



## Enquête citoyenne du Conseil de développement Landes Nature Côte d'Argent – Été 2025

Le Conseil de développement Landes Nature Côte d'Argent est un groupe citoyen, **mis en place par le Pays Landes Nature Côte d'Argent**, pour réfléchir collectivement à l'avenir du territoire.

Les élus ont sollicité le Conseil de développement pour réfléchir à la question suivante :  
" **Comment développer un tourisme durable et quatre saisons sur notre territoire ?** "

Dans ce cadre, les membres du Conseil de développement ont diffusé un questionnaire du 17 juillet au 25 août 2025 afin de **mieux comprendre la perception du tourisme local, son impact, son acceptabilité**, ainsi que **les attentes pour l'avenir**. Cette enquête s'adressait principalement aux résidents permanents, mais également aux résidents secondaires, saisonniers et touristes.

L'enquête a recueilli 647 réponses.

### Table des matières

Socio-démographique et perception générale du tourisme .....	2
Profil des répondants .....	2
Perception du tourisme .....	2
Avantages et inconvénients du tourisme .....	3
Perception du tourisme durable .....	4
Perception et durabilité du tourisme .....	4
Impact environnemental du tourisme .....	5
Nouvelles filières et infrastructures identifiées pour tendre vers un tourisme plus durable .....	6
Engagements et suggestions.....	7
Engagement .....	7
Suggestions.....	7
Section réservée aux acteurs économiques .....	8

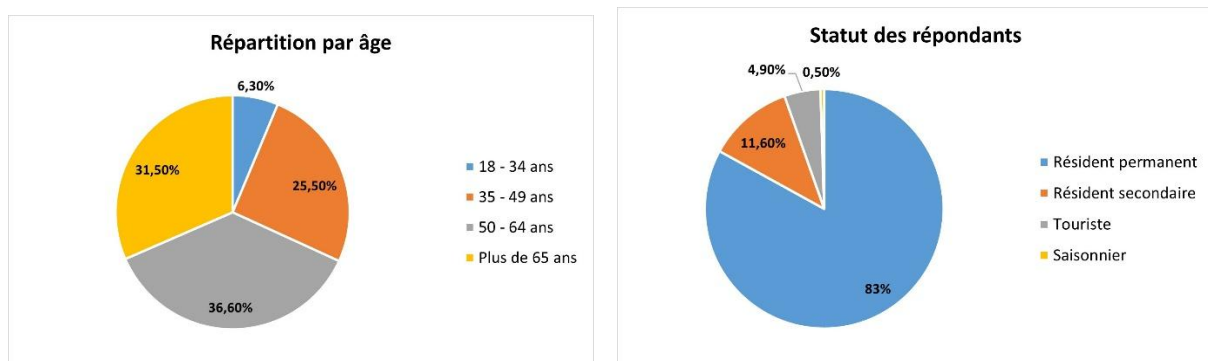
# Socio-démographique et perception générale du tourisme

## Profil des répondants

La majorité des participants a plus de 50 ans, les 18-34 ans ne constituent que 6.3% des répondants.

83 % des répondants sont des résidents permanents. Les résidents secondaires, saisonniers et touristes sont minoritaires.

L'échantillon est plutôt composé de populations âgées, habitants à l'année sur le territoire. Les résultats reflètent donc surtout **le point de vue des habitants à l'année**, davantage concernés par les effets durables du tourisme.



