, au registre des opérateurs de voyages et de séjours sous le numéro suivant : IM064190004.**

- **Il commercialise des prestations de services touristiques par la vente d'hébergements touristiques** de locations de vacances, hôtel, chambres d'hôtes ou hôtellerie de plein air et par la vente d'activité touristique (petit train, thermalisme, spa, ...)
- **Il propose et commercialise des produits packagés pour les individuels.** Des idées séjours et week-ends thématiques ont été bâtis avec les divers socioprofessionnels présents sur le périmètre de la Communauté de Communes. La conception de ces produits a pour objectif de susciter l'intérêt des clients, en leur proposant et réservant des produits clés en main qui leur permettent de découvrir la Vallée d'Ossau autrement que par ses lieux « phares ». En application du schéma de développement valléen, il élabore notamment des produits autour de l'offre d'activités de pleine nature mise en avant par une communication spécifique.
- **Il commercialise des produits groupes** en proposant la vente d'activités sèches ou de produits à la journée avec ou sans hébergement (activités + restauration)
- Il se charge de l'organisation des journées d'étude et séminaires en mettant au service de la clientèle et des prestataires son savoir-faire et sa bonne connaissance du territoire.
- **Il est en relation permanente avec les professionnels de la destination** (hébergeurs, restaurateurs, équipements de loisirs), et les prestataires particuliers/propriétaires (locations de vacances) pour les accompagner et les aider à commercialiser leurs prestations. L'objectif de ces relations est de fédérer et de rassembler l'offre touristique pour faciliter l'organisation des séjours aux différentes clientèles en proposant une offre variée, attractive et ce toute l'année.
- **Il est doté d'un logiciel de commercialisation** qui répond aux attentes de la clientèle en matière de réservation en ligne et qui permet aux prestataires de gérer les disponibilités de leurs offres via l'espace professionnel.

Article 1.5 – La mise en place d'actions favorisant le développement touristique local

- **L'Office de Tourisme communautaire développe la qualité globale et la qualification de la Vallée d'Ossau**, en informant et accompagnant les prestataires locaux dans la mise en œuvre de démarche volontaire de classement et de labellisation. En outre il sera vigilant à l'écoute client et tiendra informés les prestataires, les municipalités ou tout autre acteur local en cas de réclamations les concernant.
- **Il accompagne les outils de l'observation de l'activité touristique** par sa participation à des enquêtes de clientèle, l'analyse de ses statistiques de fréquentation (logiciel outil métier, questionnaires de satisfaction...), l'adhésion à l'outil départemental Flux Vision Tourisme. Il travaille conjointement avec la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau à la mobilisation des prestataires (hébergeurs et sites de visites) pour les informer. Cela permettra d'obtenir et d'analyser des données de fréquentation touristique des établissements de notre territoire et de comparer ces données à l'échelle du Béarn, du département et de la région (taux d'occupation des hébergements, nombres de

visiteurs, profil et origine des clients...). L'observation de la clientèle touristique permet de définir une politique de développement ciblée.

- **Il participe à des actions offrant des perspectives de développement touristique** de la Vallée d'Ossau, notamment celles menées par la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau (Plan local des sports de nature, programmes d'aménagements, études, actions issues du schéma de développement territorial) et par la Montagne béarnaise (dispositifs PAMI et ACTT).
- **L'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau est un partenaire technique de la collectivité pour le développement économique du territoire.** Il peut accompagner conjointement avec la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau, les porteurs de projets et les acteurs publics et/ou privés dans leur action de développement (ex : valorisation du patrimoine, création de nouveaux hébergements, création d'activités nouvelles...)

Article 2 – Le soutien de la Communauté de Communes

Compte tenu de l'intérêt que présente la mission définie à **l'article 1** ci-dessus, pour le développement économique et le rayonnement de la Vallée d'Ossau, la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau alloue à l'Office de Tourisme communautaire les moyens financiers et matériels suivants :

- Une subvention communautaire annuelle d'un montant maximal de **870 450 €**, sous réserve du vote des crédits par le Conseil communautaire.
- En contrepartie du versement de la subvention communautaire, **l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau prend à sa charge toutes les dépenses de fonctionnement de l'EPIC** y compris les loyers de l'Office selon les modalités indiquées dans l'article 3.
- Des crédits complémentaires pourront être prévus pour toute autre tâche précise, ponctuelle ou permanente, confiée à l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau et faisant l'objet d'avenants à cette convention stipulant, la nature, la durée du service et le montant des crédits spécifiques accordés.

Article 3 – Les modalités de versement de la subvention

Le concours de la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau est imputé en dépense sur son budget de fonctionnement; le montant de la subvention est crédité en recette sur le budget de fonctionnement de l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau.

La subvention annuelle votée par le Conseil Communautaire fera l'objet de 4 versements d'un montant identique répartis de la manière suivante :

- Versement 1 : 15 janvier
- Versement 2 : 15 avril
- Versement 3 : 15 juillet
- Versement 4 : 15 octobre

Article 4 – La taxe de séjour

Selon l'article L. 2333-26 du Code Général des Collectivités Territoriales, le produit de la taxe de séjour est consacré au fonctionnement de l'Office de Tourisme communautaire. La taxe de séjour est due durant toute l'année civile du 1er janvier au 31 décembre par l'ensemble des hébergeurs professionnels et particuliers (meublés).

La Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau délègue à l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau :

- Le recouvrement de la taxe de séjour
- La mise en place d'une animation spécifique auprès des loueurs et des collectivités afin d'optimiser les recettes.

La Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau nomme un régisseur de recettes au sein de l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau pour collecter directement la taxe de séjour. Elle est collectée par la Communauté de Communes auprès du Trésor public, au 15 du mois suivant le trimestre échu avec un décalage sur N+1 du dernier trimestre N (reliquat n-1).

En cas de non-paiement ou d'absence de déclaration, l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau transmet au 15 du mois suivant à la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau la liste des logeurs défaillants ainsi que tous les éléments permettant de justifier des relances faites pour engager des procédures en contentieux.

La Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau pourra être amenée à engager la procédure de taxation d'office, comme le prévoit la loi.

La Communauté de Communes reverse intégralement les recettes de la taxe de séjour à l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau avec un minimum de 4 versements par an.

Les recettes de la taxe de séjour sont affectées à des dépenses destinées à promouvoir et à favoriser la fréquentation touristique de la Vallée d'Ossau.

Article 5 – Les obligations de l'EPIC

En contrepartie du versement des subventions, l'EPIC devra :

- Adopter un cadre budgétaire et comptable conforme au plan comptable M4
- Communiquer à la Communauté de Communes au plus tard le **30/06** de l'année suivant la date de clôture du dernier exercice comptable :
 - ✓ *Les comptes du dernier exercice clos approuvés et certifiés par le comptable public et par le président de l'EPIC*
 - ✓ *Le rapport annuel d'activité correspondant aux missions de l'Office de Tourisme Intercommunal*
 - ✓ *Toute modification concernant les statuts, la composition du Comité de Direction*
- Justifier à tout moment sur demande de la Communauté de Communes, de l'utilisation des subventions reçues. En outre, l'EPIC s'engage à faciliter le contrôle, par la Communauté de Communes ou par toute personne habilitée à cet effet, de l'emploi des fonds, notamment par l'accès aux documents administratifs et comptables, ainsi qu'à toute pièce justificative.
- Mettre à l'étude toute proposition présentée par la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau pour l'amélioration des activités de l'EPIC.
- L'Office de Tourisme communautaire est tenu de respecter la législation et les obligations sociales à l'égard de son personnel.

Article 6 – Domiciliation de l'Office de Tourisme

L'EPIC, Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau, a pour siège la Maison de la Vallée d'Ossau, 64 440 Laruns. Il est composé :

- **D'un Bureau Principal situé Maison de la Vallée d'Ossau, 64 440 Laruns**
- **De 4 Bureaux d'Information Touristiques** qui se situent :
BIT de Gourette : Maison de Gourette, Route de l'Aubisque – 64 440 Eaux-Bonnes

BIT des Eaux Bonnes : Av. Castellane – 64 440 Eaux-Bonnes
BIT d'Arudy : Place de l'Hôtel de Ville – 64 260 Arudy
BIT d'Artouste : Quartier Fabrèges, 64 440 Artouste

Article 7 – Date, durée, révision et résiliation de la convention

Date et durée :

La présente convention prend effet à compter de sa signature.

Elle est établie et signée pour une durée courant jusqu'au 31 décembre 2025.

À l'issue de cette période, la présente convention pourra être renouvelée tacitement pour une durée identique dans la limite de deux renouvellements.

Révision :

Toute modification des termes de la présente convention, devra faire l'objet d'un avenant écrit entre les parties, conclu dans les mêmes formes et conditions que la présente convention.

Résiliation :

À la demande expresse et motivée, de l'une des parties, la présente convention pourra être résiliée de plein droit en cas d'inexécution d'une ou plusieurs obligations prescrites.

La résiliation sera effective à l'issue du délai de préavis de 3 mois commençant à compter de la notification par lettre recommandée avec accusé de réception, sauf si dans ce délai :

- Les obligations citées dans la lettre recommandée ont été exécutées ou on fait l'objet d'un début d'exécution.
- L'inexécution des prestations requises est consécutive à un cas de force majeure.

Jusqu'à l'expiration du délai du préavis, ci-dessus défini, les parties à la présente convention doivent respecter toutes leurs obligations contractuelles.

Fait en triple exemplaires originaux, à Arudy, le

Après avoir mentionné « lu et approuvé »

Le Président de la Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau

(Signature et cachet)

Le Directeur de l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau

(Signature et cachet)

Le Président de l'Office de Tourisme de la Vallée d'Ossau

(Signature et cachet)

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



STRATEGIE TOURISME 2023-2026

Vallée
d'**OSSAU**
PYRÉNÉES
Office de Tourisme



Sommaire

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

1) ENJEUX ET OBJECTIFS STRATEGIQUES

1.1 Liés au positionnement :

1.2 Liés à l'offre :

1.3 Liés aux clientèles :

2) ATTRACTIVITE

3) PERFORMANCE

4) GESTION INTERNE

1.1 Liés au positionnement :

ENJEUX

- Créer une véritable Destination VALLEE D'OSSAU
- Exister en tant que destination pour mieux s'intégrer dans une destination élargie inter-valléenne et transfrontalière.
- Renforcer la notoriété du territoire en créant sa e-réputation
- Capitaliser sur l'intérêt croissant des clientèles pour les territoires de nature

ACTIONS

Communication et Promotion touristique :

- Déploiement de la charte graphique VALLEE D'OSSAU PYRENEE sur tous les supports de communication de l'Office de Tourisme valléen.
- Création d'un site internet de Destination unique permettant de simplifier les supports de communication.
- Mise en place d'une stratégie sociale média sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram) en partenariat avec la société We Like Travel.
- Création de brochures saisonnières à l'attention des clients et sociaux-pros de la Destination (Magazine de Destination, brochure hiver stations, brochures locations de vacances...)



ENJEUX ET OBJECTIFS STRATEGIQUES

Envoyé en préfecture le 20/12/2024
Reçu en préfecture le 20/12/2024
Publié le
ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

- Campagnes de communications ciblées propres à l'OTVO, ou en partenariat avec le Département du 64 dans le cadre du Plan Neige.
- Renforcer la notoriété de la Destination VALLEE D'OSSAU PYRENEES en menant des actions de communication à l'échelle et entité du Béarn, des Pyrénées.
- Présence de l'OTVO sur des Salons professionnels ou destinés au grand public, seul, ou en collaboration avec l'Adt64, la Région Nouvelle Aquitaine, les sociaux pros de la Destination.

Accueil médias :

- Renforcer l'accueil presse nationale et internationale de façon autonome ou dans le cadre d'une coopération départementale ou inter-valléenne.
- Renforcer la présence de l'OTVO, le territoire de la Vallée d'Ossau dans les émissions et journaux TV, médias spécialisés.
- Accueil des tournages

Grands Evénements – Sportifs et Culturels :

- Augmenter leur rayonnement
- Accompagner les événements porteurs d'attractivité touristique





Actions de commercialisation :

- Vente en ligne de séjours
- Démarchage de TO, autocaristes, scolaires, CE
- Elaboration d'une gamme de produits séjour de découverte de la diversité des offres APN (Activités de Pleine Nature) de la Vallée d'Ossau

1.2 Liés à l'offre :

ENJEUX

- Redynamiser les filières historiques, identitaires de la Vallée
- Multiplier les polarités, et les mettre en réseau
- Développer les offres relais permettant de favoriser un tourisme toute saison
- Capitaliser sur les moyens à disposition pour un grand plan hébergement
- Capitaliser sur les filières porteuses pour construire la destination durable de demain

ACTIONS

- Révéler et Promouvoir l'Art de Vivre ossalois :

- Faire valoir les spécificités culturelles et patrimoniales de la Vallée
- Renforcer le positionnement de la Vallée d'Ossau comme « Terre de Ski » au travers de ses deux stations de Gourette et d'Artouste
- Valoriser le territoire à travers les différents métiers de la montagne, le pastoralisme et tout ce que cela engendre
- Développer des actions d'animation touristique avec les bergers à l'année





ENJEUX ET OBJECTIFS STRATEGIQUES

Envoyé en préfecture le 20/12/2024
Reçu en préfecture le 20/12/2024
Publié le
ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

- Accompagner les Communes, prestataires, institutions sur la classification, modernisation de structures touristiques permettant de développer une offre toute saison et de proposer des activités couvertes (Musée d'Ossau, Falaise aux Vautours...)

- Augmenter, valoriser l'offre d'activités sportives, culturelles et de loisirs :

- Valoriser les activités phares de la Vallée d'Ossau qui pourraient en faire des éléments différenciant d'attractivité (canyoning, cycloportifs, VTT, trail, randonnée, activités enfants, équipements sportifs, thermalisme).

- Mettre en place et porter des groupes de travail collectifs à l'échelle de la Vallée dédiés au développement de la filière loisirs.

- Valoriser les sites naturels (Aubisque, Bious-Artigues, Plateau du Bénou et col de Marie-Blanche, Cirque d'Anéou et Col du Pourtalet, Pic du Midi d'Ossau, Lac de Castet) sous l'aspect d'un tourisme responsable, respectueux

- Susciter la programmation d'animations et d'événements toute saison :

- Culturels, artistiques et sportifs de notoriété extra-valléenne, qui déclenchent des visites et des séjours

- Capitaliser sur les moyens à disposition pour un grand plan

hébergement :

- Accompagner à la structuration d'un maillage territorial des hébergements touristiques marchands.
- Accompagner et inciter les professionnels à moderniser le parc hébergement touristique à l'échelle de la Destination
- Mener une politique « agressive » et incitative auprès des propriétaires de biens en les incitant à transformer des lits froids en lits chauds.
- Accompagner les collectivités sur la mise en place d'accueils dédiés aux camping-car

- Construire une offre d'itinérance, de mobilité douces modernisée et thématisée :

- Avec les Vallées voisines
- Avec nos voisins espagnols dans le cadre d'une coopération transfrontalière
- Avec le Département du 64, la Région Nouvelle Aquitaine, notre collectivité de tutelle
- A l'échelle du Béarn





ENJEUX ET OBJECTIFS STRATEGIQUES

Envoyé en préfecture le 20/12/2024
Reçu en préfecture le 20/12/2024
Publié le
ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

- Accompagner la montée en puissance d'une offre de services pérenne en phase avec les saisonnalités de la Destination

- Pour la restauration : organiser un groupe de travail pour sensibiliser les socio-professionnels à l'impact positif de la mise en valeur des produits locaux auprès des clientèles touristiques, locales, et favoriser la mise en relation des parties prenantes.

