

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES



Pyréneo

LE GRAND RENDEZ-VOUS

Pyréneo #4

“

**Réinventons la relation
« Homme-nature-territoire » dans les
Pyrénées !**

”

Compte rendu des ateliers

Avec la participation des étudiants du Master Tourisme, Loisirs et Développement Territorial de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour.

Sommaire

Atelier 1 : Pastoralisme et transhumance : l'ADN des Pyrénées	3
Atelier 2 : Imaginons ensemble la station pyrénéenne de 2050 !.....	5
Atelier 3 : De la transformation à la commercialisation, comment mieux valoriser les ressources issues de l'agriculture pyrénéenne ?.....	7
Atelier 4 : Le numérique pour mieux vivre et entreprendre dans les Pyrénées : mirage ou promesse ?	8
Atelier 5 : [Agri]cultures, partageons nos imaginaires !.....	10
Atelier 6 : Pour des Pyrénées plus et mieux partagées	13
Atelier 7 : Pour une pratique partagée et responsable des sports et loisirs de nature dans les Pyrénées. Comment adapter l'offre à une demande en pleine mutation ?.....	15



Atelier 1 : Pastoralisme et transhumance : l'ADN des Pyrénées

Lieu : Cinéma Le Régent



Animation : Sarah Fichot, ACAP, Florence Laparra, Agence des Pyrénées et Yan Brianti-Gaye, Agora Pyrénées

Intervenants : Philippe LACUBE, Éleveur transhumant et Président de l'Association des Chambres d'Agriculture des Pyrénées

Pascal PROVENCEL, Producteur réalisateur, récompensé par CBNEWS en 2022 pour son court-métrage "Transhumancia"



Cet atelier a été dédié à la projection en avant-première du film *L'ADN des Pyrénées*, consacré au pastoralisme, co-produit par l'Association des Chambres d'Agriculture des Pyrénées (ACAP) et réalisé par Pascal Provencel.

Donner la parole aux éleveurs des Pyrénées s'annonçait comme une démarche risquée et peu sûre d'aboutir. Ces bergers et agriculteurs, souvent décrits comme pudiques, discrets ou taiseux, plongés dans le silence, souvent involontairement, ont ici accepté d'ouvrir les portes de leurs chalets d'estive. Loin des préjugés, ce sont des gens chaleureux et bienveillants que Pascal Provencel a pu nous faire découvrir. Longtemps, leur parole vivait uniquement grâce à des élus locaux, grâce à des représentants divers et variés, plus ou moins convaincus de l'importance du sujet. L'enjeu était donc celui-ci : rendre leurs voix à ces éleveurs, capter leurs témoignages pour que les problématiques qui mettent réellement en danger les Pyrénées ressortent.

L'ACAP, dont la mission est de défendre les intérêts des agriculteurs pyrénéens, a choisi de leur donner la parole à travers ce documentaire, réalisé avec le soutien financier du préfet coordonnateur du Massif des Pyrénées. Le premier long-métrage de Pascal Provencel est un film poignant sur l'essence même des Pyrénées, ce qui fait sa vie et son entretien : le pastoralisme et ses transhumances tant ancrées dans l'identité des montagnes pyrénéennes, des éléments capitaux pour la préservation de la biodiversité. Le film met en lumière l'importance du pastoralisme dans les Pyrénées, en soulignant que cette pratique est essentielle pour préserver l'identité, la culture et l'environnement de la région. La diversité des montagnes est précieuse et nécessite un entretien constant pour maintenir la vie qui y prospère. Un territoire multi usage, que les éleveurs ont appris à partager. Cependant, ce cadre aux allures idylliques est pourtant entaché par un problème de plus en plus présent et effrayant pour les acteurs de l'élevage pyrénéen. A tel point qu'en quelques années seulement, les estives sont devenues sources d'angoisses et de peurs.

La cause ? La terrible hausse de la prédation, en particulier celle de l'ours slovène introduit il y a quelques années dans la région. Depuis cette réintroduction, 10 513 brebis sont mortes et 10 000 ont disparu, ce qui provoque un stress croissant chez les bergers. A la fin de la projection en avant-première du film, à Saint-Gaudens, en marge des rencontres Pyrénéo et des Pyrénéennes, deuxième plus grande foire agricole de France, un éleveur présent dans l'assemblée se demandait : "pourquoi un animal en vaut plus qu'un autre ?". Autrement dit, pourquoi est-ce aux éleveurs de constater parfois jusqu'à plusieurs dizaines de bêtes perdues par saison ?