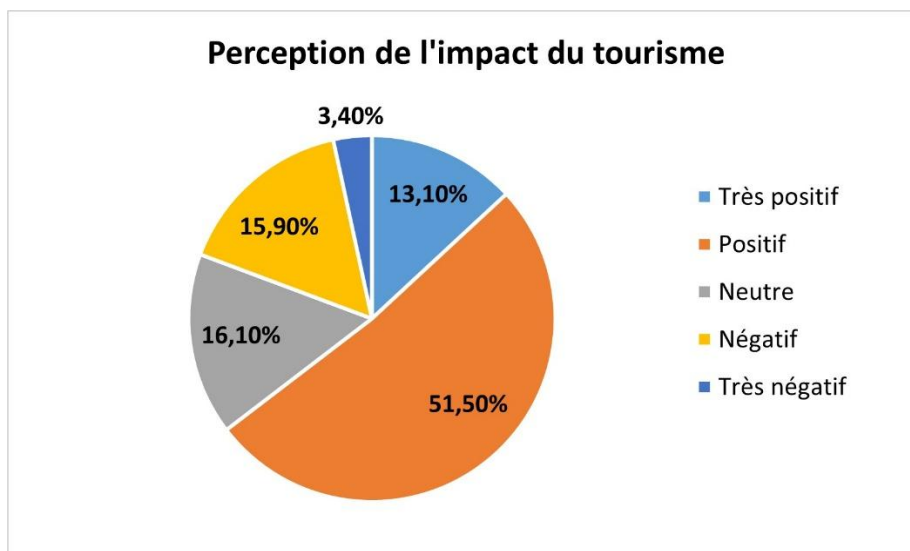
## Perception du tourisme

La majorité des répondants perçoit le tourisme comme ayant un **impact positif**, même si l'on note une part non négligeable de réponses **neutres ou négatives**.

Concernant l'impact du tourisme sur la qualité de vie, les réponses montrent que le tourisme est perçu plutôt négativement :

- Près d'**un répondant sur deux (51,1 %)** déclare une dégradation de sa qualité de vie (dont 13,4 % une dégradation nette).
- À l'inverse, seulement **27,3 %** considèrent que le tourisme a amélioré leur quotidien.
- Enfin, environ **1 sur 5 (21,5 %)** ne constate aucun effet.

Malgré une perception globalement **positive du tourisme pour le territoire**, son **impact direct sur le quotidien des habitants reste problématique**. On retrouve ici les effets ressentis liés à la surfréquentation : bruit, pression sur les services, hausse des prix... Le tourisme est vu comme un **levier de développement collectif**, mais il **détérioré la qualité de vie individuelle** pour une partie importante des résidents.



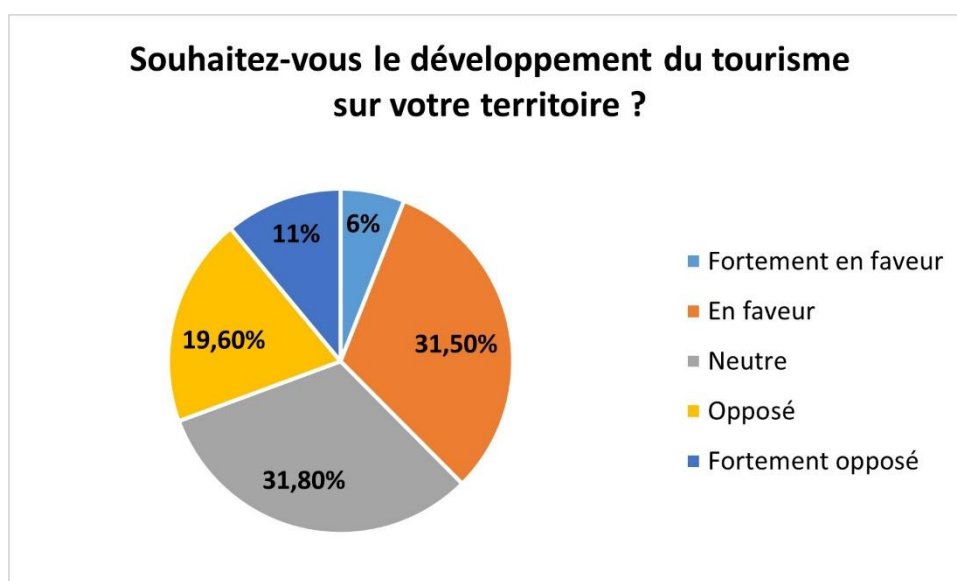
## Avantages et inconvénients du tourisme

Les répondants identifient comme principaux avantages : l'animation locale, l'offre de commerces et de restaurants, la création d'emplois et les retombées économiques, ainsi que l'amélioration des infrastructures.

Parmi les inconvénients les plus cités sont : la perturbation de la vie quotidienne (bruit, circulation, surfréquentation), l'impact environnemental, et la pression sur les infrastructures et les prix. La pression immobilière est également évoquée.