- Capitaliser sur les filières porteuses pour construire la Destination durable de demain :

- Favoriser les circuits courts et les déplacements doux
- Diminuer l'impact environnemental des activités
- Valoriser les démarches vertueuses.

1.3 Liés aux clientèles :

ENJEUX

- Consolider, sécuriser les clientèles traditionnelles du territoire (proximité, excursionnistes, Espagnols, curistes, sports d'hivers)
- Travailler sur différentes typologies de clientèles (familles, jeunes, seniors...)
- Transformer des excursionnistes en touristes
- Travailler sur la durée des séjours par le biais des offres, services proposés sur le territoire

ACTIONS

- Améliorer la qualité de l'accueil et de l'information :

- Dans les espaces et lieux publics
- Auprès des professionnels et commerçants (ex : fermetures en même temps...)
- Auprès des Communes en les incitant à nous communiquer leurs programmes d'animations permettant à l'OTVO de les renseigner dans l'agenda des manifestations, les relayer chaque semaine via la newsletter, ou sur les réseaux sociaux chaque jour pendant les vacances scolaires.





ATTRACTIVITE

Envoyé en préfecture le 20/12/2024
Reçu en préfecture le 20/12/2024
Publié le
ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

ENJEUX

- S'appuyer sur les marques et sites de renommée régionale, nationale voire internationale présentes sur le territoire
- Renforcer l'offre touristique – Mettre en scène la Destination

ACTIONS

- Mener des actions de promotion de la Vallée d'Ossau ciblées auprès des clientèles et territoires pertinent (clientèle de proximité, façade atlantique, Espagnols)
- Développer des séjours de courtes durées sur des thématiques précises selon les saisons (ski, APN, événement culturel, sportif, thermalisme...)
- Mener des actions de promotion de la Destination Vallée d'Ossau à plusieurs échelles :
 - Du Pays Basque
 - Béarn Pyrénées
 - Marchés de proximité (2h30 de voiture aux alentours de la Destination
 - National (avec accentuation sur la façade atlantique)
 - International (avec en priorité nos voisins espagnols avec qui nous partageons un accès direct via le Col du Pourtalet.



PERFORMANCE

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



ENJEUX

- Qualité de l'accueil, de l'information
- Autofinancement de l'OTVO

ACTIONS

- Harmonisation des procédures de fonctionnement des différents bureaux d'information composant l'OTVO
- Réflexion sur le développement de dispositifs numériques

- Poursuivre les actions permettant d'accroître les capacités d'autofinancement de l'OTVO

- Développer les produits boutique dans les différents bureaux
- Optimiser la Taxe de séjour
- Développer les activités commerciales pour diminuer la contribution publique au fonctionnement de l'OTVO



GESTION INTERNE

Envoyé en préfecture le 20/12/2024
Reçu en préfecture le 20/12/2024
Publié le
ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

ENJEUX

- Améliorer les conditions d'exercice des missions au service du bien-être du personnel
- Optimiser les moyens et ressources internes au service de la performance
- Fluidifier les liens entre collaborateurs et bureaux d'informations touristiques

ACTIONS

- Implication du personnel de Laruns dans le cadre d'une éventuelle Maison du Tourisme sur la Commune en partenariat avec le Parc national des Pyrénées
- Réflexion sur les périodes, amplitudes d'ouvertures des différents bureaux d'information touristique en fonction des saisons
- Repenser l'accueil hors les murs à compter de la saison estivale 2024
- Accentuer la polyvalence des collaborateurs permanents de l'OTVO

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



Vallée
d'OSSAU
PYRÉNÉES
Office de Tourisme

In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

S²LO

VALLÉE D'OSSAU
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES



Phase 3 – Plan d'actions

Schéma de développement touristique 4 saisons

Communauté de Communes de la Vallée d'Ossau

Juillet 2022

Sommaire

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

| | |
|---|-------|
| Préambule | p. 3 |
| Rappel de la stratégie | p. 5 |
| Plan d'actions | p. 15 |
| Sommaire d'actions | p. 22 |
| Fiches actions détaillées par axe stratégique | p. 27 |
| Synthèse | p. 62 |

Rappel de la démarche engagée

Le déroulé de la mission

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

Phase 1 Diagnostic et enjeux du territoire

- Lancement de la mission : Comité de pilotage 
- Appropriation du territoire et consultation des acteurs 
- Appropriation des travaux existants
- Diagnostic touristique :
 - Ecosystème global
 - Offre touristique
 - Analyse de la demande
 - Notoriété et image
 - Chiffres clés de l'économie touristique
 - Organisation touristique
- Analyse prospective et concurrentielle
- Diagnostic stratégique et enjeux 
- Comité technique 
- Comité de pilotage 
- Rapport de phase 1 : diagnostic 

Phase 2 Stratégie de développement touristique 4 saisons

- Premières réflexions sur l'ambition, le(s) positionnement(s) 
- Concertation : séminaire stratégique 
- Scénarii de développement touristique
- Comité technique 
- Comité de pilotage 
- Elaboration de la stratégie de développement touristique
- Définition de l'organisation touristique
- Comité technique 
- Comité de pilotage 
- Rapport de phase 2 : stratégie 

Phase 3 Plan d'actions

- Elaboration du sommaire d'actions 
- Séance de travail « sommaire d'actions »
- Rédaction du plan d'actions
- Mise en place d'outils d'évaluation 
- Comité technique 
- Comité de pilotage 
- Rapport de phase 3 : plan d'actions 
- Proposition d'outils de valorisation et d'animation de la stratégie (synthèse et document de présentation de la stratégie) 
- Comité technique 
- Comité de pilotage 

Légende

| | |
|---|--|
|  | Livrable |
|  | Temps de concertation avec les acteurs touristiques (institutionnels, socioprofessionnels, etc.) |
|  | Temps de travail collectif avec la maîtrise d'ouvrage (concertation, travail, restitution) |

La démarche participative

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



Une réunion de lancement qui a réuni 12 personnes

Des réunions ciblées avec les élus : Président, VP et techniciens de la CCVO, élus et techniciens de l'Association de Valorisation de la Filière Thermale et Thermoludique en Vallée d'Ossau, la VP Tourisme de la Région Nouvelle Aquitaine



Plus de 50 acteurs interviewés



61 contributions à l'enquête en ligne à destination des prestataires touristiques



1 comité technique de fin de phase 1



1 comité de pilotage de fin de phase 1 qui a réuni 32 personnes



1 journée de séminaire stratégique conduite en deux temps, un atelier avec les acteurs du territoire puis un avec les élus qui a réuni une trentaine de personnes



1 comité technique de fin de phase 2 qui a réuni 10 participants



1 comité de pilotage de fin de phase 2 qui a réuni 29 personnes



1 comité technique 'sommaire d'actions' qui a réuni 9 participants



4 ateliers thématiques avec les socio-professionnels

Thématiques : APN et vélo, démarches de coopération, pastoralisme produits du terroir, stations ski et thermales



1 atelier de validation avec les élus



1 comité technique de fin de phase 3



1 comité de pilotage de fin de phase 3

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

Rappel de la stratégie

Les principaux enjeux identifiés

Liés au développement territorial, son aménagement touristique et ses mobilités

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



Penser un véritable projet global et Valléen

le tourisme comme une composante d'un projet plus large, un appui sur les filières transversales majeures, identitaires



Travailler les mobilités internes

pour faciliter la mise en réseau, le développement de synergies et répondre aux attentes de clientèles spécifiques

Considérer le projet dans toute sa dimension socio-économique :

attractivité résidentielle, création de richesse, fixer les populations jeunes, valoriser / considérer le travail saisonnier, la pluri-activité



Améliorer le cadre de vie des résidents

Les principaux enjeux identifiés

Liés au positionnement

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



Créer une véritable destination Vallée d'Ossau qui réponde à la promesse client



S'appuyer sur les marques et sites de renommée régionale, nationale voire internationale présentes sur le territoire pour exister dans l'imaginaire collectif



Exister en tant que destination pour mieux s'intégrer dans une destination élargie inter-valléenne et transfrontalière



Capitaliser sur **l'intérêt croissant des clientèles pour les territoires nature**

Renforcer la notoriété du territoire et sa e-réputation



Les principaux enjeux identifiés

Liés à l'offre

Redynamiser les filières historiques, identitaires de la Vallée, aujourd'hui en difficulté



Multiplier les polarités, et les mettre en réseau



Travailler les fondamentaux pour **capter, faire rester** : diversification et amélioration de la qualité des hébergements, restauration identitaire



Consolider et faire connaître les filières identitaires et à fort potentiel



Développer les offres relais pour répondre aux attentes des cibles prioritaires et désaisonnaliser l'activité



Les principaux enjeux

Liés aux clientèles

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

Consolider, sécuriser les clientèles traditionnelles du territoire : clientèles de proximité (agglomération paloise, Espagne), les curistes, les sports d'hiver



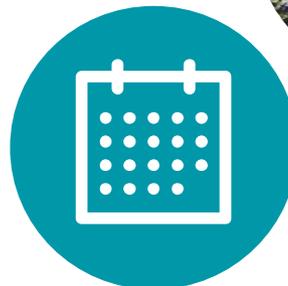
S'adresser aux clientèles familiales en faisant connaître une offre diversifiée, adaptée

Capter et faire rester les clientèles de passage



S'inscrire dans une logique de **destination élargie** inter-valléenne et transfrontalière

Faire rester plus longtemps, faire dépenser plus pour optimiser les retombées économiques du tourisme



Les principaux enjeux

Liés à la gouvernance

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



Optimiser l'ensemble des ressources existantes, confirmer les dynamiques engagées, concrétiser les projets en cours



Confirmer, dynamiser, mettre en œuvre les démarches partenariales engagées avec les partenaires naturels et directs, en lien avec les territoires transfrontaliers



Définir, à l'échelle du territoire, une **gouvernance touristique cohérente, efficiente pour sécuriser la mise en œuvre de la stratégie**



Capitaliser sur l'ensemble des dispositifs à venir au soutien d'un projet global



Mobiliser l'ensemble des acteurs locaux et travailler sur la montée en compétence de l'écosystème touristique



Les tendances liées à la crise sanitaire

La COVID-19 : un accélérateur de tendances qui sont en phase avec les valeurs du territoire de la Vallée d'Ossau



Tourisme de sens, durable, voire engagé

Recherche d'expériences plus qualitatives, traçabilité, transport aérien de moins en moins tendance, mobilités douces, « tourisme lent », locatourisme, terroir, rencontres humaines, expériences



Tourisme local et régional

Répondre au développement du tourisme de proximité pour des raisons conjoncturelles (sanitaires et économiques) mais aussi structurelles (environnementales et éthiques) : dépaysement à côté de chez soi, micro-aventure, optimisation du temps libre, « staycation », « teletravel », multiplication des séjours et diminution du temps de séjour..



Un parcours client faisant la part belle aux outils numériques

Adapter l'offre aux nouvelles attentes dans l'ensemble du parcours client avant, pendant et après le séjour : réseaux sociaux, communication ciblée, GRC, mobilité, visites augmentées, géocaching... pour un parcours fluidifié et une meilleure expérience client



... tout en prenant bien en compte la **sécurité sanitaire**, pour rassurer les clientèles : information/labels, protocoles sanitaires, gestion des flux, parcours client dématérialisé / sans contact, politique annulation...

Affirmer la Vallée d'Ossau comme ...



Une vallée vivante et dynamique qui offre une **qualité de vie dans un cadre exceptionnel**. Des filières économiques et touristiques pérennes et attractives qui contribuent à faire de la vallée un écosystème florissant, solidaire, où il est **facile de se déplacer**.



Assurer les **conditions du bon et du bien vivre**, en développant un tourisme respectueux des richesses naturelles de la vallée. L'ambition d'accueillir un tourisme pérenne et durable en Vallée d'Ossau, grâce à une optimisation des ressources et un environnement préservé.

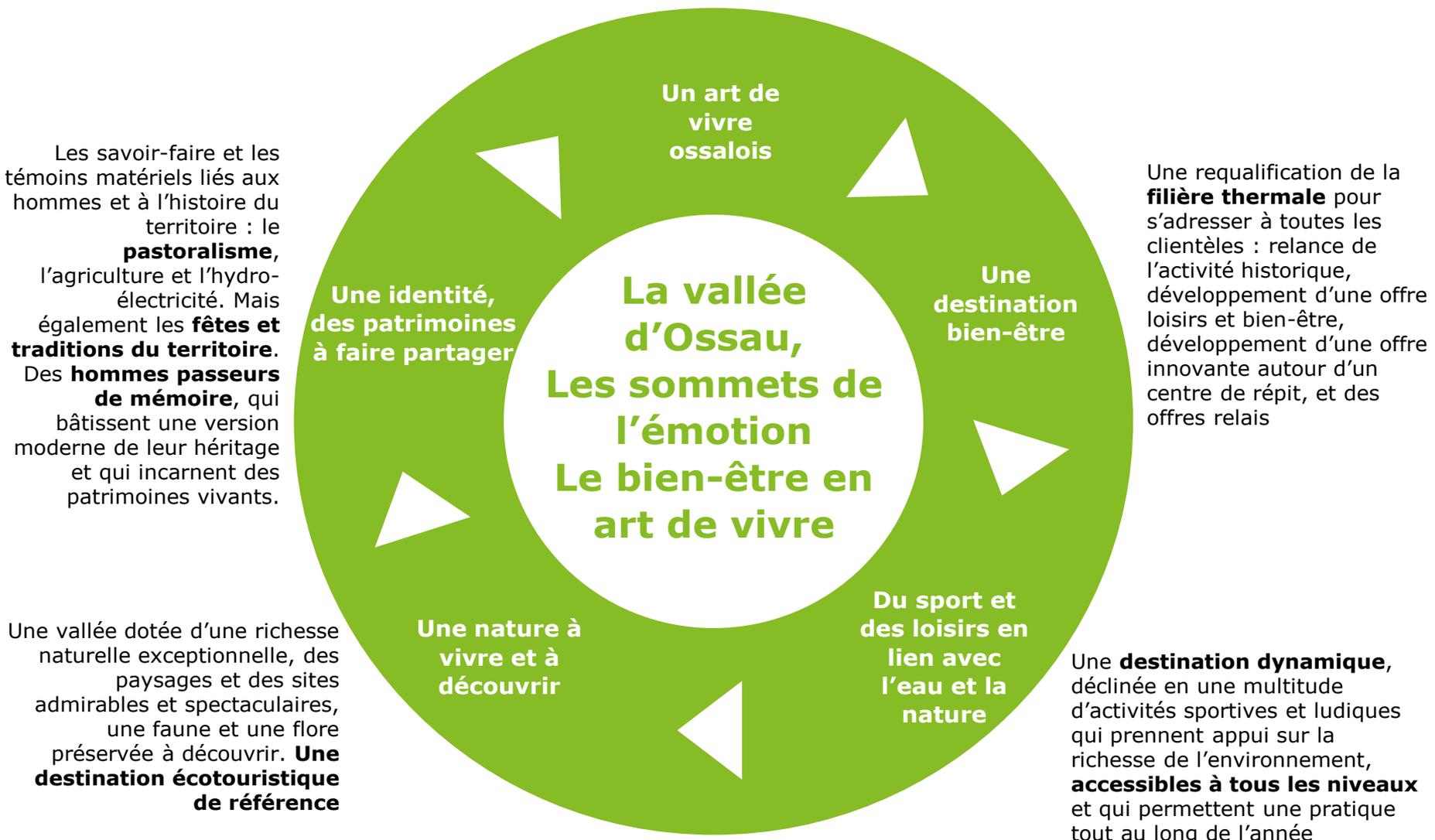


De par son art de vivre et ses traditions vivantes, la Vallée d'Ossau incarne l'identité béarnaise. La vallée doit être **une référence, un partenaire majeur, un moteur pour la mise en tourisme des Pyrénées Béarnaises**, et s'inscrire volontairement dans une destination élargie aux côtés des autres vallées béarnaises et des territoires transfrontaliers