Mais Pascal Provencel prévenait, il ne s'agit pas d'un film en faveur ou en défaveur de la présence de l'ours ou du loup dans les Pyrénées, il s'agit d'un film pour donner la parole à ceux qui ne l'ont pas souvent, à ces gens réservés qui rencontrent désormais d'importantes difficultés, financières, logistiques et humaines.

Le film met en avant la solidarité et le travail collectif qui unissent les bergers des Pyrénées, de la Catalogne au Pays Basque. La transhumance, une pratique traditionnelle qui marque les saisons, est un symbole de cette cohésion. Elle incarne aussi la transmission des savoir-faire. Malgré la solidarité dans ce sport d'équipe qu'est le pastoralisme, ce sont ces maux, ces craintes qui sont apparus. Sans scénario, ce film avait pour ambition de montrer la réalité du métier et l'amour du pastoralisme et des estives, de fait lié à la réalité actuelle de la situation, qui résulte d'une décision non démocratique, celle de la réintroduction de prédateurs tels que l'ours de Slovénie, dont la provenance interroge encore. Une décision non cohérente selon les éleveurs par rapport aux besoins de leurs animaux qui rentrent désormais des estives blessés, stressés et fatigués.

Si le pastoralisme disparaît, l'ADN des Pyrénées disparaît avec lui. Il est donc important de donner la parole aux éleveurs et aux bergers pour maintenir cette tradition et préserver un mode de vie qui fait partie intégrante du patrimoine pyrénéen.

Atelier 2 : Imaginons ensemble la station pyrénéenne de 2050 !

Lieu : Le CUBE - Saint-Gaudens



Animation : Animation collective assurée par l'Agence des Pyrénées, Agora Pyrénées, EDF "une rivière, un territoire" et la Compagnie des Pyrénées.

Intervenants : Pierre Albert, Directeur Stratégie territoriale et Planification Urbaine pour Citadia



Pierre Albert a introduit l'atelier en soulignant la nécessité de repenser le modèle des stations de montagne à l'horizon 2050. En particulier, les stations pyrénéennes, diverses dans leur configuration (stations historiques, stations de vallée, pôles valléens, stations thermales, bourgs ruraux, stations vertes...), doivent anticiper les changements profonds affectant les territoires montagnards : réchauffement climatique, évolution des attentes touristiques et enjeux économiques. Il a ensuite proposé diverses définitions d'une "station de montagne", en précisant qu'il ne s'agissait pas seulement d'une station de ski, comme beaucoup pourrait le penser aux premiers abords. Selon Pierre Albert, une station de montagne pourrait se définir comme "un lieu de vacances ou de villégiature situé dans une zone élevée", ce qui constitue un élément d'attractivité touristique par l'addition des activités de loisir.

Première partie : La station de montagne en 2050

L'un des principaux constats de cette première phase de réflexion est que la montagne continue d'attirer de plus en plus de visiteurs, notamment depuis la pandémie de COVID-19. En 2050, une station de montagne ne peut plus être simplement perçue comme un lieu de villégiature secondaire, mais bien comme un centre vital offrant des services essentiels (santé, logement, emploi, énergie) et des activités variées. Celles-ci doivent donc innover en proposant des activités estivales afin de continuer à générer des revenus. En effectuant cela, les stations de montagnes diversifient leurs offres touristiques, en proposant des activités telles que le mountain kart, le canyoning ou encore le VTT. Cette diversification est cruciale face à l'éventuel déclin du ski, encore moteur économique majeur.

Deuxième partie : Les solutions à envisager

Les solutions et les sujets qui sont le plus ressortis lors de cet atelier étaient la **protection** de l'environnement et de l'écosystème, **l'économie** et **l'habitat**.

Les discussions au sein des groupes et la mise en commun des idées ont fait émerger plusieurs pistes d'action :

La gestion de l'eau : la montagne doit devenir le "château d'eau" des plaines, en améliorant la gestion des ressources hydriques.

Les logements : il est nécessaire de lutter contre le phénomène des résidences secondaires qui freinent l'installation permanente. Une restructuration des logements anciens, en évitant l'artificialisation du sol, est une priorité pour répondre à la demande croissante.

Le secteur de l'emploi : la création d'emplois à l'année, avec une hybridation des métiers (ex : télétravail, polyvalence), est perçue comme essentielle pour maintenir un dynamisme économique local.