### 1. Acceptabilité du tourisme

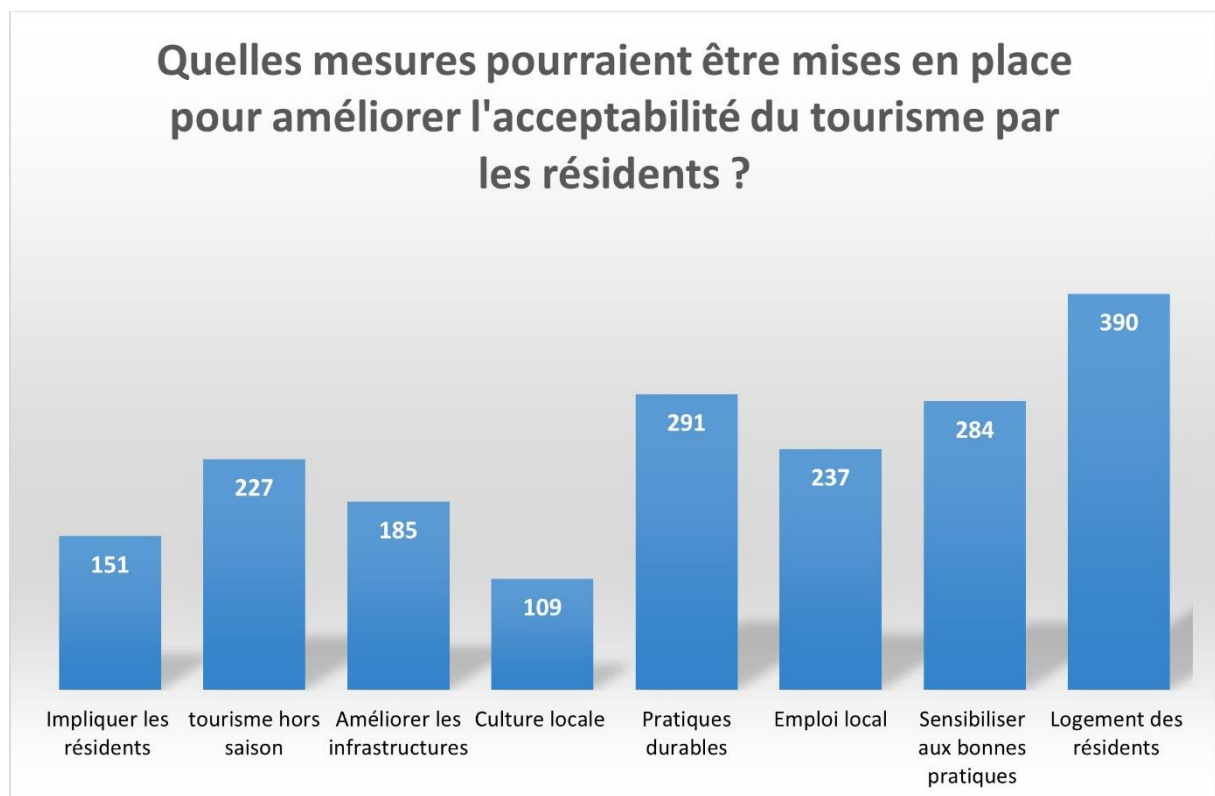
Les répondants sont très partagés face au développement du tourisme : 37,5 % y sont favorables, 31,8 % restent neutres et 30,6 % s'y opposent.



Pour améliorer l'acceptabilité du tourisme par les résidents, les réponses mettent en avant plusieurs axes principaux.

La mesure la plus plébiscitée est la **limitation de l'impact du tourisme sur le logement** (390 citations), ce qui traduit une inquiétude majeure concernant les prix et la disponibilité des logements pour les résidents permanents.

Les répondants souhaitent aussi un **tourisme plus durable et respectueux de l'environnement**, accompagné d'actions de **sensibilisation**. Enfin, **l'emploi local**, la **répartition sur l'année** et de meilleures **infrastructures** sont perçus comme des leviers concrets pour renforcer l'équilibre entre attractivité touristique et qualité de vie.