Les piliers du positionnement

Une image qui renvoie au **bon et au bien vivre**, cœur d'une destination bien-être, une **image de partage et de découverte** qui allie gastronomie, rencontres, événements

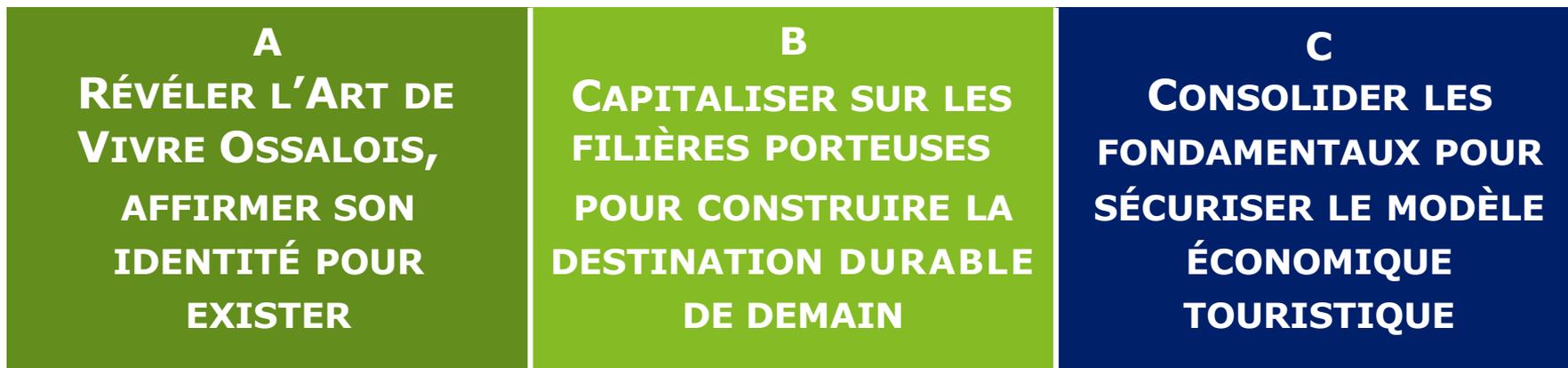
Envoyé en préfecture le 20/12/2024
Reçu en préfecture le 20/12/2024
Publié le
ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



La stratégie : une volonté, une vision, une ambition

La vallée d'Ossau, Les sommets de l'émotion. Le bien-être en art de vivre.

... qui se décline en 3 axes opérationnels



... et 2 axes transversaux



Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

Plan d'actions

Sommaire d'actions

Introduction

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

Le sommaire d'actions présenté dans les 3 pages suivantes :

- A fait l'objet d'échanges en COTECH puis lors d'ateliers (4) avec les socioprofessionnels sur les thématiques prioritaires,
- A été validé lors d'un échange en atelier avec les élus de la Vallée d'Ossau.

Ce sommaire présente :

- Les actions identifiées comme prioritaires et détaillées plus loin en fiches actions,
- Des actions qui ne font pas l'objet de fiches actions (en grisé, italique) parce que jugées moins prioritaires ou parce que faisant l'objet de démarches déjà largement engagées par les acteurs du territoire.

Un sommaire d'actions en accord avec les nouvelles tendances

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



Des produits en croissance ces dernières années

Slow Tourisme

Repos et détente, sans planning et contraintes
Bien Être et wellness
Do it yourself

Ecotourisme

Privilégier les zones naturelles, respecter l'environnement, et villages et hébergements de caractère, consommer responsable, échange équitable, valeurs de partage, ...

Staycation

Vacances à la maison, multiplier les loisirs de « l'intérieur » : homesurfing, jeux en ligne, ... et de « l'extérieur » : s'évader près de chez-soi

Emergence de niches

Marché des jeunes couples, des touristes de proximité,

Sortir des sentiers battus, et partager des expériences

Séjours insolites, produits de tourisme créatifs, loisirs extrêmes, loisirs nocturnes

Ludification, ou gamification des destinations

Jeu, chasse aux trésor, ...

Se recentrer sur la famille, la tribu, les amis

Voyage multigénérationnel, soirées parents, escapades de groupes d'amis, ...

Recherche de « sens »

Valorisation de la dimension « culturelle », « identitaire » des territoires, redécouverte de valeurs humaines et sociétales, d'authenticité
Intérêt des consommateurs, des touristes et des médias envers tout ce qui touche à l'alimentation, le terroir, la gastronomie

Séjour local

Découverte de nouveaux lieux et cultures de proximité, respect de l'environnement

Télétravail et vacances

Une porosité grandissante entre temps professionnel et temps privés, grâce au numérique, travailler à distance dans un cadre de vacances (bleisure, workation)

Un plan d'actions pour un nouveau paradigme touristique

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

Il s'agit d'inscrire la stratégie touristique de la CCVO et sa mise en œuvre dans une perspective de préservation de l'environnement, de développement durable et raisonné du tourisme, au service du territoire.

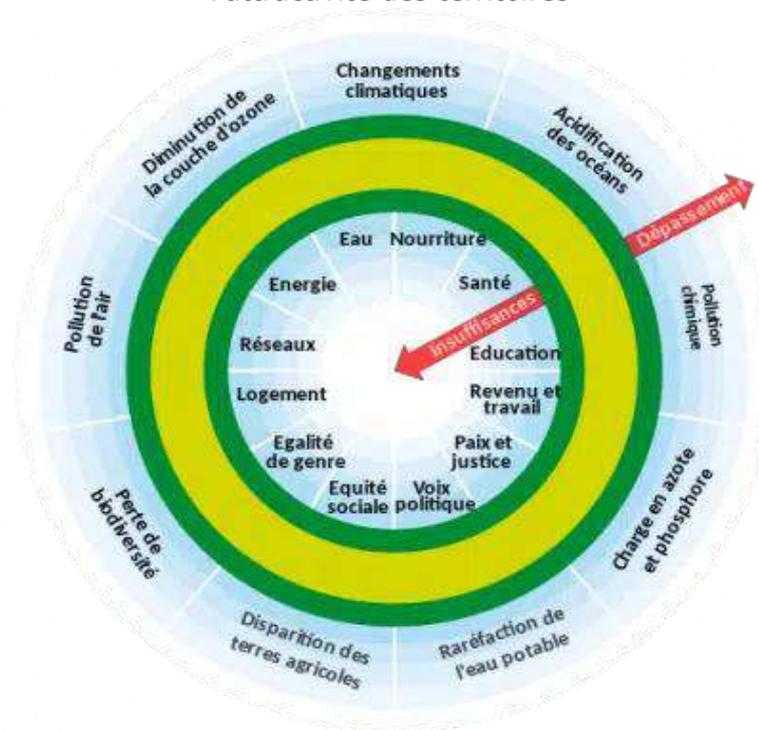
La théorie du Donut (cf. Kate Raworth) est l'une des représentations possibles de ce modèle du 21^e siècle et se compose de deux anneaux concentriques :

- **Une fondation sociale** – les minima sociaux essentiels et fondamentaux à garantir pour l'ensemble de la population : accès à l'eau et la nourriture, équité et égalité, accès au logement et aux infrastructures, etc.
- **Un plafond écologique**, autrement dit les limites planétaires à ne pas dépasser sous peine d'engendrer une perte de biodiversité, l'acidification des océans, la pollution de l'air...
- **Entre les deux, un espace écologiquement et socialement juste vers lequel tendre.**

Autrement dit, la mesure de la performance du secteur uniquement à l'aune de la consommation touristique et d'indicateurs macros ne permettent pas de rendre compte pleinement des implications du tourisme pour le territoire.

Ce cadre théorique peut servir de fondement à un projet de territoire innovant, aujourd'hui appliqué plus globalement à l'attractivité des territoires, avec des expérimentations en cours en Europe du Nord notamment.

La théorie du donut appliquée à l'attractivité des territoires



Vers un tourisme intelligent qui s'approprie les vagues d'innovations digitales et durables

Un plan d'actions qui s'inscrit dans les démarches existantes

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



SCHEMA DÉPARTEMENTAL DU TOURISME 64



N.B. : <https://schema-tourisme64.com/>

- **Défi 1 : créer une nouvelle offre, plus innovante, plus identitaire et à plus forte valeur ajoutée**
 - Renforcer la performance et l'innovation dans l'offre d'hébergements touristiques
 - Faire de la filière nature une vitrine d'excellence du tourisme départemental
 - Valoriser les patrimoines marqueurs du Béarn et du Pays Basque par une mise en tourisme expérientielle
 - Faire de l'évènementiel un vecteur de l'attractivité toutes saisons
- **Défi 2 : Agir pour un tourisme responsable et équilibré**
 - Faire du tourisme responsable, environnemental et social le socle d'un tourisme vertueux
 - Repenser les flux touristiques sur les sites fragiles et construire une offre alternative
 - Répondre à l'enjeu des nouvelles mobilités
- **Défi 3 : Améliorer l'efficacité de l'action publique du tourisme grâce à une gouvernance partagée et des actions mutualisées**
 - Développer et recentrer l'ingénierie départementale sur des actions à plus fort effet de levier
 - Renforcer la coordination des politiques publiques pour une meilleure efficacité de l'euro dépensé
 - Adopter un nouveau plan marketing et une mise en marché à partir du positionnement défini pour le Béarn, le Pays Basque et les filières identitaires



Le plan montagne 64



- Initiée en 2016 par le Département des Pyrénées Atlantiques, la Région Nouvelle Aquitaine et l'Etat/Massif pour soutenir l'attractivité des territoires de la montagne du 64 face aux grands changements et de valoriser cet espace montagnards, la démarche s'est traduite par un protocole d'accord accompagné d'une convention spécifique à la convention interrégionale de massif. Cette gouvernance tripartite a pour objectif de faire émerger, d'accompagner et de partager l'analyse des projets de territoire grâce à une instruction croisée et une valorisation des financements existants.
- **3 grands défis** du Plan montagne 64 :
 - accompagner l'ensemble des acteurs qui font vivre la montagne et accompagner les porteurs de projets en décloisonnant les économies (stratégies partagées pour les filières, articulation entre les secteurs d'activités économiques et les territoires autour de projets et du marketing territorial) ;
 - équiper et gérer les espaces de montagne : stations, voies de communication, accessibilité, pastoralisme, ressources naturelles
 - gérer les ressources et la transition énergétique due aux modifications climatiques.
- **2 axes prioritaires :**
 - gérer le bien commun autour d'une montagne attractive, accessible et transfrontalière dans un contexte de changement climatique ;
 - accompagner les transitions économiques et le décloisonnement des activités, des savoir-faire et des compétences dans les territoires
- **Thématiques prioritaires :** la saisonnalité/pluri-compétence, l'appropriation de la montagne par les jeunes, les actions de sensibilisation pour la requalification de l'hébergement, le soutien aux initiatives locales support d'attractivité économique et sociale.

Un plan d'actions qui s'inscrit dans les démarches existants

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

Le plan Avenir montagnes



- Afin de renforcer l'accompagnement et le rebond des acteurs de la montagne pour un tourisme plus durable, le Gouvernement a décidé de lancer un grand plan de soutien à l'investissement baptisé « Avenir montagnes » qui s'articule autour de mesures transverses et de trois axes d'intervention thématique et qui mobilisent près de 650 M€ de crédits publics nouveaux permettant de générer des investissements à hauteur de 1,8 Md€ avec l'effet de levier.

Le programme Avenir montagnes ingénierie



- Piloté par l'ANCT, le programme vise à accompagner les territoires de montagne désirant repenser leur stratégie de développement vers une offre touristique diversifiée, toutes saisons, durable, respectueuse de la biodiversité et des paysages, et sobre en ressources naturelles et foncières.
- La CCVO est lauréate de la 1^{ère} vague du programme, au sein du territoire de la montagne béarnaise, qui l'associe aux CC du Haut Béarn et du Pays de Nay.
- La nature de l'accompagnement :
 - financement de 60 000 € / an pendant 2 ans, d'un chef de projet chargé de suivre la conception, la mise en œuvre et d'assurer le suivi du projet de développement
 - accompagnement méthodologique au management pour chaque chef de projet pour accélérer la mise au point et l'organisation du projet
 - soutien en ingénierie, par un accès direct à une offre thématique apportée par les partenaires du programme (Banque des Territoires, France Mobilités, Atout France)
 - club des territoires et plateforme mise en place par l'ANCT pour favoriser le partage d'expériences entre territoires et entre massifs

De nombreuses démarches en cours à consolider

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



Pastoralisme et produits du terroir

- Mise en place d'une signalétique pédagogique à destination des touristes et des pratiquants
- La Commission syndicale du Haut Ossau développe un projet de magasin des produits de la vallée
- L'association des éleveurs transhumants des 3 vallées béarnaises, accompagnée par l'Agence des Pyrénées, est en train de structurer une plateforme logistique pour faciliter la distribution des produits à l'échelle du Béarn.
- Le projet de la « Maison du pastoralisme » a émergé lors d'une session de formation de l'association des éleveurs transhumants des 3 vallées béarnaises
- Modernisation et diversification du site touristique « Falaise aux Vautours » avec un volet pastoralisme
- Gestion des flux/mobilités, préservation de l'environnement et sensibilisation aux bons gestes et aux bonnes pratiques à adopter en montagne via l'opération « Réussir ma rando ».

APN et filière vélo

- Élaboration d'une application à l'échelle de la CCVO pour informer et prévenir les pratiquants de l'ensemble des activités Outdoor
- Idée de club multi-activités sport nature pour les enfants (7 – 18 ans)
- Plan d'actions filière vélo en coopération avec la CCHB
- La voie verte en cours de développement
- Les études en cours portées par l'AaDT :
 - Étude bivouac, destinée à fournir un cadre juridique, identifier les zones sensibles et les pistes d'amélioration et mener une réflexion sur la mise en tourisme du produit bivouac (en tant que forme d'hébergement temporaire)
 - Étude sur les retombées économiques des activités outdoor : définition de la méthodologie à déployer pour la compilation et/ou production de données touristiques chiffrées, développement d'un outil d'aide à l'analyse et au développement de l'offre.
 - Étude sur la route des cols : analyse de l'aménagement des cols et de la promotion de la filière vélo, réflexion sur l'aménagement des cols pour l'ensemble des usagers (au-delà du vélo) : services, signalétique, parking, etc.