Préservation de l'environnement : la transition énergétique, notamment par l'abandon de certaines infrastructures énergivores comme les télésièges, et la protection des écosystèmes, sont des enjeux fondamentaux pour l'avenir.

Cette structure d'atelier a permis aux participants d'explorer les défis et les opportunités qui se présenteront aux stations de montagne dans les décennies à venir. Les discussions ont principalement tourné autour de trois grands thèmes : l'habitabilité et la qualité de vie, la préservation de l'environnement, et la viabilité économique. Cette approche a favorisé l'émergence d'idées et adaptées au contexte local, visant à créer des stations de montagne durables et attrayantes pour 2050.

Troisième partie : Conclusion et priorités

Les débats ont souligné qu'il ne sera plus possible, en 2050, de créer de nouvelles infrastructures en montagne sans démolir ou rénover les bâtiments existants. De plus, la question de la neige artificielle a été abordée : si l'eau est restituée à 85%, c'est surtout l'énergie nécessaire à sa production qui pose un problème. D'ici 2050, les stations devront être résilientes en maintenant un équilibre entre attractivité touristique et respect de l'environnement naturel.

Atelier 3 : De la transformation à la commercialisation, comment mieux valoriser les ressources issues de l'agriculture pyrénéenne ?

Lieu : Les Pyrénéennes – Parc des expositions du Comminges – salle de conférence



Animation : Karine Brun, Agence des Pyrénées, Julianne Papuchon, Association des Chambres d'Agriculture des Pyrénées et Maurice Guillaume, Agora Pyrénées

Intervenants : Laurent Monticciolo, Directeur de la SCIC Abattoirs du Comminges, Olivier Tardy, Directeur de la coopérative "Les Jardins de la Haute-Vallée de l'Aude", Stéphanie Tetrel, Cheffe de projet Nòu Ariège Pyrénées, Alexandre Fonseca, Directeur du consortium "Noir de Bigorre", Sabine Barra, Directrice Générale de "Saveurs des Pyrénées", Jean-Louis Cazaubon, Éleveur, Maire et Vice-Président de la Région Occitanie



Atelier 4 : Le numérique pour mieux vivre et entreprendre dans les Pyrénées : mirage ou promesse ?

Lieu : Cinéma Le Régent



Animation : **Christiane Labat, Agence des Pyrénées et Patrice Duboé, Agora Pyrénées**

Intervenants : **Jean Roque, Vice-président du Département des Pyrénées-Orientales, Jean-Pierre Cazaux, Maire d'Arrens-Marsous, Philippe Medina, directeur aménagement et usages du numérique au SYADEN, Cathy Montauban, élèveuse**



La transformation numérique est devenue un vecteur essentiel de notre société contemporaine, et les Pyrénées ne peuvent échapper à cette dynamique. Plutôt que de débattre de la nécessité d'adopter le numérique, il est impératif de s'interroger sur la manière dont cette révolution peut être intégrée sans que le territoire ne perde son âme.

Trois axes de réflexion

Appropriation des outils : Il est nécessaire que le territoire Pyrénéen s'approprie les outils numériques pour développer un nouveau modèle économique adapté à ses spécificités.

Innovation de solutions : L'invention de solutions innovantes doit répondre aux enjeux locaux, tenant compte des singularités des Pyrénées.

Adaptation des usages : Les pratiques numériques doivent être ajustées aux réalités du territoire, favorisant ainsi une utilisation pertinente et efficace.

Les défis à relever

Le défi principal réside dans la nécessité de repenser le modèle de développement territorial. Les nouvelles technologies offrent des opportunités sans précédent pour valoriser le patrimoine naturel et culturel des Pyrénées, mais cela s'accompagne d'une responsabilité nouvelle. Le déploiement du numérique, soutenu par des infrastructures solides, doit veiller à éviter l'exclusion sociale, nécessitant des politiques de formation et d'accès bien pensées.

Il est essentiel de garder à l'esprit que la maîtrise des outils numériques est la clé pour éviter de tomber dans le piège d'une promesse trompeuse. Les Pyrénées s'acheminent vers des évolutions significatives dans les cinq prochaines années, notamment avec l'arrivée de la 5G, et la transition progressive vers des réseaux de communication plus performants.

Les initiatives des Pyrénées Orientales

La fibre pour tous

Jean Roque a présenté l'ambitieux projet de déploiement de la fibre optique dans les Pyrénées Orientales. Cette initiative vise à garantir l'accès à Internet à très haut débit pour tous les habitants, avec un objectif de 200 000 prises réparties sur 180 communes.