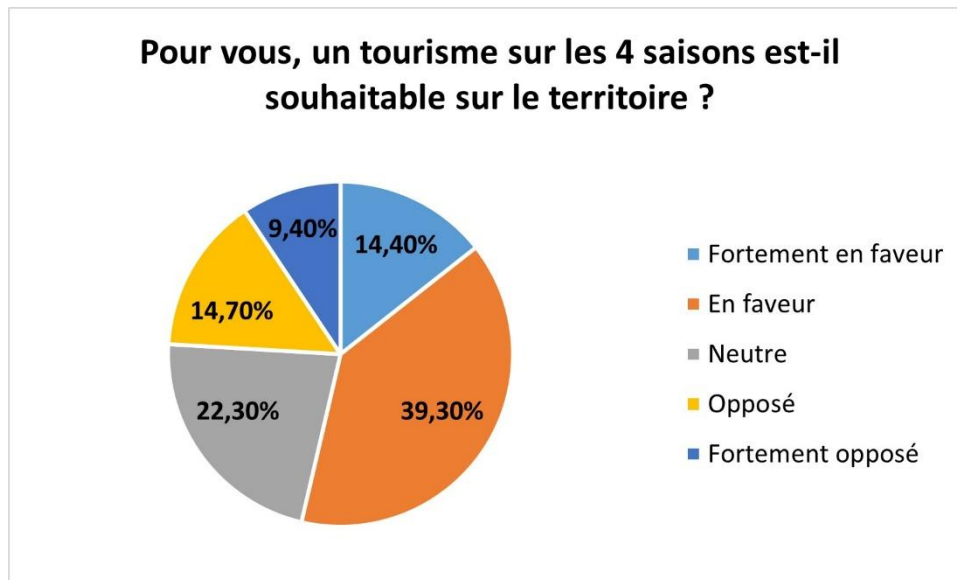
## Perception du tourisme durable

### Perception et durabilité du tourisme

Les répondants associent avant tout le **tourisme durable** au **patrimoine culturel, artisanal et agricole**, ainsi qu'à un lien fort avec la nature. Les **activités de plein air, le tourisme solidaire et éducatif** complètent ce modèle centré sur la durabilité. Les dimensions plus marginales (affaires, spirituel, inclusif) apparaissent comme secondaires, traduisant une vision du tourisme durable ancrée dans la **proximité, l'identité et la responsabilité environnementale**.

La majorité des répondants (54 %) se dit favorable à un développement du tourisme sur les 4 saisons, traduisant un intérêt pour la désaisonnalisation et la dynamisation économique hors été. Toutefois, près d'un quart (24 %) s'y oppose, exprimant probablement la crainte d'une pression continue sur les

habitants et les infrastructures. Enfin, plus d'un cinquième (22 %) adopte une position neutre, signe d'indifférence ou d'un manque de clarté quant aux implications concrètes d'un tel modèle.



La perception des habitants sur la durabilité du tourisme est **très partagée**. Environ **4 répondants sur 10** estiment qu'il est durable, tandis qu'une proportion quasi équivalente le juge **peu ou pas durable**. Un tiers des répondants se positionne de manière **neutre**. Il y a donc une **absence de consensus** et cela souligne le besoin de mieux **communiquer et valoriser** les initiatives déjà mises en place.

Les personnes **favorables au tourisme 4 saisons** (En faveur ou Fortement en faveur) associent ce projet à une vision **plutôt durable**. À l'inverse, les répondants **opposés** (Opposé ou Fortement opposé) considèrent plus souvent le tourisme actuel comme **peu ou pas durable**.

Plus on est **favorable au développement sur 4 saisons**, plus on tend à juger le tourisme **au moins neutre ou durable**.

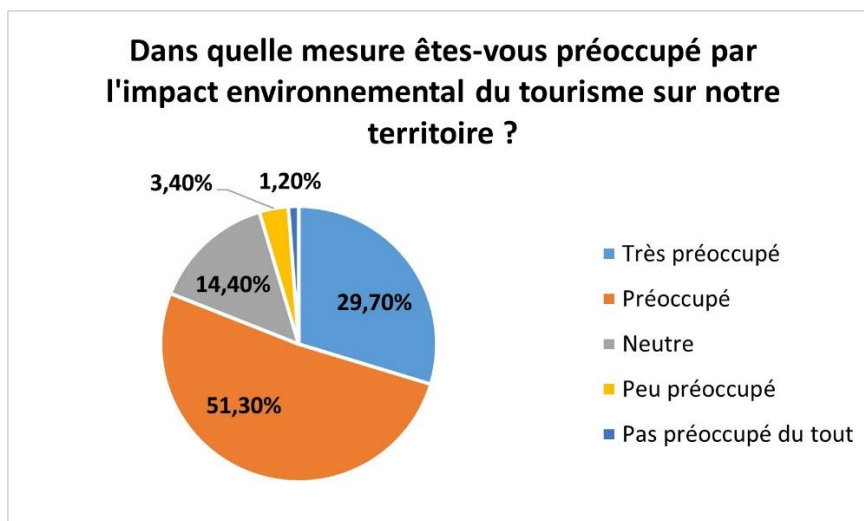
Plus on est **opposé**, plus on considère le tourisme actuel comme **peu ou pas durable**.