De nombreuses démarches en cours à consolider

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



Les stations de ski, les stations thermales

- Mise en place d'ateliers de marche nordique par le CAF
- Diversification des activités toutes saisons de la station d'Artouste
- Programme du département pour la station de Gourette (→ requalification du domaine skiable, développement d'activités toutes saison)
- Initiation de réunions de coordination pour aboutir à des positionnements complémentaires entre les deux stations de ski
- Étude pour la requalification du Col de l'Aubisque
- Un programme plan Avenir montagnes comme une opportunité pour accélérer
- Réflexion en cours pour la restructuration de la filière thermique en Vallée d'Ossau
- Procédure juridique en cours pour l'établissement thermal des Eaux-Bonnes

Les démarches de coopération

- Ponctuellement des actions de communication à destination des clientèles locales. Une coopération aujourd'hui quasi informelle
- Une collaboration sur le vélo comme filière prioritaire entre la CC du Haut Béarn et la CCVO (ralentissement en 2020 avec la restructuration de la CCVO)
- Travail autour du PAH avec la CC du Haut Béarn depuis 2011
- SADI en cours à l'échelle du Béarn
- Une coopération par défaut avec Pau sur la commercialisation de l'offre d'hébergement : lors des gros événements, les touristes logent à Pau et viennent profiter des activités dans les vallées
- Des projets émergents : un séjour itinérant motorisé entre le Pays de Nay et la CCVO
- Plusieurs projets sont en cours sur les cols qui relient la vallée d'Ossau aux vallées voisines et à l'Espagne

Axe A : Révéler l'art de vivre ossalois, affirmer son identité pour exister

Chantier opérationnel 1 : Faire valoir les spécificités culturelles et patrimoniales du territoire

- **Action A.1.1** : Étudier l'opportunité de développer un équipement de visite dédié aux métiers de la montagne et au pastoralisme en lien avec le projet de « maison du pastoralisme » de l'association des éleveurs transhumants des 3 vallées béarnaises
- **Action A.1.2** : Mettre en place une organisation et les moyens dédiés pour développer les actions d'animation touristique avec les bergers tout au long de l'année
- **Action A.1.3** : Accompagner la montée en puissance du Musée d'Ossau en lançant une réflexion sur son positionnement et sur la modernisation de l'équipement

Actions complémentaires

- *Entamer une démarche de labellisation de certains villages (Arudy, Bielle, Castet, Eaux-Bonnes...) pour la reconnaissance de leur qualité architecturale et patrimoniale (Plus beaux villages de France...) en lien avec le PAH et la démarche de valorisation des villes et villages esquissée par le Département dans sa nouvelle stratégie touristique*
- *Mener des actions de valorisation des patrimoines bâtis et en lien avec le tourisme industriel (hydroélectricité, train d'Artouste...) en s'appuyant sur le label Pays d'art et d'histoire*

Chantier opérationnel 2 : Se positionner comme un territoire dynamique et animé

- **Action A.2.1** Renforcer l'animation du territoire toute saison, à destination des résidents et des touristes

Actions complémentaires

- *Renforcer la communication autour de la foire aux fromages de Laruns*
- *Restructurer l'organisation des événementiels sportifs : retravailler le calendrier et mieux cibler la promotion et la communication des manifestations les plus porteuses*

Chantier opérationnel 3 : Accompagner la montée en puissance d'une offre de restauration et de produits du terroir identitaire

- **Action A.3.1** : Organiser un groupe de travail pour sensibiliser les socio-professionnels à l'impact positif de la mise en valeur des produits locaux auprès des clientèles touristiques et favoriser la mise en relation des parties prenantes

Axe B : Capitaliser sur les filières porteuses pour construire la destination durable de demain

Chantier opérationnel 1 : Disposer d'une offre de loisirs nature structurée et structurante dans les points stratégiques à l'échelle valléenne

- **Action B.1.1** : Mettre en place un groupe de travail collectif à l'échelle de la vallée dédié au développement de la filière loisirs

Actions complémentaires

- *Engager une réflexion de fond sur l'émergence de sites et d'offres de loisirs familiaux sur les sites stratégiques de la vallée*

Chantier opérationnel 2 : Construire une offre d'itinérance modernisée et thématisée

- **Action B.2.1** : Développer les services adaptés aux clientèles cibles le long des parcours d'itinérance
- **Action B.2.2** : Organiser un groupe de travail associant les vallées voisines et espagnoles pour définir un projet commun d'itinérance

Actions complémentaires

- *Thématiser les itinérances en proposant des visites de découverte du patrimoine et du savoir-faire ossalois (cf. axe pastoralisme) et une signalétique de médiation*
- *Élargir la coopération avec les territoires voisins aux infrastructures d'itinérance : itinéraires longue distance (cyclo, vtt, trail, équestre)*

Chantier opérationnel 3 : Enrichir et promouvoir l'offre d'APN grand public

- **Action B.3.1** : Valoriser l'activité canyon, fortement différenciante
- **Action B.3.2** : Élaborer une gamme de produits séjour de découverte de la diversité des offres APN de la vallée pour les familles et les débutants

Actions complémentaires

- *Promouvoir l'offre de randonnée pédestre pour les familles et les débutants*

Chantier opérationnel 4 : Aménager, embellir et valoriser les sites naturels d'exception

- **Action B.4.1** Aménager et assurer un entretien qualitatif des chemins et des sites de pratiques sportives pour garantir la sécurité des pratiquants et la préservation de l'environnement

Axe C : Consolider les fondamentaux pour sécuriser le modèle économique touristique

Chantier opérationnel 1 : Diversifier, requalifier, pérenniser la filière thermale

- **Action C.1.1** : Décliner la notion de bien-être pour en faire un marqueur fort de l'expérience touristique ossaloise

Actions complémentaires

- *Organiser la diversification de la filière thermale dans une logique de mise en synergie des principaux lieux thermaux*
- *Permettre la réouverture du centre thermal des Eaux-Bonnes*
- *Travailler à l'aménagement et à la qualification des espaces urbains (Eaux Bonnes, Eaux Chaudes)*

Chantier opérationnel 2 : Réinventer les séjours montagne

- **Action C.2.1** : Requalifier et mettre en réseau les sites majeurs en Vallée d'Ossau

Actions complémentaires

- *Développer les activités de pleine nature 4 saisons sur le site de l'Aubisque*
- *Promouvoir les positionnements différenciés des deux stations été comme hiver :*
 - *Gourette : pour les familles et les experts, en hiver : le berceau du ski dans les Pyrénées / été : APN*
 - *Artouste : hiver : la station naturelle et ludique / été : station ludique, dont le train touristique*
- *Enrichir l'offre d'animations et d'activités complémentaires hors ski pour élargir la saison hivernale (avril – octobre) et faire venir en été en mobilisant notamment les socio-professionnels pour enrichir la démarche*
- *Encourager l'ouverture d'un établissement convivial et festif à Gourette (bar, discothèque...) pour attirer les clientèles jeunes*

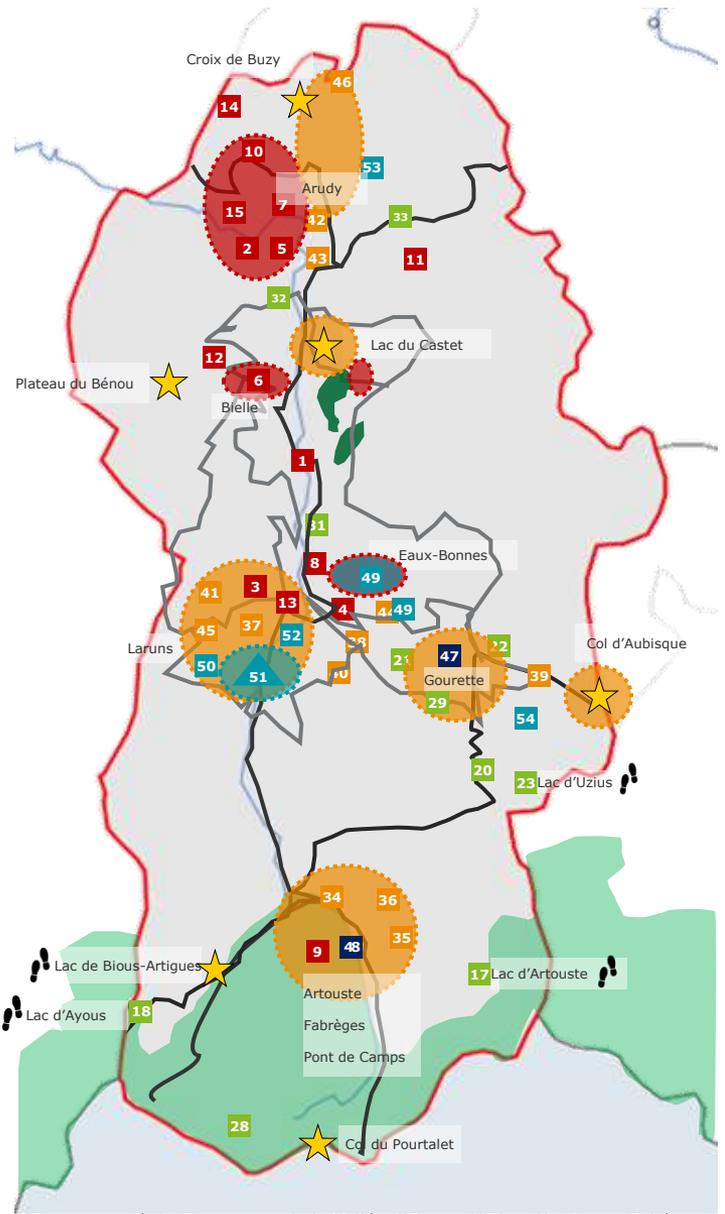
Chantier opérationnel 3 : Capitaliser sur les moyens à disposition pour un grand plan hébergement à l'échelle valléenne

- **Action C.3.1** : Réaliser un schéma d'hébergement touristique marchand

Actions complémentaires

- *Maintenir et amplifier la démarche de qualification des meublés touristiques*
- *Poursuivre le travail d'identification puis de remise en marché ou de repositionnement des lits froids (notamment dans le cadre des études urbaines à mener aux Eaux-Bonnes et aux Eaux-Chaudes et du dispositif du Plan Avenir Montagne porté par Atout France "rénovation de l'immobilier en station")*
- *Élargir la réflexion sur les démarches de labellisation de l'hébergement à l'ensemble des formes d'hébergement : sélection, référencement des labels pertinents, actions de sensibilisation (diamants, Accueil vélo, label pêche...)*

La carte des évolutions touristiques à mener



Les principaux sites existants et points d'intérêt de la vallée d'Ossau

- Site majeur
- Zone cœur du Parc national
- Réserve naturelle
- Patrimoine matériel et immatériel (culture, agritourisme...)
- Patrimoine naturel
- Loisirs
- Domaines skiables et nordiques
- Thermalisme et thermoludisme
- GR 10, 78, 108 et 108A
- TVO - itinéraires bis

Les zones de développement prioritaires

- Patrimoine à valoriser
- Zones de développement prioritaire
- Zone de projet thermalisme - thermoludisme

L'offre touristique du territoire

Carte de synthèse

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

| Culture et agritourisme | | |
|--------------------------------|---|--------------|
| N° | Nom | Lieu |
| Musées, site de visites | | |
| 1 | La falaise aux vautours | Aste-Béon |
| 2 | La Maison d'Ossau - Musée d'Arudy | Arudy |
| 3 | Maison du parc national des Pyrénées | Laruns |
| 4 | Miellerie de la Montagne Verte | Eaux-Bonnes |
| 5 | Eglise d'Arudy | Arudy |
| 6 | Eglise Saint Vivien | Bielle |
| Parcours de découverte | | |
| 7 | Sentier de découverte | Arudy |
| 8 | Parcours d'interprétation du patrimoine | Béost |
| 9 | Parcours patrimoine hydroélectrique de la vallée d'Ossau - SHEM | |
| Agritourisme | | |
| 10 | Ferme de Badie | Bescat |
| 11 | Ferme Frady | Louvie-Juzon |
| 12 | Ferme Maria Blanca | Bilhères |
| 13 | Ferme Doumecq | Laruns |
| 14 | Les jardins d'Ossau | Buzy |
| 15 | Les cueillettes de Claire | Arudy |

| Nature | | |
|-------------------------|---------------------------------|-----------------|
| N° | Nom | Lieu |
| Lacs | | |
| 16 | Lac de Bioux-Artigues | Laruns |
| 17 | Lacs d'Artouste et d'Arrémoulit | Laruns |
| 18 | Lac d'Ayous | Laruns |
| 19 | Espace naturel du lac de Castet | Bielle |
| 20 | Lac d'Anglas | Eaux-Bonnes |
| 21 | Cascade du gros hêtre | Eaux bonnes |
| 22 | Cascade de Ley | Ley |
| 23 | Lac d'Uzious | Eaux-Bonnes |
| Plateau et cols | | |
| 24 | Col d'Aubisque | Eaux-Bonnes |
| 25 | Plateau du Bénou | Bilhères |
| 26 | Port du Castet | Laruns |
| 27 | Col du Pourtalet | Laruns |
| 28 | Cirque d'Anéou | Laruns |
| 29 | Télécabine de bezou | Eaux-Bonnes |
| 30 | Croix de Buzy | Buzy |
| Carrières | | |
| 31 | Carrière de marbre blanc | Louvie-Soubiron |
| 32 | La tourbière de pédestarrès | Louvie-Juzon |
| Parcs et jardins | | |
| 33 | Les jardins du Cot | Sainte Colome |

| Loisirs | | |
|-------------------------------------|--|------------------|
| N° | Nom | Lieu |
| Loisirs outdoor | | |
| 34 | Petit train | Laruns |
| 35 | Moutain Kart | Laruns |
| 36 | Adventure Park | Laruns |
| 37 | Tyrolienne du Hourat | Laruns |
| 38 | Tyrolienne géante | Gourette |
| 39 | Mini golf au Relai d'Ossau | Eaux-Bonnes |
| 40 | Accrobranche Forêt suspendue | Eaux-Bonnes |
| Piscines municipales | | |
| 41 | Piscine municipale | Laruns |
| 42 | Piscine municipale | Arudy |
| Fronton | | |
| 43 | Fronton | Arudy |
| 44 | Fronton | Eaux-Bonnes |
| 45 | Fronton | Laruns |
| 46 | Fronton | Rébénacq |
| Stations de ski* | | |
| N° | Nom | Lieu |
| 47 | Gourette | Eaux-Bonnes |
| 48 | Artouste | Laruns |
| Thermalisme et thermoludisme | | |
| N° | Nom | Lieu |
| Centre thermal** | | |
| 49 | Station thermale des Eaux-Bonnes | Eaux-Bonnes |
| 50 | Station thermale Eaux-Chaudes | Laruns |
| Centre aqua ludique | | |
| 51 | Projet de centre aqua ludique | Laruns |
| Spa | | |
| 52 | Spa Montagne | Laruns |
| 53 | Centre de Bien-Etre des Bains de Secours | Sévignacq-Meyrac |
| 54 | L'aventure nordique, bain et sauna | Gourette |

*Journées skieurs 2017 - 2018 *** Nombre de curistes assurés 18 jours

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



Axe A : Révéler l'art de vivre ossalois, affirmer son identité pour exister

Action A.1.1 : Étudier l'opportunité de développer un équipement de visite dédié aux métiers de la montagne et au pastoralisme en lien avec le projet de « maison du pastoralisme » de l'association des éleveurs transhumants des 3 vallées béarnaises**Contexte**

Le pastoralisme constitue un élément central de l'identité ossaloise fortement différenciant. La valorisation de cette activité est essentielle pour renforcer l'attractivité de la destination, et ce dans un contexte favorable. En effet, la transhumance sera classée au patrimoine mondial de l'UNESCO en juin 2022, avec un plan de sauvegarde – développement du pastoralisme pour créer des synergies à l'échelle française et à l'échelle européenne.