Le chantier, estimé à 200 millions d'euros, bénéficie de financements divers : 20 millions d'euros de la région, 30 millions de l'État, et 2 millions de l'Europe, le reste étant pris en charge par le département. Ce projet a permis la création de 3 000 emplois, avec une formation adaptée pour les professionnels impliqués. À ce jour, 180 000 prises ont déjà été installées, garantissant à chaque habitant une connexion potentielle, tout en respectant le choix d'abonnement.

Cette initiative est d'autant plus pertinente qu'elle permet de répondre aux besoins spécifiques des entreprises et des services publics dans un territoire caractérisé par un relief accidenté et rural. Le département collabore étroitement avec 11 communautés de communes pour améliorer les services numériques.

Depuis trois ans, des conseillers numériques sont mis à disposition des communes pour les accompagner dans leurs démarches. Un diagnostic a été réalisé afin d'identifier les besoins des collectivités, avec la possibilité pour chaque maire de décider de l'acquisition de matériel. Le développement d'un data center permettra également de sécuriser les données au niveau local, évitant leur stockage dans des centres éloignés.

Le numérique représente une promesse enthousiasmante pour les Pyrénées, mais sa mise en œuvre doit être réfléchie. En s'appropriant ces outils, les acteurs locaux peuvent non seulement valoriser leur territoire, mais également garantir un développement économique harmonieux et durable. Il est désormais de notre responsabilité collective de transformer cette promesse en réalité, loin des mirages trompeurs.

Atelier 5 : [Agri]cultures, partageons nos imaginaires !

Lieu : Cinéma Le Régent



Animation : **Sophie Puscian et Corinne Letuppe, Agora Pyrénées**

Intervenants : **Julie Crenn, historienne de l'art, critique, commissaire d'exposition, Rémi Paris, éleveur de brebis laitières, Natacha Sansoz, artiste et fondatrice de l'association Tram-e à Oloron-Sainte Marie, Marie Bruneau, designer, Anne-Guite Beau-Castagnac, géographe, projets sociaux de territoire collectivités et économie sociale et solidaire**



L'agriculture et la culture sont des phénomènes qui peuvent être croisés par l'hybridation dans un but de développement territorial des zones de montagnes pyrénéennes. En usant des savoirs-êtres, savoir-faire et connaissances des acteurs locaux, il est possible d'établir une réflexion sur l'agriculture de demain par la mise en relation avec la culture au sens large. On cherche à créer un lien fort entre ces domaines qui ressortent du même champ sémantique (culture) au profit de l'humain et de son développement tant psychique que physique. En effet, agriculture et culture permettent de nourrir les Hommes, à la fois le corps (agriculture) mais également l'esprit (culture). On cherche à créer une relation Homme-Nature-Territoire, avec le territoire comme intermédiaire pour une identité et une subjectivité forte de ces territoires via une pluralité des terroirs pour une singularité territoriale.

L'atelier s'est déroulé en 3 parties.

La première s'intéressait à l'histoire de la place de l'agriculture dans notre société mais également celle de la culture, qui sont toutes deux très liées depuis des siècles. Cette première partie a été animée par les deux co-animatrices de l'atelier, membres du conseil d'administration d'Agora Pyrénées et membres de l'association "Ateliers Imaginaires Pyrénéens » à titre personnel.

Ainsi, l'étymologie du champ sémantique de la culture nous a été présenté. On retrouve ainsi, labour, cultivateur, agriculteur, paysan, éleveur ; ces termes ont tous un sens lié à diverses branches de la production agricole. En effet, la culture est dans un premier temps le fait de cultiver les champs puis au fil du temps s'est définie par un sens plus large, à savoir le fait de considérer comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances selon l'UNESCO, autrement dit, tout ce qui touche à l'art et l'esprit. L'image la plus parlante pour décrire cette hybridation est celle de la "Semeuse", peinture réalisée par Roty à la fin du XIXème siècle qui est présente sur la plupart des pièces de monnaies françaises d'antan et d'aujourd'hui. Cette représentation est ancrée dans la mémoire collective française, on y fait plus attention alors qu'elle représente la France agricole

d'autrefois, cette France qui n'avait pas encore connu la révolution agricole. On comprend donc la subtilité qui existe entre agriculture et culture, de la dichotomie qui existe dorénavant.