De plus, les jeunes (18-34 ans) **sont largement favorables** au tourisme, perçu comme une opportunité.

**Les 50 ans et plus sont plus critiques**, sensibles aux nuisances.

## Impact environnemental du tourisme

La majorité des répondants exprime une forte inquiétude vis-à-vis de l'impact environnemental du tourisme, avec plus de 70 % qui se déclarent préoccupés ou très préoccupés. Seule une minorité (environ 4 %) estime que le sujet ne pose pas réellement problème. Ces résultats soulignent que la durabilité environnementale constitue une condition essentielle pour l'acceptabilité du tourisme sur le territoire.



Plus les répondants sont **opposés au tourisme 4 saisons**, plus le niveau de préoccupation environnementale est élevé.

Les favorables restent largement préoccupés, mais avec un degré d'anxiété moindre. Cela montre que le **rejet du tourisme 4 saisons est étroitement lié à une crainte forte pour l'environnement**.

## Nouvelles filières et infrastructures identifiées pour tendre vers un tourisme plus durable

A la question « Selon vous, quelles nouvelles filières pourraient voir le jour sur notre territoire pour tendre vers un tourisme durable hors saisons ? », **trois filières dominantes** ressortent très nettement : les **sports de plein air et cyclotourisme** (240), le **patrimoine culturel et artisanat local** (239), ainsi que l'**écotourisme/agrotourisme** (234). Ces activités sont perçues comme cohérentes avec les ressources naturelles et culturelles du territoire, tout en favorisant un tourisme hors saison.

D'autres filières émergent également comme pertinentes, notamment le **bien-être et la santé** (209) et le **tourisme éducatif** (170), qui traduisent une volonté d'attirer des publics variés et de diversifier l'offre.

En revanche, certaines options recueillent très peu de soutien : le **tourisme spirituel** (21) et le **tourisme inclusif** (42). Le **tourisme d'affaires** (73) reste minoritaire, confirmant que la population associe surtout la durabilité à des activités de nature, culture et lien social.

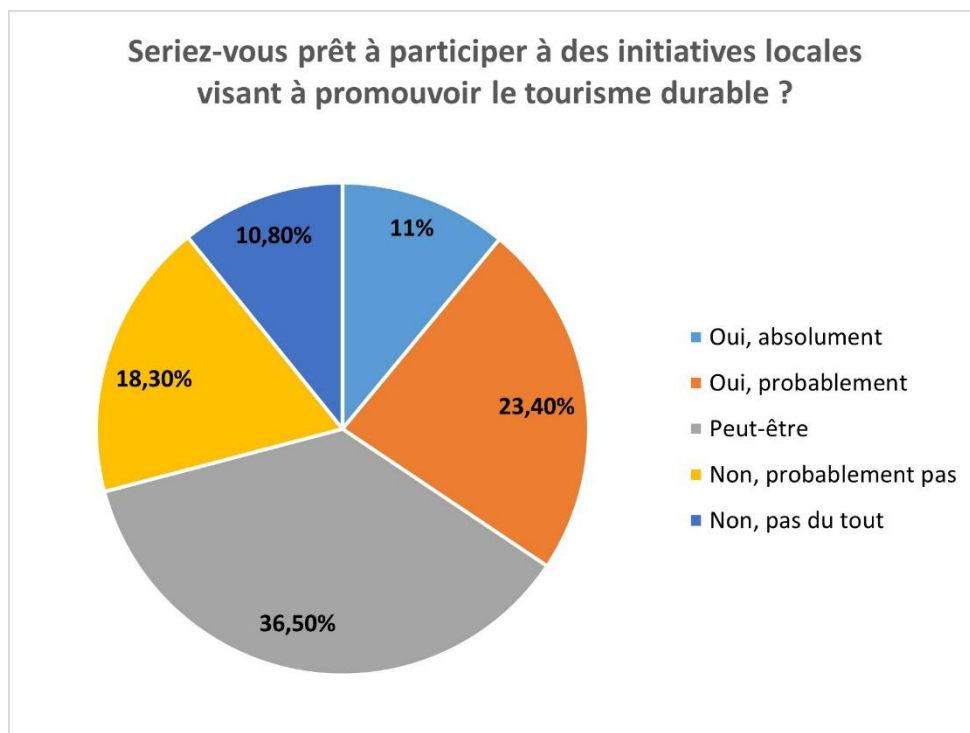
A la question « Selon vous, quelles nouvelles infrastructures pourraient rendre le tourisme plus durable ? » trois priorités ressortent très nettement et concentrent chacune un quart des réponses : les **mobilités (27 %)**, l'**amélioration du logement (25 %)** et les **retombées économiques équitables (25 %)**. Ces résultats traduisent une attente forte que le tourisme durable contribue directement à la **qualité de vie locale** (déplacements, logement) autant qu'au **partage équitable des richesses générées**.