Un équipement d'interprétation à vocation pédagogique constituerait une porte d'entrée pour comprendre la montagne et le pastoralisme, dans une logique moderne et immersive, qui permet au visiteur de vivre une première expérience.

L'étude d'opportunité pour la création d'un équipement dédié au pastoralisme en Vallée d'Ossau réalisée en 2015 par le Cabinet Avec, qui comportait un volet patrimonial et un volet économique avait conclu à une non-pertinence compte-tenu du manque d'adhésion des acteurs peu demandeurs. Les échanges avec les professionnels du secteur organisés dans le cadre de la présente stratégie touristique démontrent une évolution de la situation et une prise de conscience de l'importance de la communication positive au sujet du pastoralisme et du potentiel du tourisme dans le développement de l'activité. Ainsi, l'association des éleveurs transhumants des 3 vallées béarnaises porte actuellement un projet de « maison du pastoralisme ». De plus, les objectifs de sensibilisation portés par le Plan Montagne départemental s'accordent avec un tel équipement, dont un élargissement thématique pourrait être envisagé pour devenir un centre d'interprétation sur la montagne et ses différentes activités professionnelles, de loisirs et liées à la nature.

Objectifs

- Valoriser touristiquement l'identité de la vallée d'Ossau pour proposer une expérience authentique
- Sensibiliser le grand public et prévenir les conflits d'usages liés à la cohabitation des activités économiques et touristiques et de loisirs en montagne
- Renforcer l'offre d'activité couverte à l'échelle de la vallée

Critères d'évaluation

- Organisation de discussions avec l'association des éleveurs transhumants et avec les éleveurs de la vallée
- Réalisation d'une étude d'opportunité

Priorité

1

Budget

- Étude d'opportunité et de faisabilité : 45 K €
- N/A : temps de travail CCVO

Pilotage

- CCVO

Partenaires

- OT, Association des éleveurs transhumants des 3 vallées béarnaises, Agence des Pyrénées, AaDT

Action A.1.1 : Étudier l'opportunité de développer un équipement de visite dédié aux métiers de la montagne et au pastoralisme en lien avec le projet de « maison du pastoralisme » de l'association des éleveurs transhumants des 3 vallées béarnaises

Descriptif de l'action

- Établir un contact avec l'association des éleveurs transhumants des 3 vallées béarnaises pour prendre connaissance de leur projet de centre d'interprétation immersif autour du pastoralisme, imaginé comme une porte d'entrée qui apporterait des clés de compréhension avant de découvrir la vallée proprement dite, avec des axes de lecture du paysage; accompagner l'association dans la formalisation de son projet en tant que partenaire principal
- Organiser processus de concertation avec les socio-professionnels des filières montagne de la vallée d'Ossau pour recueillir leurs besoins et leurs attentes et sonder leur capacité de mobilisation et d'engagement dans le projet, à la fois dans sa définition et dans son animation ponctuelle
- Interroger la pertinence de l'élargissement thématique aux autres activités montagnarde professionnelles et de loisirs
- Initier un partenariat avec les autres vallées béarnaises pour s'inscrire dans une logique de coopération dans le développement du projet
- Réaliser une étude d'opportunité et de faisabilité pour la réalisation d'un équipement de visite dédié aux métiers de la montagne et au pastoralisme qui fonctionnerait de façon autonome dans son organisation quotidienne (la médiation humaine serait assurée par des médiateurs professionnels employés par l'équipement) et mobiliserait les professionnels des différents secteurs pour la réalisation d'animations ou d'événements ponctuels selon les disponibilités de chacun. Cette étude d'opportunité devra se prononcer sur la

localisation idéale pour l'équipement et devra également prendre en compte l'environnement existant, en particulier l'équipement de la falaise aux vautours, qui traite certaines thématiques liées au pastoralisme.

- Identifier les possibilités de financements pour le projet : programme de soutien départemental, programme de soutien régional, fond avenir montagne...

Action A.1.2 : Mettre en place une organisation et les moyens dédiés pour développer les actions d'animation touristique avec les bergers tout au long de l'année

Contexte

L'une des tendances lourdes de l'évolution des habitudes de consommation touristique est la recherche de sens par les clientèles touristiques. En effet, ces derniers souhaitent découvrir la dimension « culturelle », « identitaire » du territoire dans lequel ils partent en vacances, s'inscrire dans un schéma de valeurs humaines et sociétales, expérimenter l'authenticité.

Il s'agit donc de favoriser le développement de produits et d'animations touristiques expérientiels autour du pastoralisme, qui permettent de répondre à ces aspirations expérientielles. De plus, le calendrier des temps forts pastoraux peut contribuer à animer la vallée tout au long de l'année.

L'implication des bergers dans les activités touristiques constitue un point fort de la vallée, mais elle a pu être limitée dans le passé du fait d'un manque de temps et d'un intérêt financier limité lors de l'organisation d'animation.

Objectifs

- Valoriser touristiquement l'identité de la vallée d'Ossau pour proposer une expérience authentique
- Encourager la mobilisation des bergers pour le développement d'activités touristiques de découverte et la rencontres avec les clientèles touristiques
- Créer des conditions permettant aux acteurs d'adapter leurs offres aux attentes des clientèles

Critères d'évaluation

- Nombre de réunions d'information organisées
- Nombre de participants aux réunions d'information
- Augmentation du nombre d'animations organisées

Priorité

1

Budget

- N/A : temps de travail office de tourisme
- Promotion et défraiement des bergers pour leur participation aux animations organisées par l'OT : 15 000€ / an à partir de 2023

Pilotage

- Office de tourisme de la vallée d'Ossau

Partenaires : /

Action A.1.2 : Mettre en place une organisation et les moyens dédiés pour développer les actions d'animation touristique avec les bergers tout au long de l'année

Descriptif de l'action

- Travailler sur les relations entre bergers et accompagnateurs en organisant une formation et des groupes de travail autour du développement d'activités et d'événements avec les éleveurs et les accompagnateurs en montagne pour réaffirmer les bases de la coopération : une rémunération juste de l'ensemble des parties lors de l'organisation de prestations tarifées auprès des clientèles
- Enrichir le programme d'animations sur la thématique du pastoralisme porté par l'office de tourisme, en veillant à :
 - Développer la médiation en proposant des activités sur la thématique sans forcément déranger/solliciter les bergers
 - Organiser et valoriser les petites actions d'animation touristiques avec les bergers tout au long de l'année (par exemple : systématiser les rencontres avec les bergers l'hiver pour les clientèles dans les stations de ski)

Action A.1.3 : Accompagner la montée en puissance du Musée d'Ossau et son intégration parmi les équipements structurants de la vallée**Contexte**

- Depuis 2014, la Municipalité d'Arudy mène une réflexion sur la réhabilitation du Musée d'Ossau, qui bénéficie de l'appellation « Musée de France ». Situé dans un bâtiment historique du XVIIe siècle inscrit au titre des Monuments Historiques, il présente des collections d'archéologie, de paléontologie, d'ethnographie, et de sciences naturelles qui font de lui « un musée de territoire ».
- Le projet scientifique et culturel validé par les services de l'État en 2018, définit les grandes orientations, la stratégie du musée et les propositions concrètes d'actions pour les cinq à dix ans à venir. Depuis 2020 également, une rédaction en interne du programme muséographique du futur parcours permanent a été lancée, s'appuyant sur une réflexion menée avec des personnes ressources du territoire. Si l'archéologie et l'ethnologie restent les disciplines de base de ce musée de société, l'éclectisme de ses collections conduit à privilégier l'interdisciplinarité au sein des présentations.
- Le musée d'Ossau participe à l'AMI lancée par l'AaDT « Améliorer l'expérience client dans les sites de visite ».
- La prochaine étape de ce projet consistera à réaliser une étude de programmation architecturale et muséographique pour amorcer la mise en œuvre concrète de ce projet.
- Il s'agira également d'intégrer le futur musée dans son environnement en favorisant des renvois et des partenariats avec les autres équipements du territoire (future maison du pastoralisme, site de la Falaise aux vautours...), du périmètre Pays d'Art et d'Histoire et également plus largement du Béarn et des Pyrénées atlantiques, comme l'esquisse le PSC.

Objectifs

- Valoriser touristiquement l'identité de la vallée d'Ossau pour proposer une expérience authentique
- Enrichir l'offre d'activités couvertes

Critères d'évaluation

- Réalisation de l'étude de programmation
- Réalisation des travaux

Priorité

1

Budget

- N/A : temps de travail technicien pour suivi

Pilotage

- Commune d'Arudy

Partenaires : CCVO, AaDT, OTVO

Action A.1.3 : Accompagner la montée en puissance du Musée d'Ossau et son intégration parmi les équipements structurants de la vallée

Descriptif de l'action

- Faire réaliser l'étude de programmation architecturale et muséographique du musée d'Ossau
- Identifier les sources de financement et réaliser le plan de financement du projet
- Faire réaliser les travaux de réhabilitation du musée d'Ossau

Action A.2.1 : Renforcer l'animation du territoire toute saison, à destination des résidents et des touristes**Contexte**

Le territoire de la vallée d'Ossau dispose d'une offre événementielle riche, identitaire, essentiellement en saison, valorisée depuis 2015 par le label « été ossalois », qui a pour objectif de promouvoir le territoire à travers une programmation culturelle (musique, spectacle vivant, arts), sportive et patrimoniale (architecture et traditions) portée par différents acteurs du territoire.

L'activité événementielle participe pleinement de la notoriété d'une destination, elle est un vecteur d'attractivité majeur comme un outil d'animation territoriale à tous les niveaux (image, retombées économiques, mobilisation de la population locale, etc.).

La programmation d'animations et d'événements du territoire doit devenir un véritable atout, un outil identitaire se rattachant aisément au positionnement stratégique d'une destination authentique et riche en expériences. Pour la CCVO, il s'agit donc de poursuivre pleinement le rôle de coordinateur, de facilitateur dans l'organisation d'événements en veillant à élargir le calendrier des manifestations pour créer des motifs de venue sur le territoire en dehors de la saison touristique.

Certains temps forts de l'activité pastorale pourraient également être développés pour en exploiter le potentiel touristique, à l'image de la transhumance, qui pourrait faire l'objet d'un événement phare qui pourrait attirer des clientèles touristiques à l'échelle nationale

Le Département des Pyrénées Atlantiques envisage de labéliser certains grands événements attractifs « 64 grands événements » dans une logique 4 saisons, avec un appui technique, de promotion, de mise en marché et d'accompagnement financier.

Objectifs

- Désaisonnaliser et susciter des motifs de venue sur le territoire
- Valoriser touristiquement l'identité de la vallée d'Ossau pour proposer une expérience authentique

Critères d'évaluation

- Nombre d'événements labélisés, en particulier hors saison
- Fréquentation des événements
- Allongement de la saison touristique

Priorité

2

Budget

- Soutien financier pour l'organisation d'événements majeurs : 60K€ en 2025 et 50K€ en 2026
- Renforcement de la promotion : 15K€ en 2025 et 10K€ en 2026
- Création d'un événementiel : 20K€ en 2025

Pilotage

- OT

Partenaires

- Bergers transhumants
- Communes
- Département

Action A.2.1 : Renforcer l'animation du territoire toute saison, à destination des résidents et des touristes

Descriptif de l'action

- Organiser la déclinaison du concept de l'été ossalois en label 4 saisons : les saisons ossaloises (le printemps ossalois, l'hiver ossalois, etc.) autour d'une programmation couvrant l'ensemble des thématiques fortes (pastoralisme, sport, culture, gastronomie, événements festifs...) à l'échelle de toute la vallée
- Assurer le soutien financier et technique aux organisateurs d'événements pour permettre la venue de têtes d'affiche et la montée en puissance des événements
- Construire un calendrier cohérent de la programmation événementielle publique et privée à l'échelle de la vallée pour faire en sorte que la vallée soit animée toute l'année tout en évitant le télescopage d'événements importants
- Renforcer la promotion d'événements majeurs dotés d'un potentiel d'attractivité important
- Développer un événementiel fort autour de la transhumance pour utiliser son potentiel touristique tout en veillant à la préservation de son authenticité : la transhumance est un événement touristique important pour les régions pastorales qui en font des produits touristiques majeurs attirant des clientèles touristiques à l'échelle nationales. En vallée d'Ossau, il s'agit d'étoffer l'offre durant la transhumance en invitant des marchands et des producteurs pour proposer des dégustations, un marché de vente de produits locaux, inciter les restaurateurs à déployer des terrasses sur le chemin de montée en estive, etc.

Fiche ressource – L'exemple inspirant de la fête de la transhumance de Muhlbach-sur-Munster

Une fête de la transhumance relativement récente, qui attire entre 8 et 10 000 visiteurs par an sur une journée en octobre, qui célèbre la redescente d'estive des troupeaux et des bergers pour passer l'hiver dans la vallée.

Des animations attractives qui conservent l'authenticité du travail des éleveurs et la mise en valeur des productions et des savoir-faire locaux : marché d'artisans, concerts, repas...

Un événement convivial et de partage qui joue un rôle social grâce aux 300 bénévoles qui le font vivre



Chantier opérationnel 3 : Accompagner la montée en puissance d'une offre de restauration et de produits du terroir identitaire**Action A.3.1 : Organiser un groupe de travail pour sensibiliser les socio-professionnels à l'impact positif de la mise en valeur des produits locaux auprès des clientèles touristiques et favoriser la mise en relation des parties prenantes****Contexte**

La vallée d'Ossau, entre plaine, zone de piémont et montagne abrite des filières d'élevage ovin et d'agriculture plurielle dont sont issus un nombre important de produits locaux identitaires et différenciants, reconnus grâce aux labels de qualité comme l'IGP Agneau de lait des Pyrénées, l'IGP Volailles du Béarn, IGP Tommes des Pyrénées et l'AOP Ossau-Iraty. D'autres produits comme le fromage d'estive, le miel ou d'autres viandes et fromages sont également produits sur le territoire.

Actuellement, on note un intérêt grandissant et durable des consommateurs, des touristes et des médias envers tout ce qui touche à l'alimentation, au terroir, à la gastronomie. Les mets authentiques et typiques servent de marqueurs culturels de la destination visitée; le produit devient un support de communication autour du savoir-faire, de la culture et des traditions locales. La valorisation des produits locaux contribue à la convergence porteuse des filières du territoire autour du bien-être et de l'identité du territoire.