La deuxième partie se concentrait sur l'intervention de professionnels du monde agricole et de la culture avec trois intervenants. Remi Paris a pris la parole, installé en Vallée d'Ossau, gérant de son exploitation agricole après avoir travaillé une dizaine d'années dans la fonction publique territoriale. Sa passion pour son métier a été transmise par son père. Il a observé sa famille et les a aidés à travailler, avec une transmission des savoir-faire et savoir-être traditionnel qui se sont adaptés au fil du temps avec le progrès technique. Ce dernier a permis de changer certaines méthodes de travail mais aussi d'alléger la pression mentale que peuvent ressentir les agriculteurs. L'intervenant est un agriculteur/éleveur qui pratique la transhumance.

La deuxième intervenante, Natasha Sansoz, est une artiste qui confectionne des œuvres d'arts et tapisseries via l'utilisation de laines de brebis en collaborant avec divers acteurs locaux tels que des éleveurs, des associations, des écoles et collèges, mais aussi en faisant des résidences d'artistes avec une réflexion sociétale et environnementale. Ces créations servent à la transhumance, notamment les tentes pour que les éleveurs puissent dormir à proximité du bétail lorsque celui-ci est en Haute-Vallée pendant les estives mais que les conditions météorologiques ne sont pas favorables. La réflexion sociétale de l'artiste intervient sur la volonté de promouvoir et transmettre les traditions béarnaises au plus jeunes mais aussi aux habitants de différentes collectivités par la mise en place d'expositions itinérantes. Sa réflexion environnementale s'assimile par l'utilisation de ces laines mais aussi par la teinte (avec des colorants naturels) des brebis avant d'effectuer la transhumance. Elle cherche à sensibiliser les passants à l'importance de l'agriculture et que celle-ci doit être respectueuse de l'environnement.

Enfin, le dernier intervenant est une historienne de l'art spécialisée dans le monde agropastoral. Son mari est un éleveur de bovins qui a cessé son activité il y a peu par manque de moyens financiers et humains. Cet atelier visait donc à trouver des manières afin de réconcilier agriculture et société. L'intervenante participe ainsi à des résidences d'artistes autour de l'agriculture.

L'hybridation, concept évocateur d'un développement territorial montagnard amène à réfléchir à de nouvelles formes de lieux et de métier par la mutualisation. L'hybridation peut se définir comme étant la relation à l'autre, chaque partie apporte sa part dans la notion de territorialité, relève de plusieurs facteurs et enjeux. En effet, l'hybridation invite les personnalités morales et physiques à diversifier leur activité principale avec une ou plusieurs activités secondaires. Ainsi, on peut identifier des agriculteurs-restaurateurs, des agriculteurs-gérants de gîtes/maisons d'hôtes. Cela leur permet ainsi d'avoir de nouveaux revenus mais aussi de créer une nouvelle identité territoriale. L'hybridation n'est pas à confondre avec les termes d'assimilation, de juxtaposition, d'une entité qui prend le dessus sur l'autre, mais plutôt de deux entités qui fusionnent au même niveau de hiérarchie.

En conclusion, le territoire pyrénéen cherche à redonner une nouvelle image et une nouvelle identité forte de ses pluralités de terroirs afin de s'ouvrir à une singularité territoriale. Pour se faire, les acteurs se servent de la notion d'hybridation pour développer économiquement, socialement et touristiquement le territoire par la mise en relation d'agriculteurs, d'artistes, de collectivités territoriales, d'associations mais aussi de visiteurs et touristes. Ainsi, on cherche à faire évoluer les mentalités et perceptions qu'on peut se faire du monde agropastoral dans les milieux ruraux.

Atelier 6 : Pour des Pyrénées plus et mieux partagées

Lieu : Cinéma Le Régent



Animation : **Philippe Serre, Réseau Education Pyrénées Vivantes et Joël Maitia, Agence des Pyrénées**

Intervenants : **Pierre Macia, la Maison de la Montagne Matthieu Désarnaud, PEP 09, Oskar Andueza, Mendikate (Navarra) / Réseau Education Pyrénées Vivantes.**



L'objectif principal de cet atelier était de parler des publics souvent ignorés tout en partageant une vision commune des Pyrénées. Pour y parvenir, plusieurs méthodes ont été mises en œuvre, notamment une analyse des obstacles sociaux qui a permis d'identifier les groupes cibles et de mieux comprendre leurs besoins et attentes.