L'**emploi** (12 %) est cité de manière beaucoup plus secondaire, ce qui laisse entendre que les répondants placent en premier lieu l'accent sur les **impacts sociaux et territoriaux** plutôt que sur la seule création d'opportunités économiques.

# Engagements et suggestions

## Engagement

Les répondants manifestent une ouverture réelle à la participation citoyenne autour du tourisme durable, avec **plus d'un tiers prêt à s'impliquer**. Toutefois, la majorité des répondants se positionne dans l'hésitation, laissant entrevoir un fort potentiel de mobilisation sous conditions. Enfin, près d'un tiers reste opposé à toute implication, ce qui souligne l'importance d'adapter les dispositifs aux différents profils.



## Suggestions

Les répondants à l'enquête demandent un tourisme maîtrisé, local, respectueux de l'environnement et des équilibres sociaux (logement, emploi, lien avec les habitants), en rupture avec le modèle de tourisme actuel

- Développement du hors-saison
  - Limiter la concentration estivale en favorisant des activités culturelles, sportives ou nature le reste de l'année.
  - Exemple : « *Organiser des événements culturels en automne et hiver pour répartir la fréquentation.* »
- Valorisation des ressources locales
  - Mettre en avant les producteurs locaux, l'artisanat, la gastronomie, le patrimoine.
  - Exemple : « *Développer les circuits courts et les marchés de producteurs locaux pour les touristes.* »
- Mobilité douce et gestion des flux

- Améliorer les transports publics, développer les pistes cyclables et limiter l'usage de la voiture individuelle.
- Exemple : « *Développer un réseau de bus ou navettes gratuites pour réduire les embouteillages en été.* »
- Protection de l'environnement et éducation
  - Sensibiliser les touristes aux gestes responsables (déchets, eau, énergie).
  - Exemple : « *Mieux informer les visiteurs sur le respect des sites naturels.* »
- Logement équilibré entre habitants et touristes
  - Réguler les locations touristiques pour ne pas exclure les résidents permanents.
  - Exemple : « *Mettre un quota de locations saisonnières pour préserver le logement des habitants.* »
- Participation citoyenne et gouvernance locale
  - Associer les habitants et acteurs locaux à la construction de l'offre touristique.
  - Exemple : « *Consulter davantage les habitants avant de développer de nouvelles infrastructures touristiques.* »

## Section réservée aux acteurs économiques

Nous avons obtenu 79 réponses à cette section.

Les acteurs économiques ayant répondu à l'enquête sont **majoritairement liés au tourisme, à l'hébergement et aux loisirs**, ce qui confirme que le secteur est directement représenté.

Un deuxième bloc important concerne **les commerces et l'artisanat**, souvent saisonniers.

Les **activités culturelles, associatives, environnementales** apportent un éclairage complémentaire, montrant que le sujet dépasse la seule économie.

Enfin, la présence de retraités, habitants et quelques métiers de services montre que l'enquête a touché aussi des **citoyens non-professionnels du tourisme**, donnant plus de diversité aux points de vue.

Dans l'ensemble, les répondants associent le tourisme durable dans les Landes à une **recherche d'équilibre**.