Si la valorisation des produits locaux identitaires n'est pas suffisamment effective dans la vallée d'Ossau, l'organisation de réunions d'information et de sensibilisation ainsi que la constitution d'un groupe de travail permettra aux socio-professionnels concernés de prendre conscience des avantages marketing et économiques liés à cette démarche de valorisation. Il s'agira ainsi d'encourager la distribution en circuit court au plus près des clientèles touristiques, dans les restaurants, dans les sites de visite et dans les hébergements.

Objectifs

- Créer des conditions permettant aux acteurs d'adapter leurs offres aux attentes des clientèles
- Créer localement la valeur ajoutée des productions locales
- Soutenir les producteurs locaux
- Renforcer la visibilité de l'identité ossaloise

Critères d'évaluation

- Nombre de réunions organisées
- Nombre de participants aux réunions
- Actions concrètes mises en œuvre à l'issue des réunions

Priorité

3

Budget

- N/A : temps de travail office de tourisme
- Frais de mission-réception pour l'organisation des journées découverte de sensibilisation : 10K€/an à partir de 2024

Pilotage

- Office de tourisme

Partenaires

- Chambre d'agriculture, agence des Pyrénées

Action A.3.1 : Organiser une démarche à destination des restaurateurs et des producteurs locaux pour les sensibiliser à l'impact positif de la mise en valeur des produits locaux auprès des clientèles touristiques et favoriser la mise en relation des parties prenantes

Descriptif de l'action

- Organiser une démarche de sensibilisation et d'information sous forme de journées découverte à destination des restaurateurs et des producteurs locaux pour encourager la valorisation des produits locaux auprès des clientèles touristiques (valorisation des produits et des producteurs sur la carte du restaurant, sur le site internet, en salle grâce au personnel...) et les retombées économiques générées par ce type de démarche en mobilisant d'autres exemples français ou étrangers (par exemple organiser une journée durant laquelle les restaurateurs vont réaliser un circuit touristique de découverte des produits du terroir, avec des présentations des produits par les producteurs)
- Créer un groupe de travail thématique regroupant les professionnels des différentes filières liées à la gastronomie (producteurs, associations de producteurs et restaurateurs) pour favoriser la mise en relation des parties prenantes, créer une culture commune et organiser la distribution et la mise en valeur des produits du terroir via des circuits courts
- Associer les hébergeurs et les responsables des sites de visite de la vallée au groupe de travail pour encourager la présentation et la vente des produits locaux directement dans les hébergements (hôtels, campings, chambres d'hôtes...) et dans les boutiques des sites de visite, en privilégiant dans un premier temps les produits de longue conservation pour simplifier la logistique
- Accompagner les restaurateurs dans leur démarche d'obtention du fond de tourisme durable piloté par l'AaDT

Fiche ressource – Des exemples inspirants de canaux de distribution des produits du terroir



La « Matinale gourmande » organisée par les Pays du Ternois et des 7 Vallées à destination d'environ 300 acteurs du tourisme pour les encourager à agrémenter leurs repas de produits locaux et à communiquer sur cet engagement en faveur des circuits courts, en tant que relais majeurs entre les producteurs et le consommateurs

Le Brit Hôtel de Mâcon, ambassadeur des produits du terroir : l'établissement propose à ses clients des produits locaux dans son offre de restauration et de bar : confitures du Gaec Copex de Taizé et des Jardins de Cocagne, miel d'Avenas et jus de fruits de la ferme Duthel à La Chapelle-de-Guinchay, crus de la cave de Charnay, bières artisanales de Calade...



Synthèse budgétaire

N.B. : les dépenses de communication ou les frais de mission-réception sont à prioriser à donner au sein d'un budget existant et non comme une dépense supplémentaire

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le 20/12/2024
 ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE 2026

| Priorité | Nature dépense | Ligne budgétaire | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|----------|----------------|------------------|------|------|------|------|------|
|----------|----------------|------------------|------|------|------|------|------|

Axe A : Révéler l'art de vivre ossalois, affirmer son identité pour exister

Action A.1.1 : Étudier l'opportunité de développer un équipement de visite dédié aux métiers de la montagne et au pastoralisme en lien avec le projet de « maison du pastoralisme » de l'association des éleveurs transhumants des 3 vallées béarnaises

*Prise de contact avec l'association, les vallées béarnaises et les socio-professionnels ossalois
 Étude d'opportunité*

| | | | | | | | |
|---|--|------|-----|----------|-----|-----|-----|
| 1 | | CCVO | - € | 45 000 € | - € | - € | - € |
| | | | | 45 000 € | | | |

Action A.1.2 : Mettre en place une organisation et les moyens dédiés pour développer les actions d'animation touristique avec les bergers tout au long de l'année

*Formations/sensibilisation à destination des accompagnateurs et des bergers
 Enrichir le programme d'animations*

| | | | | | | | |
|---|--|----|-----|----------|----------|----------|----------|
| 1 | | OT | - € | 15 000 € | 15 000 € | 15 000 € | 15 000 € |
| | | | | 5 000 € | 5 000 € | 5 000 € | 5 000 € |

Action A.1.3 : Accompagner la montée en puissance du Musée d'Ossau et son intégration parmi les équipements structurants de la vallée

Financement d'une partie de l'étude de programmation

| | | | | | | | |
|---|--|------|--|--|--|--|--|
| 2 | | CCVO | | | | | |
| | | | | | | | |

Action A.2.1 Renforcer l'animation du territoire toute saison, à destination des résidents et des touristes

*Soutien financier pour l'organisation d'événements majeurs
 Renforcement de la promotion
 Création d'un événementiel fort autour de la transhumance*

| | | | | | | | |
|---|--|----|-----|-----|-----|----------|----------|
| 2 | | OT | - € | - € | - € | 95 000 € | 60 000 € |
| | | | | | | 60 000 € | 50 000 € |
| | | | | | | 15 000 € | 10 000 € |
| | | | | | | 20 000 € | |

Action A.3.1 : Organiser un groupe de travail pour sensibiliser les socio-professionnels à l'impact positif de la mise en valeur des produits locaux auprès des clientèles touristiques et favoriser la mise en relation des parties prenantes

Journées découverte et sensibilisation

| | | | | | | | |
|---|--|----|-----|-----|----------|----------|----------|
| 3 | | OT | - € | - € | 10 000 € | 10 000 € | 10 000 € |
| | | | | | | 10 000 € | 10 000 € |

| | | | | | | | |
|----------------------|--|--|-----|----------|----------|-----------|----------|
| TOTAL CCVO | | | - € | 45 000 € | - € | - € | - € |
| TOTAL OT | | | - € | 15 000 € | 25 000 € | 120 000 € | 85 000 € |
| TOTAL général | | | - € | 60 000 € | 25 000 € | 120 000 € | 85 000 € |

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

Axe B : Capitaliser sur les filières porteuses pour construire la destination durable de demain

Action B.1.1 : Mettre en place des groupes de travail collectifs à l'échelle de la vallée dédiés au développement de la filière loisirs

Contexte

La réorganisation de la gouvernance touristique en cours à l'échelle de la vallée permet d'envisager l'offre touristique de façon plus globale pour veiller à un développement de l'offre équilibré sur l'ensemble de la vallée.

La présence de deux stations (Gourette et Artouste) avec des objectifs communs de diversification et de ludification des séjours en montagne nécessite la mise en place d'une réflexion commune pour garantir un développement harmonisé des activités et éviter les doublons et les projets concurrents tout en proposant davantage d'activités pour allonger la saison touristique.

Cette volonté d'élaborer conjointement un plan de développement de la filière loisirs a été esquissée par les acteurs concernés lors de la concertation qui s'est tenue dans le cadre de l'élaboration de la présente stratégie de développement touristique.

Afin d'élaborer des propositions complémentaires sur le reste du territoire et en particulier sur les sites majeurs, un groupe de travail pourrait être mis en place.

Objectifs

- Allonger la saison touristique
- Permettre un développement cohérent de l'offre à l'échelle de la vallée
- Mettre en lien les acteurs de la filière loisirs

Critères d'évaluation

- Augmentation du nombre d'activités de loisirs proposées
- Différenciation des activités de loisirs proposées à Gourette et à Artouste

Priorité

2

Budget

- N/A : temps de travail CCVO
- Provision pour l'appel à projet : 40K€/an à partir de 2025

Pilotage

- CCVO avec appui technique de l'OT

Partenaires

- Régie d'Artouste, Commune de Laruns, EPSA, Département, Agence des Pyrénées, AaDT

Action B.1.1 : Mettre en place des groupes de travail collectifs à l'échelle de la vallée dédiés au développement de la filière loisirs

Descriptif de l'action

- Structurer un groupe de travail réunissant les régies des stations, les municipalités concernées, le Département et l'AaDT pour pérenniser la réflexion naissante sur le développement des offres de loisirs au sein des stations pour compléter l'offre estivale et l'offre hors ski hivernale en proposant des positionnements différenciés et complémentaires entre les deux stations
- Organiser un autre groupe de travail chargé de réfléchir à l'émergence de sites et d'offres de loisirs indoor et outdoor familiaux à destination des résidents et des touristes sur les sites stratégiques de la vallée : lac de Castet, zone Fabrèges – Pont de Camps, entrée de vallée, Laruns, Eaux-Bonnes... en identifiant les lieux d'implantation préférentiels et le foncier disponible
- Les grands axes de développements identifiés par les groupes de travail pourront se traduire par :
 - Le développement de projets directement portés par les collectivités territoriales
 - Le lancement d'un appel à projets privés pour le développement d'offres de loisirs innovantes et durables
- Solliciter un accompagnement en ingénierie via le fond tourisme durable de l'AaDT

Action B.2.1 : Développer les services adaptés aux clientèles cibles le long des parcours d'itinérance

Contexte

Le tourisme d'itinérance, qu'il soit pédestre, équestre ou cyclable est en pleine expansion : en effet, la France est la deuxième destination mondiale de tourisme à vélo après l'Allemagne avec 9,2M de séjours par an et plus d'1,1M de Français pratiquent la randonnée pédestre itinérante. Ce type de tourisme génère des retombées économiques importantes compte-tenu du niveau de dépenses élevé de ce type de clientèle et contribue à allonger la saison touristique, 50% des pratiques ayant lieu entre mai, juin, septembre et octobre.

La vallée d'Ossau est reconnue pour ses parcours de randonnée pédestre (GR10, GR78, GR108, GR de Pays Tour de vallée d'Ossau...) et ses chemins d'itinérance cyclable en cours de développement (voie verte, route des cols...) mais la structuration des itinéraires doit s'accompagner du développement des services et des aménagements adaptés aux clientèles itinérantes le long des parcours afin de répondre à leurs attentes et de susciter des motifs d'arrêt sur le territoire.

Parmi les clientèles cibles visées par ces aménagements, on compte aussi bien les pratiquants experts que les pratiquants moins expérimentés, avec chacun des besoins différents en termes de produits touristiques complémentaires.

La réflexion autour du développement des hébergements innovants et atypiques (zones de bivouac aménagées, tiny houses, dômes...) à proximité des chemins d'itinérance pourra s'appuyer sur l'étude bivouac lancée par l'AaDT : outil d'aide à la décision, elle prévoit notamment : d'identifier les problématiques, suggérer des pistes d'aménagement et/ou de solutions innovantes, etc.

La réflexion devra également intégrer l'étude d'aménagement des routes des cols pilotée par l'AaDT lancée en 2022 pour analyser l'aménagement des cols et la promotion de la filière vélo ainsi que l'aménagement pour l'ensemble des usagers (services, signalétique, parking...)

Objectifs

- Sécuriser et augmenter le niveau de qualité des itinéraires
- Faire s'arrêter les clientèles itinérantes sur le territoire

Critères d'évaluation

- Réalisation des aménagements adaptés à l'itinérance cycliste
- Augmentation du nombre de refuges ouverts et d'hébergements référencés à proximité des chemins

Priorité

2

Budget

- Aménagement des parcours et lieux d'intérêt, balisage, signalétique : 75K€/an à partir de 2025
- Actions de sensibilisation à la labellisation et aux clientèles : 5K€/an à partir de 2024

Pilotage

- CCVO

Partenaires

- OT, Agence des Pyrénées, territoire des Pyrénées béarnaises, Département, AaDT

Action B.2.1 : Développer les services adaptés aux clientèles cibles le long des parcours d'itinérance

Descriptif de l'action

- Équiper la voie verte, les chemins d'itinérance et les points d'intérêt de la vallée (sites de visite, sites naturels...) avec des équipements spécifiques qui permettent de capter les clientèles et de les faire s'arrêter à proximité des points d'intérêt du territoire : garage à vélo sécurisé, borne de recharge de batterie et d'appareils électroniques, sanitaires, pompe à vélo, borne wifi, aires de pique-nique, etc.
- Encourager le développement d'une offre de services à proximité des parcours : restauration, location de vélos et vélos électriques, portage de bagages...
- Sécuriser et entretenir les chemins et les itinéraires pédestres, cyclo et équestres, avec du personnel formé et compétent (cf action B.3.1)
- Renforcer et améliorer la diffusion de l'information et harmoniser le balisage des itinéraires en utilisant les codes français et européens
- Organiser la signalisation de l'offre de visite, d'hébergement et des points d'intérêt du territoire de façon harmonisée
- Encourager le développement d'hébergements le long des chemins d'itinérance pour capter les clientèles, notamment sur le GR de pays et sur le chemin de Compostelle en s'appuyant sur l'étude bivouac de l'AaDT
- Encourager la labélisation Accueil vélo des hébergements à proximité des parcours d'itinérances (action portée par OT)
- Travailler à la réouverture hivernale des refuges en montagne
- Poursuivre la démarche d'obtention du label Territoire vélo
- Intégrer les démarches de développement de grande itinérance (ex : la route des cols)
- Concevoir et promouvoir des produits spécifiques de court séjour itinérant à destination des clientèles expertes de proximité à l'échelle des Pyrénées béarnaises et en développant des offres type « micro-aventure » intra-valléenne sur la vallée d'Ossau

Fiche ressource – Des exemples inspirants de labels d'itinérances pour les itinéraires, les hébergements, les territoires...



Action B.2.1 : Développer les services adaptés aux clientèles cibles le long des parcours d'itinérance

Fiche ressource – Des exemples inspirants d'aménagements à destination des clientèles itinérantes

Garages à vélo couverts et sécurisés



Bornes de recharge vélo et appareils électroniques sécurisés



Bornes de réparation et de gonflage



Fenêtre d'interprétation du paysage



Aire d'accueil avec point d'eau potable et sanitaires



Station de location de vélos



Action B.2.2 : Organiser des groupes de travail associant les vallées voisines et espagnoles pour définir un projet commun d'itinérance**Contexte**

La position centrale de la vallée d'Ossau, au croisement d'axes Est-Ouest et Nord-Sud qui permettent à la fois de connecter la vallée aux vallées voisines mais également la France à l'Espagne encourage une réflexion autour de la captation des clientèles de passage et des clientèles transfrontalières.

Des réalisations communes ont été menées par le passé mais n'ont pas forcément été pérennisées. La logique transfrontalière doit être davantage développée. Une meilleure mise en valeur permettrait d'identifier les opportunités de développement. Avec environ un million d'étrangers qui passeraient par Laruns chaque année, c'est un axe novateur majeur qu'il faut rendre prioritaire pour capter les clientèles espagnoles notamment. La création d'une liaison transfrontalière pourrait permettre d'élargir la réflexion autour des itinérances.