Le projet a encouragé une réflexion collective sur les défis liés aux Pyrénées à travers un atelier organisé pour clarifier ces enjeux et favoriser des discussions constructives. Les participants ont exprimé un grand intérêt pour les initiatives futures, soulignant l'importance de construire des ponts entre les différentes populations et la richesse naturelle des Pyrénées. L'objectif était d'élargir l'accès aux Pyrénées pour les groupes sous-représentés et partager une vision commune de leur avenir.

Problématiques abordées

- Rendre les montagnes accessibles aux résidents locaux.
- Intégrer le concept de "Pyrénées" dans la vie des groupes accompagnés.
- Adapter l'environnement plutôt que de toujours ajuster les individus à celui-ci.
- Former les professionnels à l'importance des montagnes dans leur travail.
- Créer des liens durables entre les résidents permanents et les visiteurs occasionnels.

Enjeux

- Manque de connaissance ou d'intérêt pour les Pyrénées chez certains publics locaux.
- Nécessité de formations spécifiques pour les professionnels.
- Besoin d'adapter les infrastructures et les transports.
- Difficultés financières pour mettre en place des actions inclusives.

En conclusion de cet atelier, il est ressorti la nécessité de développer des projets d'éducation à long terme dans les zones de montagne et de renforcer la formation des professionnels. Améliorer la communication et le partage d'expériences entre les différents acteurs est également un point important. Enfin, il convient de réfléchir à la manière de rendre les initiatives pour les publics empêchés aussi naturelles que les projets touristiques traditionnels.

Atelier 7 : Pour une pratique partagée et responsable des sports et loisirs de nature dans les Pyrénées. Comment adapter l'offre à une demande en pleine mutation ?

Lieu : Cinéma Le Régent



Animation : **Hélène Gaulier, Agence des Pyrénées, Vincent Fonvieille et Olivier Bessy, Agora Pyrénées**

Intervenants : **Loïc Gojard, maire, conseiller départemental et président de Haute-Garonne Tourisme, François Gillaizeau, gérant de L'Estapa, magasin de sports, agence de voyage à St-Gaudens, Mathieu Breton, accompagnateur en montagne témoin du phénomène "trail" en val d'Azun (65), Thomas Legeay, Tom Rafting, base nautique écoresponsable à Villelongue (65), Caroline Bayard, activités outdoor pour Ariège Pyrénées Tourisme, Soize Le Floch, gardienne du refuge d'Ayous (64).**



En introduction, Olivier Bessy a expliqué que les loisirs et sports de pleine nature sont des référents existentiels privilégiés. Ils exercent un puissant tropisme sur la vie sociale, participent à la conquête de l'autonomie et à l'émancipation de chacun. De plus, ils favorisent un rapport sensible et responsable avec l'environnement. C'est pourquoi ils sont aujourd'hui confrontés à de nouveaux enjeux, à savoir économiques, environnementaux et socio-culturels. En termes d'enjeux économiques, on retrouve par exemple la diversification de l'économie touristique, comme l'économie redistributive, pour rééquilibrer les territoires. Les enjeux environnementaux font référence à la préservation des ressources, aux aménagements et événements durables ainsi qu'à une mobilité éco-responsable. Les enjeux socio-culturels font référence à l'accessibilité de tous les publics, à minimiser les conflits d'usages, le partage des espaces ainsi que favoriser des expériences face aux nouvelles attentes des usagers.

En rapport avec cela, un nouveau profil du pratiquant des loisirs et sports de pleine nature a été dressé. Ce dernier se veut Concerné (quête de sens), Curieux (enrichissement personnel), Responsable (respect des lieux et éthique personnelle), Connecté et Déconnecté (besoin de rester branché mais de ralentir aussi) et Convivial (dans le partage avec les habitants et les autres usagers).

Face à ce nouveau profil du pratiquant et aux changements actuels, les acteurs sont confrontés à plusieurs défis qu'ils se doivent de relever. Tout d'abord, il faut élaborer des politiques publiques cohérentes en intégrant les sports et loisirs de nature dans un projet de société et de territoire. Il faut aussi mettre en œuvre une véritable démarche d'ingénierie territoriale.

En lien avec tous ces défis, la gouvernance est à améliorer, il n'y a pas de gouvernance miracle car les écosystèmes territoriaux sont hétérogènes. Il faudrait optimiser les stratégies des

acteurs, qui agissent très rarement tous de la même façon, ainsi que privilégier une gouvernance partenariale, participative et partagée. Privilégier les micro-gouvernances permettrait d'optimiser la gouvernance en travaillant sur des périmètres spécifiques et des formes d'innovation territoriales.