D'un côté, il s'agit de **préserver les richesses naturelles et culturelles** qui font l'identité du territoire (océan, forêts, lacs, patrimoine, traditions). De l'autre, il est question de garantir une **cohabitation harmonieuse** entre habitants, saisonniers et visiteurs, en veillant à ce que le développement touristique reste bénéfique à tous et ne dégrade pas la qualité de vie locale.

Le tourisme durable est donc perçu à la fois comme une **protection nécessaire de l'environnement** et comme une **condition sociale et économique** pour maintenir un territoire attractif et vivant tout au long de l'année.

Tableau récapitulatif :

Thèmes identifiés	Éléments évoqués par les répondants	Enjeux associés
1. Respect et préservation de l'environnement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Protection des milieux naturels (forêts, dunes, lacs, océan, faune, flore)</li> <li>- Limitation du bétonnage et des nuisances (quads, bruit, feux d'artifice)</li> <li>- Promotion d'un tourisme « propre », respectueux et écoresponsable</li> </ul>	Le tourisme durable est avant tout perçu comme la <b>préservation de la nature</b> et la <b>réduction des impacts environnementaux</b> .
2. Équilibre avec les habitants et la vie locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Respect du cadre de vie des résidents permanents</li> <li>- Limiter la surpopulation estivale</li> <li>- Préserver l'esprit village et les traditions locales</li> <li>- Favoriser une répartition équitable des retombées économiques</li> </ul>	Volonté d'une <b>cohabitation harmonieuse</b> entre touristes et habitants, avec un <b>ancrage local fort</b> .
3. Répartition et maîtrise des flux	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Étalement de la saison touristique</li> <li>- Réduction de la concentration estivale</li> <li>- Recherche d'un tourisme plus qualitatif que quantitatif</li> </ul>	Le tourisme durable doit <b>éviter le surtourisme</b> et <b>lisser la fréquentation</b> sur l'année.
4. Culture, patrimoine et identité locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valorisation du patrimoine culturel, historique et artisanal</li> <li>- Transmission des traditions landaises</li> <li>- Importance des labels de qualité et d'engagement (Tourisme &amp; Handicap, RSE, etc.)</li> </ul>	Le tourisme durable est vu comme un <b>levier de valorisation de l'identité landaise</b> et de son patrimoine vivant.
5. Mobilités et infrastructures adaptées	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développement des mobilités douces (vélo, canoë, marche)</li> <li>- Amélioration des transports collectifs</li> <li>- Adaptation des infrastructures d'accueil</li> </ul>	Le développement durable passe par des <b>équipements cohérents</b> et une <b>mobilité respectueuse de l'environnement</b> .
6. Économie locale et consommation responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Soutien aux producteurs et artisans locaux</li> <li>- Encouragement des circuits courts</li> <li>- Retombées économiques réparties sur l'ensemble du territoire et toute l'année</li> </ul>	Le tourisme durable doit être un <b>moteur économique équitable et localement bénéfique</b> .

Certains acteurs économiques mettent en œuvre des initiatives pour favoriser un tourisme plus durable, qui se structurent autour de quatre piliers :

### 1. L'environnement et la sobriété :

- **Tri sélectif et réduction des déchets** : recyclage, suppression des sacs plastiques, réutilisation (pots de bougies, matériel reconditionné).
- **Consommation raisonnée de ressources** : économies d'énergie (photovoltaïque, poêle à bois, chauffe-eau solaire, isolation), réduction de l'arrosage, limiteurs de débit d'eau.
- **Mobilités douces** : marche, vélo, prêt de vélos, sensibilisation aux déplacements non motorisés.
- **Respect de la faune et de la flore** : plantations, préservation des espaces naturels, limitation des nuisances sonores.

## 2. Consommation locale et retombées économiques sur le territoire

De nombreuses pratiques visent à **faire travailler les producteurs et artisans locaux** :

- Approvisionnement en produits locaux et de saison (alimentation, boissons, matériaux).
- Vente directe (à la ferme, circuits courts).
- Valorisation des savoir-faire locaux et artisanat.
- Engagement à rouvrir les commerces hors saison pour répondre aux besoins des habitants.

## 3. Sensibilisation, éducation et communication

Un axe fort est l'**accompagnement des visiteurs vers des comportements plus responsables** :

- Discours pédagogiques des professionnels (guides, moniteurs, commerçants).
- Panneaux de sensibilisation, animations, événements.
- Transmission aux enfants (qui deviennent eux-mêmes acteurs de sensibilisation).
- Promotion du hors-saison pour étaler la fréquentation et réduire la pression estivale.

## 4. Dimension sociale et ressources humaines

Certains répondants mettent en avant un volet **RSE et social** :

- Amélioration de l'accueil et des conditions de travail des saisonniers (logement, intégration, égalité salariale, dialogue social).
- Recrutement local, insertion des jeunes, actions en faveur de l'inclusion.
- Partenariats avec structures sociales, accueil de publics spécifiques (handicap, jeunes en insertion).

### 1. Qualité de l'expérience et du modèle touristique

- **valoriser un tourisme qualitatif plutôt que quantitatif** :
- Limitation des locations ou de la surfréquentation estivale.
- Développement d'activités hors-saison (nautiques, culturelles).
- Recherche de labels et certifications (Tourisme & Handicap, Destination d'Excellence, Écolabel).

- Mise en avant d'un tourisme qui respecte le patrimoine, l'identité locale et la qualité de vie des habitants.

A la question « Quels leviers avez-vous mobilisés pour favoriser la viabilité économique ? », les résultats montrent une **forte conscience de la fragilité économique liée à la saisonnalité**. Les deux leviers principaux – **diversification des activités** et **allongement de la saison** – traduisent une volonté partagée de sortir d'un modèle centré exclusivement sur l'été.

A la question « quelle est aujourd'hui votre période d'ouverture ? », les résultats traduisent une double réalité :

- d'un côté, une **majorité d'acteurs annualisés** (38), capables de fonctionner toute l'année, souvent grâce à la diversification (hébergement, restauration, services permanents, tourisme d'affaires, culture, bien-être...);
- de l'autre, un poids encore fort de la **saisonnalité estivale** (29), avec des tentatives pour étendre au printemps et à l'automne, mais une **quasi-absence en hiver**.

Cette répartition confirme que la **question de l'allongement de la saison** est au cœur des stratégies de viabilité économique.

Les acteurs économiques expliquent leur choix de plusieurs manières. Les choix d'ouverture ou de fermeture reposent sur un **équilibre** entre :

- **Contraintes économiques** (assurer sa viabilité, survivre, compléter ses revenus).
- **Contraintes externes** (météo, fréquentation touristique, réglementation).
- **Volontés affirmées** (s'ancrer dans le territoire, répondre aux besoins locaux, rester fidèle à ses valeurs).

On observe donc deux logiques qui coexistent :

- Une logique **subie** (contraintes économiques, manque de touristes, conditions climatiques défavorables).
- Une logique **choisie** (cohérence avec les valeurs, ancrage territorial, volonté de proposer une offre annuelle).

Les principaux leviers qui inciteraient les acteurs économiques à ouvrir à l'année sont l'augmentation de la fréquentation touristique hors saison, suivi par l'amélioration des services de la vie quotidienne (crèche, transport, santé, culture). La complémentarité entre acteurs économiques est moins citée, et seule une minorité ne souhaite pas ouvrir à l'année. Cela suggère que des mesures favorisant l'attractivité hors saison et un meilleur cadre de vie pourraient encourager l'ouverture annuelle.

Le **manque de moyens financiers** apparaît comme le frein principal pour engager ou renforcer une démarche de tourisme durable, suivi par la **difficulté d'impliquer les partenaires locaux** et la **complexité administrative**. Le manque de temps et une demande touristique jugée faible constituent également des obstacles, tandis que peu de répondants remettent en cause l'intérêt de la démarche ou signalent un déficit d'information. Cela indique que pour renforcer le tourisme durable, il faudrait prioritairement **soutenir financièrement les acteurs, faciliter la coopération locale** et **simplifier les démarches administratives**.

Le **réseau avec d'autres acteurs engagés** est le soutien le plus plébiscité pour développer une offre plus durable, suivi par l'**accès aux financements** et la **valorisation des actions durables**. Les formations,

outils de diagnostic et accompagnement personnalisé sont jugés utiles mais de façon moins prioritaire. Cela montre que la collaboration et le soutien financier/communicationnel sont clés pour encourager le développement d'une offre touristique durable.