Le développement d'une logique transvalléenne et transfrontalière s'inscrit également en accord avec l'objectif du GECT Pyreneos Pyrénées, qui réunit les Départements des Pyrénées Atlantiques et des Hautes Pyrénées, le gouvernement aragonais et la province aragonaise de Huesca depuis fin 2019, de développer une destination visible à l'international avec produits touristiques itinérants.

Objectifs

- Capturer les clientèles étrangères de passage et les clientèles transfrontalières
- « Faire Destination », accroître la lisibilité et la cohérence du territoire élargi à une échelle supra-territoriale
- Pérenniser, renforcer les partenariats avec les offices de tourisme de proximité, s'inscrire dans une logique de complémentarité avec les destinations voisines

Critères d'évaluation

- Nombre de conventions signées et nombre de renouvellement
- Nombre d'opérations communes/de produits créés en commun

Priorité

3

Budget

- N/A : temps de travail techniciens

Pilotage

- Office de tourisme

Partenaires

- CCVO, CC Haut Béarn, CC Pays de Nay, vallée de la Tena, GECT, Département, Agence des Pyrénées

Action B.2.2 : Organiser des groupes de travail associant les vallées voisines et espagnoles pour définir un projet commun d'itinérance

Descriptif de l'action

- Valider politiquement auprès des élus de la CCVO l'intérêt stratégique de développer des projets coopératifs transvalléens
- Structurer un groupe de travail avec les offices de tourisme des vallées voisines (CC du Pays de Nay et CC du Haut Béarn) pour réfléchir à l'élaboration d'un projet de développement des itinérances transvalléennes (itinéraires pédestres, équestres, cyclables, VTT, voire trail) en intégrant le niveau de services proposé au niveau des cols et l'identification des hébergements le long des itinéraires
- Identifier les contacts pertinents pour représenter le tourisme dans la vallée espagnole de la Tena et créer un groupe de travail regroupant les vallées françaises et la vallée de la Tena pour élaborer des tracés d'itinérances transfrontaliers et élaborer un ou des projets avec un objectif de financement via l'appel à micro-projets du POCTEFA 2021-2027
- S'inspirer du projet « road trip Pyrénées » porté par le Département des Hautes Pyrénées et la Province de la Huesca (élaboration d'itinéraires de découverte du territoire en voiture et des outils et services associés) pour imaginer un ou des projets similaires avec les vallées voisines de la vallée d'Ossau et la vallée de la Tena, potentiellement déclinable sur l'ensemble des formes d'itinérance

Action B.3.1 : Valoriser l'activité canyon, fortement différenciante

Contexte

L'eau est un élément essentiel d'attractivité d'une destination, y compris à l'intérieur des terres, pour les clientèles touristiques, pour une pratique loisirs et aussi sportive.

Les canyons de la Vallée d'Ossau constituent la plus grosse concentration à l'échelle pyrénéenne, avec une qualité et une variété exceptionnelle, qui permet une pratique sportive à tous les niveaux, de l'initiation à la pratique expert.

Cet environnement naturel favorable associé à la présence de socio-professionnels accompagnateurs formés assure donc un potentiel de rayonnement national de la destination Vallée d'Ossau pour la pratique de ce sport.

Il s'agit donc d'encourager le développement d'une pratique accompagnée, garante du respect du milieu naturel et génératrice d'emplois et de retombées économiques.

Cette activité avait d'ailleurs été identifiée comme un axe prioritaire de la stratégie de développement des sports de nature réalisé par Alpha Conseil en 2018.

Le développement de cette activité intégrera nécessairement les enjeux de préservation environnementale.

Descriptif de l'action

- Organiser le rapprochement des techniciens de la CCVO et des accompagnateurs pour la définition des priorités de valorisation de l'activité canyon
- Renforcer la communication autour de l'activité tous publics et tous niveaux et en particulier l'offre découvreur
- Etre soutien de l'entretien et de l'aménagement des canyons et de leurs abords plus soutenus pour garantir le confort et la sécurité de la pratique ainsi que la préservation de l'environnement (cf action B3.1.)
- Mettre en place une signalétique adaptée (accès, départ, information, sécurité, directionnelle, environnementale...)

Objectifs

- Mettre en avant un élément différenciant de la destination
- Enrichir l'image sportive de la destination
- Permettre la pratique d'activités de pleine nature dans un cadre sécurisé et accessible à un niveau grand public découverte et diversifier les clientèles

Critères d'évaluation

- Nombre de pratiquants
- Niveau de satisfaction des pratiquants et des accompagnateurs
- Place accordée à l'activité dans la promotion de la destination

Priorité

1

Budget

- Renforcer la communication : 7K€/an à partir de 2023
- Signalétique : 15K€/an à partir de 2025

Pilotage

- CCVO

Partenaires

- Accompagnateurs, OT, comités départementaux sportifs, Département, communes

**Action B.3.2 : Élaborer une gamme de produits séjour de découverte de la diversité des offres APN de la vallée pour les familles et les débutants****Contexte**

La CCVO bénéficie d'un cadre naturel propice aux activités de pleine nature qui sont de fait nombreuses sur le territoire (escalade, via ferrata, spéléologie, canyoning, , et plus spécifiquement sur la zone montagneuse. L'image de la vallée est celle d'une destination associée à la pratique d'activités sportives très variées, mais à un niveau confirmé ou expert, en particulier sur certaines disciplines telles que le vélo ou le VTT du fait du dénivelé important de la vallée.

La volonté d'attirer et de répondre aux attentes de nouvelles clientèles moins sportives sur le territoire, comme les familles ou les accompagnants de sportifs, nécessite de développer une gamme de produits autour de la découverte d'activités de pleine nature praticables à un niveau débutant.

Les résidents de proximité sont également visés par ce type de produit, afin de faire de la population et en particulier des jeunes les ambassadeurs de la vallée.

Selon l'étude menée par le pôle études marketing de la Région Auvergne-Rhône Alpes Tourisme en 2019, 65% des clientèles outdoor pratiquent plusieurs activités durant leur séjour, avec une moyenne de 3 activités différentes.

De plus, près d'un quart des clientèles outdoor ont recours à un séjour tout compris (stage, box, forfait...).

Ces produits pourront en outre intégrer des offres thématiques liées aux autres activités fortes du territoire (découverte du pastoralisme, découverte de la nature et préservation de l'environnement...).

La démarche de valorisation de la nature et des activités de plein air devra s'articuler avec les actions menées par le Département dans le cadre du soutien à la filière nature.

Objectifs

- Permettre la pratique d'activités de pleine nature à un niveau grand public découverte
- Diversifier les clientèles (résidents, débutants, accompagnants, familles...)

Critères d'évaluation

- Nombre de produits de découverte créés
- Nombre de ventes de ces produits

Priorité

1

Budget

- Communication : 7K€/an à partir de 2023
- Investissements : *cf Plan de développement*

Pilotage

- Office de tourisme

Partenaires

- Accompagnateurs

Action B.3.2 : Élaborer une gamme de produits séjour de découverte de la diversité des offres APN de la vallée pour les familles et les débutants

Descriptif de l'action

- Se rapprocher des prestataires pour élaborer une offre toute saison de découverte de plusieurs activités différentes pour les familles et les débutants (canyoning, accrobranche, kayak, via ferrata, escalade, spéléologie...) en adaptant le contenu et la durée pour s'adapter aux différentes cibles (scolaires, jeunes enfants, adolescents, jeunes adultes, seniors, résidents...), sous forme de :
 - produits de type pass à la journée ou sur plusieurs jours, intégrant les services adaptés (location de matériel...) et éventuellement des activités de découverte thématique du territoire
 - séjours tout compris (en intégrant l'hébergement et d'autres types d'activités notamment)
- Intégrer des offres d'activités de tourisme durable dans les produits
- Communiquer sur l'offre de randonnée pédestre sécurisée et étoffée de la vallée auprès des familles et des clientèles touristiques peu sportives, en particulier les parcours de moins de 3 heures
- Communiquer sur l'offre cyclable de l'entrée de la vallée, où le dénivelé est moins important, dans une logique de découverte des villages et des sites de visite de ce secteur
- Valoriser davantage les offres labélisées tourisme durable dans la communication et la promotion de la destination
- Mener à bien la mise en œuvre du Plan de développement des sports de nature établi en 2018

Fiche ressource – Des exemples inspirants de séjours de découverte multi-activités



La destination du massif de la Chartreuse (Isère/Savoie) propose un séjour de 3 jours en famille à la découverte de la nature et des savoir-faire.



Jour 1 : visite à la ferme, restaurant traditionnel, accrobranche

Jour 2 : randonnée patrimoniale ludique, pique-nique, découverte d'une savonnerie et fabrication de bougies à la cire d'abeille

Jour 3 : randonnée sur le sentier des géants, déjeuner dans un restaurant panoramique, randonnée à cheval ou découverte de l'espace sensible du Marais des Sagnes

Hébergement en gîte

Action B.4.1 : Aménager et assurer un entretien qualitatif des chemins et des sites de pratiques sportives pour garantir la sécurité des pratiquants et la préservation de l'environnement

Contexte

La Communauté de communes de la vallée d'Ossau assure l'entretien des chemins et de certains sites de pratique sportive, mais le personnel concerné ne possède pas une connaissance approfondie des exigences des différentes pratiques et les compétences techniques permettant d'assurer un entretien qualitatif qui garantisse le confort de pratique de l'ensemble des disciplines, la sécurité des pratiquants et la préservation de l'environnement.

En revanche, la vallée bénéficie de l'expertise d'autres acteurs en la matière, en particulier les accompagnateurs et le personnel du Parc National des Pyrénées.

Descriptif de l'action

- Organiser une démarche de sensibilisation régulière sous forme de sorties terrain entre les guides accompagnateurs, les gardes du PNP et le personnel de la CC (entretien, techniciens) pour partager les bonnes pratiques d'entretien et de gestion des chemins et des sites de pratique sportive et échanger sur les enjeux et les contraintes de chacun des métiers
- Relayer et s'inscrire en complémentarité avec les initiatives associatives de formation et d'entretien bénévole des chemins pour faire des usagers les acteurs et les ambassadeurs de la préservation de la biodiversité
- Former le personnel de la CC à l'entretien écoresponsable et à la préservation de l'environnement
- Mettre en place une signalétique d'information pour sensibiliser les usagers et le grand public sur la préservation de l'environnement et les usages à adopter

Objectifs

- Former le personnel de la CCVO à de nouvelles compétences
- Entretien et préserver l'environnement naturel

Critères d'évaluation

- Nombre de sorties terrain organisées
- Réalisation de formations pour le personnel de la CCVO
- Évolution de la satisfaction des pratiquants quant à l'entretien
- Nombre d'itinéraires visités par les techniciens et les accompagnateurs

Priorité

1

Budget

- N/A : temps de travail CCVO
- Signalétique : 200 000 €

Pilotage

- CCVO

Partenaires

- Accompagnateurs et associations de pratiquants
- Parc National des Pyrénées

Action B.4.1 : Aménager et assurer un entretien qualitatif des chemins et des sites de pratiques sportives pour garantir la sécurité des pratiquants et la préservation de l'environnement

Fiche ressource – Des exemples inspirants de formation et d'entretien bénévole des sentiers VTT



Formation conviviale de 2 jours organisée par l'association MBF (Mountain Bikers Foundation) à Bordères Louron (Hautes-Pyrénées) pour faire découvrir aux bénévoles les techniques et méthodes spécifiques à l'entretien des sentiers VTT.



Les actions de terrain des « Brigades Vertes » : état des lieux, entretien, création, modification de sentiers



Formation théorique : cadre juridique, comment limiter l'érosion, comment réutiliser des matériaux trouvés sur place, présentation de l'activité VTT au travers des différents types de lieux de pratiques, réflexion sur des sentiers ludiques mais aussi durables, respecter les axes de la pente, les zones de freinages...

Formation sur le terrain : Réalisation d'un état des lieux avant de définir les actions à mener. Création de sentier, entretien ou modification de sentiers pour les rendre plus durable, sécurisés et ludiques. Repérer les zones qui vont être dégradés avec de nombreux passages de VTT.



Synthèse budgétaire

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

| Priorité | Nature dépense | Ligne budgétaire | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|----------|----------------|------------------|------|------|------|------|------|
|----------|----------------|------------------|------|------|------|------|------|

| Axe B : Capitaliser sur les filières porteuses pour construire la destination durable de demain | | | | | | | |
|---|---|---|------|-----|-----------|----------|-----------|
| Action B.1.1 : Mettre en place des groupes de travail collectifs à l'échelle de la vallée dédié au développement de la filière loisirs | 2 | Provision pour appel à projets | CCVO | | | 25 000 € | 25 000 € |
| Action B.2.1 : Développer les services adaptés aux clientèles cibles le long des parcours d'itinérance | 2 | | CCVO | - € | - € | 5 000 € | 80 000 € |
| <i>Aménagements des parcours et des lieux d'intérêt, balisage, signalisation</i> | | Investissement | | | | 75 000 € | 75 000 € |
| <i>Actions de sensibilisation à la labélisation et aux clientèles</i> | | Frais de mission - réception | | | 5 000 € | 5 000 € | 5 000 € |
| Action B.2.2 : Organiser un groupe de travail associant les vallées voisines et espagnoles pour définir un projet commun | 3 | Temps de travail techniciens en poste Investissement selon projet à définir | OT | | | | |
| Action B.3.1 : Valoriser l'activité canyon, fortement différenciante | 1 | | OT | - € | 7 000 € | 7 000 € | 22 000 € |
| <i>Renforcer la communication autour de l'activité Signalétique</i> | | Communication Investissement | | | 7 000 € | 7 000 € | 7 000 € |
| | | | | | | 15 000 € | 15 000 € |
| Action B.3.2 : Élaborer une gamme de produits séjour de découverte de la diversité des offres APN de la vallée pour les familles et les débutants | 1 | | OT | - € | 7 000 € | 7 000 € | 7 000 € |
| <i>Communication</i> | | | | | | 7 000 € | 7 000 € |
| <i>Mise en œuvre du plan de développement des sports de nature</i> | | Communication Investissement (cf plan de dévt) | | | | 7 000 € | 7 000 € |
| Action B.4.1 Aménager et assurer un entretien qualitatif des chemins et des sites de pratiques sportives pour garantir la sécurité des pratiquants et la préservation de l'environnement | 1 | | CCVO | | 200 000 € | | |
| <i>Signalétique</i> | | | | | 200 000 € | | |
| TOTAL CCVO | | | | - € | 200 000 € | 5 000 € | 105 000 € |
| TOTAL OT | | | | - € | 14 000 € | 14 000 € | 29 000 € |
| TOTAL général | | | | - € | 214 000 € | 19 000 € | 134 000 € |

N.B. : les dépenses de communication ou les frais de mission-réception doivent s'entendre comme une priorisation à donner au sein d'un budget existant et non comme une dépense supplémentaire

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



Axe C : Consolider les fondamentaux pour sécuriser le modèle économique touristique

Action C.1.1 : Décliner la notion de bien-être pour en faire un marqueur fort de l'expérience touristique ossaloise**Contexte**

Le projet de diversification de la filière thermique à l'échelle de la vallée d'Ossau (conversion du centre thermal des Eaux chaudes en centre de répit, poursuite des cures aux Eaux-Bonnes et création d'un centre aqualudique à Laruns) participe pleinement à la déclinaison et à la valorisation de la notion de bien-être.