Après cela, tous les acteurs ont donc été invités à prendre place à l'avant pour présenter leur entreprise et répondre à la question suivante : Remarquez-vous des évolutions en termes de pratiques et de clientèle sur vos sites respectifs ?

François Gillaizeau, gérant de L'Estapa, magasin de sports, agence de voyage à St-Gaudens.

François met en avant le fait qu'il y a de plus en plus de personnes qui pratiquent des activités de nature. Ces activités sont "de plus en plus scénarisées et marketées par les marques dans les pubs". L'activité en soit n'est plus suffisante, les personnes cherchent une expérience, avec par exemple un pique-nique en haut d'un sommet, un coucher de soleil, une dégustation de produits, quelque chose de reposant, etc. Le magasin de François voit une demande croissante pour des activités de base comme la raquette et le vélo, mais ces dernières ne sont pas au cœur des attentes des clients. La restauration prend de plus en plus d'importance. Les consommateurs sont désormais très soucieux de ce qu'ils mangent et veulent connaître l'origine des produits, privilégiant les circuits courts. L'hébergement, quant à lui, devient une préoccupation secondaire. Aujourd'hui, les clients se préoccupent davantage de la qualité des repas que des activités ou de l'hébergement lui-même. Une évolution des pratiques écoresponsables est en cours. Bien que tous les pratiquants ne soient pas encore engagés, de plus en plus de personnes font attention à ce qu'elles portent, mangent, et aux moyens de transport qu'elles utilisent. De plus, une nouvelle clientèle apparaît progressivement : ceux qui se lancent dans de longs voyages à vélo. Ce public est attiré par le slow tourisme et l'itinérance, une tendance sur laquelle les entreprises doivent capitaliser pour répondre à cette demande. À propos de cette demande, François suggère une révision des conditions d'annulation. Par exemple, il propose de ne plus autoriser les annulations gratuites pour cause d'absence de neige (comme le fait Booking). Cela encouragerait les clients à maintenir leur séjour, même si les conditions ne sont pas idéales, et permettrait aux entreprises de limiter la perte de clientèle.

Mathieu Breton, accompagnateur en montagne témoin du phénomène "trail" en val d'Azun

Mathieu observe aussi une évolution dans la demande des activités en montagne. Selon lui, il faut "préserver la nature en soi et non pour soi". Il nous a expliqué que son métier est fortement dépendant des flux touristiques et des saisons, mais il fait le pari d'adapter son offre pour valoriser toutes les périodes de l'année, refusant de se limiter à une saison spécifique. Selon lui, l'exotisme n'est pas lié à la distance parcourue, mais peut être trouvé à proximité de son lieu de résidence. Pour Mathieu, la solution pour redécouvrir la montagne et la nature est déjà présente, mais il reste à savoir comment y accéder. De plus, l'appel de l'aventure et de l'incertitude attire de plus en plus de personnes. Cependant, il met l'accent sur la forte expansion du phénomène du trail, avec des événements tels que l'UTMB (Ultra-Trail du Mont-

Blanc), qui attirent un nombre croissant de participants, malgré des inscriptions souvent onéreuses, avec des dossards parfois à des prix très élevés.

Soize Le Floch, gardienne du refuge d'Ayous

Par la suite, Soize, gardienne du refuge d'Ayous, situé dans le parc national des Pyrénées, observe une évolution du profil des randonneurs. Depuis la pandémie de Covid-19, de plus en plus de jeunes viennent randonner, avec une forte hausse de la fréquentation par des femmes et des personnes de moins de 30 ans. Soize insiste sur l'importance d'expliquer le fonctionnement et les règles du refuge. Elle met particulièrement l'accent sur le respect de la nature, en sensibilisant les visiteurs afin de garantir une expérience responsable et respectueuse de la montagne. Une des problématiques actuelles du refuge concerne les sanitaires, devenus insuffisants face à l'augmentation du nombre de visiteurs. Leur gestion pose des difficultés car ils sont trop petits pour répondre à la demande croissante.

Caroline Bayard, activités outdoor pour Ariège Pyrénées Tourisme

Caroline a ensuite pris la parole et a expliqué qu'elle a observé un changement de comportement chez les touristes, qui cherchent désormais à "vivre des expériences plutôt que de simples visites". Depuis 2013, le nombre de touristes a considérablement augmenté dans la région. Actuellement, 24% des visiteurs se rendent en montagne, un chiffre bien supérieur à la moyenne nationale, alors que moins de 10% préfèrent les zones urbaines. Ces dernières années, plusieurs tendances se dégagent par exemple depuis deux ans, le prix des forfaits de stations a fortement augmenté, ce qui impacte le pouvoir d'achat. Par conséquent, de plus en plus de personnes choisissent de payer en plusieurs fois sans frais, en raison de la baisse de leur pouvoir d'achat. De plus, l'empreinte carbone devient une préoccupation croissante, avec une demande accrue pour des transports en commun afin de réduire l'impact environnemental. Enfin, on peut aussi relever une hausse de fréquentation des forfaits piétons pour les remontées mécaniques, preuve que de nombreux visiteurs cherchent des alternatives aux activités traditionnelles de montagne.

Thomas Legeay, Tom Rafting, base nautique écoresponsable à Villelongue

Après cela, Thomas a souligné la différence entre les pratiques encadrées et non encadrées. Lors des activités encadrées par un moniteur, les touristes prennent davantage conscience de l'écologie, car les moniteurs les sensibilisent à l'importance de protéger l'environnement. Il met l'accent également sur l'importance des réseaux sociaux comme outils pratiques pour atteindre un public plus large. Il considère que son site, à faible impact carbone, représente une évolution vers une approche écoresponsable. Avant terminer son intervention, il nous explique qu'il regrette que l'accent soit souvent mis sur les vacances ayant un fort impact environnemental, tandis que celles à faible impact sont rarement mises en valeur. À ses yeux, ces dernières représentent une solution pour promouvoir un tourisme plus durable et respectueux de la nature.

Loïc Gojard, maire, conseiller départemental et président de Haute-Garonne Tourisme

En conclusion, comme le souligne Loïc Gojard, le tourisme est avant tout une politique de l'offre. En tant que collectivité territoriale, il est essentiel de réfléchir à une stratégie adaptée pour le département. Pour lutter contre la surfréquentation, il propose de réduire la communication autour des lieux les plus fréquentés. Par exemple, il suggère d'arrêter de promouvoir le Lac d'Oo, qui est déjà surchargé, et de diriger les visiteurs vers d'autres sites moins connus. Il insiste également sur l'importance de l'éducation à l'environnement et à l'éducation physique et sportive, affirmant que cela constitue un travail permanent, continu et sans fin. Cette approche est cruciale pour sensibiliser les touristes à la nécessité de préserver les espaces naturels tout en profitant des activités en plein air. L'éducation à l'environnement et les professeurs d'EPS peuvent aussi jouer un rôle dans cette vocation. « C'est un travail permanent, continu et sans fin ».

Concernant les différentes interactions / échanges entre le public et les intervenants, il en est ressorti qu'il est important d'encourager des pratiques durables en matière de transport. Une idée intéressante serait de mettre en place des récompenses pour les personnes utilisant des transports doux. Par exemple, cela pourrait inclure des promotions sur la SNCF et des partenariats avec la FFR, afin de sensibiliser les clients à ces initiatives.

D'une autre part, la sensibilisation des générations futures est un autre aspect essentiel. Pour agir efficacement, il est primordial de commencer dès le plus jeune âge. Des programmes tels que les classes vertes à l'école ou des opérations de baroudages peuvent jouer un rôle clé. Cependant, les solutions actuelles ne sont pas concluantes. Par ailleurs, un autre point de préoccupation est souligné : l'impact du trail sur la faune et la flore. Bien que la réduction de la fréquentation serait l'idéal, cela n'est pas réellement possible. De plus, les enseignants eux-mêmes manquent de formation sur la sensibilisation à l'environnement dans leur cursus, ce qui limite leur capacité à transmettre ces valeurs aux élèves. Pour répondre à ces différents problèmes, une suggestion a été faite et qui consiste à développer une offre singulière plutôt que de simplement s'adapter aux changements. Enfin, des mesures concrètes ont déjà été prises dans certaines régions. Par exemple, dans les Alpes, la fermeture des parkings en altitude a contribué à diminuer le nombre de visiteurs. Cependant, il est nécessaire de mettre l'accent sur les réseaux sociaux qui représentent également un défi majeur pour la fréquentation des sites, comme le démontre l'exemple de Strava, qui provoque la surfréquentation de certains itinéraires.