Cette dernière doit être comprise au sens large d'attention portée à une bonne hygiène de vie et à maintenir sa santé. D'un point de vue touristique, elle s'inscrit dans les tendances de fond de rapprochement avec la nature, d'alimentation saine, de mobilités et d'activités douces, des retraites, des expériences mêlant adrénaline et quiétude...

À l'échelle de la vallée d'Ossau, le bien-être doit être relié aux concepts d'authenticité, de déconnexion et de nature.

L'un des objectifs du développement de la thématique bien-être c'est de développer les ailes des saisons, notamment en captant les clientèles retraitées et les clientèles dotées de moyens financiers plus importants.

Faire de la vallée d'Ossau une destination bien-être permet de croiser les filières touristiques structurantes de la vallée (nature, sport, gastronomie et produits du terroir, thermalisme et thermoludisme) au service d'une expérience complète pour les clientèles touristiques.

Cette logique de bien-être contribue également à la montée en gamme de la destination et donc à l'augmentation du niveau de dépenses touristiques.

Objectifs

- Élargir la saison touristique en développant les ailes de saison
- Capturer de nouvelles clientèles touristiques : les retraités et les clientèles avec un pouvoir d'achat conséquent
- Favoriser la montée en gamme de la destination
- Créer du lien entre les différentes filières fortes de la destination

Critères d'évaluation

- Nombre de filières et de professionnels intégrés dans le groupe de travail
- Nombre de réunions du groupe de travail
- Nombre de produits créés

Priorité

2

Budget

- Frais de mission-réception pour l'organisation des actions de sensibilisation : 2K€/an à partir de 2024

Pilotage

- Office de tourisme

Partenaires :

- Association de Valorisation de l'offre thermique et aqualudique en Vallée d'Ossau, agence des Pyrénées

Action C.1.1 : Décliner la notion de bien-être pour en faire un marqueur fort de l'expérience touristique ossaloise

Descriptif de l'action

- Organiser des actions de sensibilisation et d'information sur le concept de bien-être au sens large pour susciter des moments d'échange entre les différentes filières et l'ensemble des socio-professionnels concernés : réunions, expériences sur le terrain pour découvrir les activités bien-être et pouvoir en parler et faire des socio-professionnels des ambassadeurs du bien-être en vallée d'Ossau
- Créer un groupe de travail en intégrant les prestataires privés à la démarche pour réfléchir au design de services innovants traduisant une expérience « bien-être en Vallée d'Ossau », à l'hybridation des séjours, c'est-à-dire
 - Créer des séjours et des produits transversaux, qui allient les filières fortes du territoire (soins thermaux, activités spas (récupération physique, bains, massages, etc.), activités sportives nature (marche nordique, randonnées), restauration, etc. en orientant particulièrement la réflexion sur les ailes de saison (par exemple des produits de type « Découvrir la nature qui s'éveille au printemps / qui s'endort en automne »)
 - Identifier des offres manquantes et les sites susceptibles de les accueillir en prévision d'un lancement d'un appel à projets, sous réserve de la réalisation effective du projet de diversification de la filière thermique
- Axer la communication et la promotion touristique de la destination autour du concept de bien-être. Le plan de communication de la vallée d'Ossau devra mettre en avant cette dimension dès que les produits seront définis

Fiche ressource – Des exemples inspirants de produits touristiques bien-être, au croisement de plusieurs filières

La destination du massif de la Chartreuse propose plusieurs séjours bien-être alliant activités sportives douces ou plus dynamiques, gastronomie, soins... tout au long de l'année

La Chartreuse
un Parc naturel régional



Chantier opérationnel 2 : Réinventer les séjours montagne

Action C.2.1 : Requalifier et mettre en réseau les sites majeurs en vallée d'Ossau

Contexte

L'activité touristique du territoire s'appuie fortement sur la qualité de ses sites naturels, fréquentés, été comme hiver, par une clientèle y pratiquant toutes sortes d'activités de pleine nature et des plus variées (touristes de proximité, de passage, en séjour, habitants de la vallée) ou y venant dans un simple but contemplatif.

Ces sites contribuent à véhiculer l'image de la vallée hors de ses frontières : citons, pour seul exemple, le col d'Aubisque, que le tour de France cycliste a rendu célèbre. Cette image est utilisée dans la communication au sens large qu'elle soit touristique, institutionnelle voire commerciale.

Pour autant, d'aucuns considèrent que les conditions d'accueil du public ne sont pas à la hauteur de ses besoins, y compris les plus basiques : stationnement, information, sanitaires, services,...

Une étude portant sur l'amélioration de l'accueil des sites majeurs de la vallée (*), réalisée par le cabinet SADL en 2015, a jeté les bases d'un programme de valorisation qui n'a été que très partiellement réalisé. La fréquentation de ces sites ne s'étant pas démentie depuis (elle s'est même sensiblement accrue depuis la crise sanitaire), il est devenu urgent d'agir pour assurer des conditions d'accueil répondant aux besoins de la clientèle touristique dans le respect des sites et des activités, pour certaines ancestrales (pastoralisme) et en partenariat étroit avec l'ensemble des acteurs (propriétaires, socio-professionnels, bergers, pratiquants APN,...)

(* Sites concernés par l'étude SADL : Col d'Aubisque, Col du Pourtalet, Port de Castet, Plateau du Benou, site de Bioux, Espace naturel du lac de Castet, site de Croix de Buzy.

Objectifs

- Améliorer les conditions d'accueil sur les sites majeurs
- Limiter l'impact de la fréquentation sur les milieux

Critères d'évaluation

- Réalisation des aménagements nécessaires à l'accueil des visiteurs, notamment les pratiquants d'APN
- Nombre de pratiquants

Priorité

1

Budget

- Selon les projets

Pilotage

- Selon les projets (CC, communes, structure spécifique,..)

Partenaires

- Département, Région, Etat, Massif, OTVO

Descriptif de l'action

- Poursuivre les réflexions entamées sur trois sites majeurs (col d'Aubisque, site de Bious, espace naturel du Lac de Castet) et bâtir un programme de valorisation axé sur l'amélioration des conditions d'accueil
- Intégrer à la réflexion les modes de fonctionnement futurs et leur financement
- Travailler sur la définition de jauges acceptables quant à la nécessaire préservation des sites
- Réaliser les programmes d'investissement
- Si les conditions le permettent (consensus de l'ensemble des acteurs requis) et au cas par cas, engager une réflexion sur les autres sites majeurs
- Mettre en réseau les sites majeurs en s'appuyant sur leur complémentarité
- Mettre en place un plan de communication spécifique sur ce réseau

Chantier opérationnel 3 : Capitaliser sur les moyens à disposition pour un échelle valléenne

Action C.3.1 : Réaliser un schéma d'hébergement marchand

Contexte

La qualité des hébergements dans chaque niveau de gamme, ainsi que leur originalité, sont des facteurs d'attractivité pour la destination et déterminent en partie son image.

Si la vallée d'Ossau bénéficie d'un parc d'hébergement touristique important, cette offre présente plusieurs difficultés, telles que la part conséquente de lits froids ou souffrant d'un problème de qualité parmi les meublés de tourisme, le nombre très limité d'hébergements insolites, la sous-représentation de l'hôtellerie...

Il s'agira donc de réaliser un schéma d'hébergement marchand qui traitera quantitativement et qualitativement de l'ensemble des types d'hébergement de la vallée :

- Les meublés de tourisme (approche qualitative des meublés actifs, orientations pour la requalification des lits froids)
- l'hébergement en montagne (refuges, abris),
- l'hôtellerie de plein air, dont la politique d'accueil des camping-caristes
- L'hôtellerie, dont l'analyse d'opportunité de créer un établissement hôtelier haut de gamme et un établissement de grande capacité,
- un ou des hébergements totem (innovant, original...),
- les hébergements collectifs (suite à la fermeture et la cession du VV de Bielle),
- les hébergements tourisme social...

Le présent schéma d'hébergement sera réalisé en complément du schéma départemental d'hébergement planifié dans le cadre de la nouvelle stratégie touristique des Pyrénées atlantiques dont les résultats sont attendus fin 2022. Ce dernier permettra de disposer d'une vision affinée de l'offre d'hébergement touristique par territoire géo-touristiques ; d'identifier les carences et les enjeux par territoire en lien avec les défis du schéma départemental du tourisme ; d'identifier les axes de développement et de modernisation afin d'adapter l'offre en hébergements touristiques.

Objectifs

- Densifier et qualifier l'offre d'hébergements marchands
- Augmenter la consommation touristique sur le territoire
- Garantir l'image de la destination

Critères d'évaluation

- Évolution du nombre d'établissements et lits totaux et classés / qualifiés
- Évolution du nombre de nuitées
- Évolution des retombées économiques générées

Priorité

1

Budget

- Schéma d'hébergement marchand touristique : 45K€ (25K€ en 2023 et 20K€ en 2024)

Pilotage

- CCVO et Office de tourisme

Partenaires

- Département, AaDT, chambres consulaires

Action C.3.1 : Réaliser un schéma d'hébergement touristique marchand

Descriptif de l'action

- Suite aux conclusions du schéma d'hébergement départemental, réaliser un schéma de développement de l'hébergement touristique marchand centré sur les spécificités de la Vallée d'Ossau, organisé en trois phases :
 - Phase 1 : diagnostic de l'offre et de la demande en hébergement touristique et identification des potentialités foncières et des projets en cours.
 - Phase 2 : définition d'une stratégie par mode d'hébergement et espaces géographiques
 - Phase 3 : élaboration d'un plan d'actions avec les dispositifs pour soutenir et développer cette filière
- S'appuyer sur la 2^{ème} phase du schéma d'hébergement départemental, prévue en 2023, qui permettra de lancer des missions de prospection d'investisseurs répondant aux carences et/ou opportunités identifiées dans la première phase (2022).
- Le schéma pourra intégrer des recommandations liées au conventionnement touristique des projets touristiques et à la sensibilisation des élus à cet outil

Synthèse budgétaire

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

| | Priorité | Nature dépense | Ligne budgétaire | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|--|----------|------------------------------|------------------|------|----------|----------|---------|---------|
| Axe C : Consolider les fondamentaux pour sécuriser le modèle économique touristique | | | | | | | | |
| Action C.1.1 : Décliner la notion de bien-être pour en faire un marqueur fort de l'expérience touristique ossaloise | 2 | | OT | - € | - € | 2 000 € | 2 000 € | 2 000 € |
| <i>Actions de sensibilisation</i> | | Frais de mission - réception | | | | 2 000 € | 2 000 € | 2 000 € |
| Action C.2.1 : Requalifier et mettre en réseau les sites majeurs en Vallée d'Ossau | 1 | à définir selon les projets | | - € | - € | - € | - € | - € |
| Action C.3.1 : Réaliser un schéma d'hébergement touristique marchand | 1 | | CCVO | - € | 25 000 € | 20 000 € | - € | - € |
| <i>Schéma d'hébergement</i> | | Honoraires | | | 25 000 € | 20 000 € | | |
| TOTAL CCVO | | | | - € | 25 000 € | 20 000 € | - € | - € |
| TOTAL OT | | | | - € | - € | 2 000 € | 2 000 € | 2 000 € |

N.B. : les dépenses de communication ou les frais de mission-réception doivent s'entendre comme une priorisation à donner au sein d'un budget existant et non comme une dépense supplémentaire

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

Synthèse

Calendrier

Phase préparatoire

Phase étude

Envoyé en préfecture le 20/12/2024 Phase mise en œuvre

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

| | Priorité | 2022 | | | | 2023 | | | | 2024 | | | 2025 | | | 2026 | | |
|--|----------|------|----|----|----|------|----|----|----|------|----|----|------|----|----|------|----|----|
| | | T1 | T2 | T3 | T4 | T1 | T2 | T3 | T4 | T1 | T2 | T3 | T1 | T2 | T3 | T1 | T2 | T3 |
| Axe A : Révéler l'art de vivre ossalois, affirmer son identité pour exister | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action A.1.1 : Etudier l'opportunité de développer un équipement de visite dédié aux métiers de la montagne et au pastoralisme en lien avec le projet de « maison du pastoralisme » de l'association des éleveurs transhumants des 3 vallées héarnaises | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action A.1.2 : Mettre en place une organisation et les moyens dédiés pour développer les actions d'animation touristique avec les bergers tout au long de l'année | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action A.1.3 : Accompagner la montée en puissance du Musée d'Arudy et son intégration parmi les équipements structurants de la vallée | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action A.2.1 Renforcer l'animation du territoire toute saison, à destination des résidents et des touristes | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Saisons ossaloises</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Événement transhumance Laruns</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action A.3.1 : Organiser un groupe de travail pour sensibiliser les socio-professionnels à l'impact positif de la mise en valeur des produits locaux auprès des clientèles touristiques et favoriser la mise en relation des parties prenantes | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Axe B : Capitaliser sur les filières porteuses pour construire la destination durable de demain | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action B.1.1 : Mettre en place un groupe de travail collectif à l'échelle de la vallée dédié au développement de la filière loisirs | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action B.2.1 : Développer les services adaptés aux clientèles cibles le long des parcours d'itinérance | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action B.2.2 : Organiser un groupe de travail associant les vallées voisines et espagnoles pour définir un projet commun | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action B.3.1 : Valoriser l'activité canyon, fortement différenciante | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action B.3.2 : Élaborer une gamme de produits séjour de découverte de la diversité des offres APN de la vallée pour les familles et les débutants | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action B.4.1 Aménager et assurer un entretien qualitatif des chemins et des sites de pratiques sportives pour garantir la sécurité des pratiquants et la préservation de l'environnement | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Axe C : Consolider les fondamentaux pour sécuriser le modèle économique touristique | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action C.1.1 : Décliner la notion de bien-être pour en faire un marqueur fort de l'expérience touristique ossaloise | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action C.2.1 : Requalifier et mettre en réseau les sites majeurs en Vallée d'Ossau | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Action C.3.1 : Réaliser un schéma d'hébergement touristique marchand | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Synthèse budgétaire

La répartition par entité pilote

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le



ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | TOTAL |
|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Budget CCVO | - € | 270 000 € | 25 000 € | 105 000 € | 105 000 € | 505 000 € |
| Axe A | - € | 45 000 € | - € | - € | - € | 45 000 € |
| Axe B | - € | 200 000 € | 5 000 € | 105 000 € | 105 000 € | 415 000 € |
| Axe C | - € | 25 000 € | 20 000 € | - € | - € | 45 000 € |
| | | | | | | |
| Budget Office de tourisme | - € | 29 000 € | 41 000 € | 151 000 € | 116 000 € | 337 000 € |
| Axe A | - € | 15 000 € | 25 000 € | 120 000 € | 85 000 € | 245 000 € |
| Axe B | - € | 14 000 € | 14 000 € | 29 000 € | 29 000 € | 86 000 € |
| Axe C | - € | - € | 2 000 € | 2 000 € | 2 000 € | 6 000 € |

Envoyé en préfecture le 20/12/2024

Reçu en préfecture le 20/12/2024

Publié le

ID : 064-246400337-20241219-D2024_187-DE



In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie