

L'AGENCE
DES
PYRÉNÉES



Pyréneo

LE GRAND RENDEZ-VOUS

PYRÉNEO #3



Face aux défis contemporains, les Pyrénées,
une terre d'hospitalité et d'innovation.



SYNTHÈSE DES ATELIERS

Pyréneo est soutenu par les financeurs de l'Agence des Pyrénées



EN PARTENARIAT AVEC LES 39 STATIONS DU MASSIF PYRÉNÉEN

Avec la participation des étudiants du Master Tourisme de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour

SOMMAIRE

[Synthèse graphique par Pierre Chanut](#)

[Atelier 1 : Comment l'hospitalité contribue-t-elle à la construction de la communauté pyrénéenne ?](#)

[Atelier 2 : Gestion et préservation partagées de la ressource en eau, le grand défi pyrénéen](#)

[Atelier 3 : « Révéler les Pyrénées » : par-delà nature et culture](#)

[Atelier 4 : Made In Pyrénées : comment créer de la valeur à partir de l'identité pyrénéenne ?](#)

[Atelier 5 : L'hospitalité, un nouveau souffle pour le tourisme pyrénéen](#)



pierre CHANUT

L'AGENCE DES PYRÉNÉES

AGORA PYRÉNÉES

Vision d'ensemble des contenus des ateliers à l'initiative de Pierre Chanut

Pyréneo

LE GRAND RENDEZ-VOUS

Atelier 1 : comment l'hospitalité contribue-t-elle à la construction de la communauté pyrénéenne ?



Intervenants :

- Laurence Barthe, Géographe, Maître de conférences, Université Toulouse Jean Jaurès
- Jean-François Soulet, Historien, Professeur d'histoire retraité, Écrivain
- Francis Savy, Maire de Mazuby, Président de la communauté de communes Pyrénées Audoises
- Laetitia Geneyton, Dirigeante de la société « Rêver les futurs », Pointis de Rivière (31)
- Mélanie Louey, Agricultrice et gérante du restaurant « L'auberge du lac d'Estaing », Estaing (65)



Animation : Karine Brun, Agence des Pyrénées et Vincent Fonvieille, Agora Pyrénées

PROBLEMATIQUES

Lors de cet atelier, plusieurs problématiques ont émergé :

- Comment les Pyrénéens enracinés depuis des générations voient-ils et accueillent-ils les nouveaux arrivants ? Et en retour comment les néo-habitants vivent-ils leur intégration ?
- Est-ce que les Pyrénéens sont accueillants pour les nouveaux arrivants ?
- Quels sont les facteurs favorables (ou non) à leur intégration ?
- Quelles sont les idées à développer pour activer de nouveaux leviers d'intégration ?
- Comment se crée et évolue cette communauté nouvelle ?
- Qu'est-ce qui fait la société pyrénéenne de demain ?

Cet atelier abordait le sujet de l'hospitalité dans les Pyrénées, ce qui a suscité des débats autour des notions de « brassage » et « d'attractivité » avec la confrontation de regards et points de vue différents sur l'idée des Pyrénées comme terre d'accueil, terre hospitalière. L'atelier a donné la parole à plusieurs types d'intervenants : des enseignants-chercheurs, un élu et des néo-résidents pyrénéens qui ont témoigné de leur expérience personnelle en livrant une sorte de récit de vie. Les intervenants étaient pour certains natifs des Pyrénées, pour d'autres issus d'horizons plus lointains et établis dans le massif depuis une durée variable.



SYNTHESE

La première à prendre la parole a été **Laurence Barthe** (géographe et maître de conférences à l'université de Toulouse Jean Jaurès). Celle-ci soutenait que les habitants des Pyrénées sont le fruit d'un brassage qui date du XVIII^e siècle. Les Pyrénées ont toujours été attractives et poreuses, car c'est une terre de circulation de populations. Les nouvelles arrivées sont liées à des proximités régionales (Espagne, Italie, Portugal, Algérie). Selon la géographe, seulement 10% des Pyrénéens n'ont jamais quitté leur commune. Les nouveaux habitants viennent dans les Pyrénées pour la qualité de vie (le cadre, l'aménité, la sécurité...). Les autres facteurs d'arrivées sont l'emploi, la qualité de vie, la solidarité, la sécurité et les relations sociales et amicales. Les Pyrénées accueillent aussi des personnes « vulnérables » comme les sans-emplois, les familles monoparentales. Selon Laurence, pour s'y installer il faut s'engager dans le territoire et participer au « vivre ensemble ».

Jean François Soulet (retraité, ancien historien et professeur émérite d'histoire contemporaine à l'université de Toulouse Jean Jaurès) a ensuite pris la parole. Monsieur Soulet a tout d'abord déclaré qu'il était en désaccord avec Laurence notamment avec l'emploi des termes *brassage* et *attractivité*. Il a expliqué qu'au XX^e siècle, s'est opérée une coupure totale entre *aujourd'hui* et *hier* tant au niveau économique qu'à celui des mentalités. Il y a eu des mouvements de populations très importants, plus précisément, des départs saisonniers. En effet, à partir du XVII^e siècle des milliers de Pyrénéens sont partis deux à trois fois dans l'année durant trois mois, pour travailler dans le secteur de l'agriculture, notamment en Espagne. Ces migrations de travail temporaires ont marqué le début des migrations. Au XIX^e siècle, les Pyrénées sont plutôt devenues une terre d'émigration. Le

Pyrénéen était alors très opposé à la nouveauté, aux changements et à la venue de nouvelles personnes. Les vagues de migrations postérieures seront politiques provoquées par l'arrivée au pouvoir de régimes dictatoriaux, dans les années 1930, en Espagne (avec Francisco Franco, au pouvoir jusqu'en 1975) et au Portugal (avec António de Oliveira Salazar, à la tête de l'État jusqu'en 1974). Les Pyrénéens n'ont pas fait preuve d'une grande hospitalité envers les réfugiés politiques fuyant ces régimes notamment à l'égard des républicains espagnols contraints à l'exil, en 1939, lors de la Retirada. Ils n'ont pas été non plus particulièrement accueillants vis-à-vis des migrants économiques, à l'exception des communautés italiennes et espagnoles venues travailler sur les grands chantiers des barrages EDF après la guerre.

Francis Savy, maire de Mazuby, commune rurale touristique, et président de la communauté des communes des Pyrénées Audoises, s'est ensuite exprimée pour parler de son expérience de maire d'un village de 26 habitants l'hiver et 140 habitants l'été (avec 1/3 de résidences principales et 2/3 de résidences secondaires). Selon lui, c'est grâce aux nouveaux arrivants et aux touristes que l'économie locale de son village se dynamise. Il a ajouté être à la disposition des nouveaux arrivants pour leur faire visiter le village, afin qu'ils s'intègrent le plus facilement et rapidement possible. Monsieur le Maire a constaté qu'avec la crise du COVID, des citadins sont partis vivre à la campagne sur un coup de tête, cependant, selon lui, 10% d'entre eux ont décidé de retourner en ville, car ils se sont rendu compte que la campagne n'était pas seulement synonyme de tranquillité, mais aussi de nuisances sonores avec le bruit des tracteurs ou le chant du coq. Beaucoup de personnes qui habitent dans le village n'y sont pas nées ; en effet, seulement 5 habitants sont natifs du village ; la néo-résidentialité y est donc largement majoritaire. Toutefois, il peut y avoir des tensions entre les anciens et les nouveaux habitants ; le maire a donc, selon l'édile, un rôle de médiateur dans ces situations.

Laetitia Geneyton, dirigeante de la société « rêver les futurs » à Pointis de Rivière (31), a, quant à elle, livré son expérience personnelle de nouvelle habitante des Pyrénées. Elle a expliqué que lorsqu'une personne s'installe dans un petit village familial, il est très important qu'elle se présente afin d'établir un premier contact, en revanche, les habitants se doivent de bien l'accueillir afin de prévenir les possibles conflits de voisinages. Une réciprocité est donc nécessaire dans les échanges. Elle déclare : « tant que nous ne nous sommes pas présentés, nous sommes considérés comme des étrangers. ». De plus, les néo-résidents doivent être capable de s'adapter à l'environnement qui les entoure.

Mélanie Louey, agricultrice et gérante du restaurant « l'auberge du lac d'Estaing » (65) est, elle aussi, d'une certaine manière une néo-habitante. Elle est née en France d'une mère portugaise et d'un père français. Ses grands-parents avaient fui le régime dictatorial de Salazar, et sa mère a rencontré son père en France. A ses deux ans, sa mère est retournée vivre au Portugal avec elle, elle a donc vécu toute son enfance et adolescence au Portugal. Afin de retrouver son père, elle est retournée en France dans le petit village d'Estaing où elle a découvert la France et sa culture au point de ne plus vouloir en repartir. Mélanie a évoqué sa double nationalité et les difficultés liées au fait de ne se sentir chez elle dans aucun de ses deux pays : au Portugal elle est perçue comme la Française, et en France, comme la portugaise. Pour s'intégrer, elle a d'abord travaillé dans un gîte participant à l'économie de la communauté. Elle y accueillait des personnes tout en ayant été elle-même accueillie. De fil en aiguille, elle a réussi à se faire sa place et à créer sa propre ferme. En tant que restauratrice, l'hospitalité est désormais au cœur de son quotidien. Elle a conclu en insistant sur le fait que peu importe d'où l'on vient, le but est d'accueillir et d'être accueilli « à cœur ouvert ».



INTERACTIONS AVEC LA SALLE

A la fin de l'atelier, les interventions ont donné lieu à de nombreux échanges entre les intervenants, les animateurs et le public. Nombreux sont ceux qui venaient de Toulouse et de ses environs ou d'Ariège, ce qui a questionné le fait d'être Pyrénéen. Certains venus dans les Pyrénées depuis plusieurs années ont expliqué que même après des dizaines d'années, ils ne se sentent pas complètement intégrés ; ils sont toujours considérés comme ne faisant pas partie intégrale de la communauté valléenne.

Autre intervention allant dans ce sens, une personne installée en Val d'Azun depuis quelques années a témoigné de l'arrivée de nombreux nouveaux habitants maraîchers, fromagers, ou autres, qui ont progressivement mis en place un marché hebdomadaire. Fait curieux, ce marché, initié par des néo-arrivants, est fréquenté majoritairement par des néo-arrivants, les autochtones y étant peu nombreux. Ce cas nous interroge sur l'existence d'une société valléenne coupée en deux, les autochtones d'un côté et les nouveaux arrivants de l'autre, avec peu de relations entre les deux.

L'atelier a souligné un apparent paradoxe : un moindre investissement dans la vie locale et/ou un moindre intérêt pour l'histoire des Pyrénées de la part des habitants implantés de longue date par rapport aux néo-résidents ou aux touristes.

L'intervention de Jean-François Soulet, mettant en évidence que les Pyrénéens n'ont jamais fait preuve d'hospitalité au cours de l'histoire, et qu'ils ont au contraire été réticents à accueillir de nouveaux arrivants, car le manque de richesse de ces montagnes plutôt rudes rendait les habitants méfiants et peu partageurs a fait l'objet de discussions, débouchant sur un consensus sur le fait que depuis l'après-guerre, avec l'arrivée des ouvriers étrangers travaillant sur les grands chantiers des barrages EDF, dont beaucoup sont restés, puis les arrivées des hippies des années 70, les Pyrénéens se sont davantage ouverts à l'accueil des

étrangers, parfois au prix de voir leurs villages disparaître comme le soulignait Francis Savy dans l'Aude.

Le public et les intervenants ont cherché à trouver des solutions par rapport à l'hospitalité et à l'amélioration de l'accueil et de l'intégration des néo-résidents afin de promouvoir le vivre-ensemble.

A cette question de l'intégration sociale, il a été clairement exprimé par Mélanie Louey que l'un des facteurs les plus importants de cette intégration, davantage que la vie familiale et la scolarisation des enfants, c'est le travail, le fait de travailler sur place, qui plus est dans un métier de l'accueil comme le fait de tenir une auberge.

Enfin Laetitia Geneyton souligne que l'hospitalité doit être réciproque. En effet si les nouveaux arrivants "ouvrent les portes de leur maison", s'ils participent activement à la dynamique territoriale, s'ils s'intéressent à la vie de leur village et de ses habitants alors leur intégration sera d'autant plus facilitée.



CONCLUSION

L'atelier s'est conclu sur un questionnement, celui du lien entre hospitalité et identité, avec toute la prudence qu'il faut avoir quand on parle d'identité.

Et sur la question qu'est-ce qu'être pyrénéen ? : « Y a-t-il une charte pour être pyrénéen ? Est-ce que cela fait encore sens d'être pyrénéen ? ». Être pyrénéen, n'est-ce pas peut-être accepter les autres et leurs différences ?

Ceci renvoie à une idée forte développée durant l'atelier : celle des Pyrénées comme terre de métissage des cultures et des populations.

En termes de suites à donner à cet atelier, on peut imaginer de mettre en place à l'échelle du massif des Pyrénées un partage d'expériences sur des pratiques ou des réalisations exemplaires ou inspirantes empreintes du principe d'hospitalité entre pyrénéens autochtones et néo-pyrénéens existant dans telle ou telle vallée. L'objectif final étant d'enrichir et de partager les éléments de l'attractivité résidentielle des Pyrénées.

Enfin, comme le "Manifeste de la Marque Pyrénées" le propose en plaçant l'hospitalité dans son socle de valeurs, le prolongement de cet atelier pourrait être de définir comment l'hospitalité peut contribuer à la construction et à l'épanouissement de la communauté pyrénéenne et d'agir concrètement en ce sens.

Pyréneo

LE GRAND RENDEZ-VOUS

Atelier 2 : Gestion et préservation partagées de la ressource en eau : le grand défi pyrénéen



Intervenants :

- Véronique Mabrut, Directrice de l'antenne territoriale Agence de l'Eau Adour-Garonne (AEAG)
- Alexis Clariond, Direction Départementale des territoires des Hautes-Pyrénées (DDT65)
- Franck Darthou, Directeur EDF production hydroélectrique Sud-Ouest
- Michel Pélieu, Président du département des Hautes-Pyrénées
- Willy Luis, Directeur Général de la Compagnie d'Aménagement des Côteaux de Gascogne
- Georges Dantin, Vice-président de la Fédération française de canoë-kayak
- Claude Miqueu, Membre du Comité national de l'eau, Président de la commission réglementation du Comité national de l'eau, Chargé de mission Adour Garonne



Animation : Domitien Détrie, Agence des Pyrénées et Christian Caussidéry, Agora Pyrénées (EDF)

PROBLEMATIQUE : quels leviers pour une gouvernance apaisée de la gestion de l'eau dans un contexte de raréfaction de la ressource en eau ?

La sécheresse observée en France cette année, particulièrement grave dans la partie orientale du massif, mais sensible également dans les Pyrénées centrales et occidentales, malgré un été plus pluvieux, a eu pour effet d'écorner l'image de « château d'eau » traditionnellement appliquée aux Pyrénées. Le 9 octobre 2023, le quotidien régional, *La Dépêche du Midi*, publiait un article intitulé « La cascade de Gavarnie complètement à sec, un symbole de Pyrénées victimes du manque d'eau ». Un mince filet d'eau était visible sur la photographie du cirque illustrant l'article, un mince filet d'eau résultant du déficit de précipitations enregistré depuis plusieurs mois et de températures anormalement élevées en septembre et octobre.

Le déficit pluviométrique associé aux températures élevées enregistrées dans tout le pays, avec une prolongation des températures estivales jusqu'à la mi-octobre, cette année a un impact significatif sur la disponibilité des ressources en eau et pose des défis importants en termes de gestion et de préservation de la ressource. Il est donc essentiel de prendre des mesures pour faire face à ces problèmes et garantir une gouvernance apaisée de la ressource en eau afin d'éviter tout risque de pénurie ou de « guerre de l'eau ». L'objectif de cet atelier était ainsi de faire progresser la connaissance des enjeux associés à la gestion de l'eau et d'identifier les leviers pour une gouvernance apaisée de la ressource prenant en compte la question des relations amont / aval. Cet atelier était organisé en trois séquences donnant principalement la parole à quelques grands acteurs de l'eau (agences de l'eau Adour Garonne et Rhône Méditerranée, EDF, CACG), à un élu (président du Conseil départemental des Hautes-

Pyrénées) et au vice-président de la Fédération française de canoë-kayak, ce dernier faisant en quelque sorte figure de représentant de la société civile.

SEQUENCE 1 : La ressource en eau dans le massif des Pyrénées, et à l'échelle de ses deux bassins versants : état des lieux, enjeux et stratégies de gestion (Véronique Mabrut & Alexis Clariond)

Porté par deux agents de l'État relevant l'un d'un établissement public (DDT65), l'autre d'un service déconcentré départemental (AEAG) cette séquence a permis d'amener des connaissances précises sur l'état de la ressource dans le massif, de préciser les enjeux et les stratégies de gestion adoptées ou à adopter.



La première intervenante, **Véronique Mabrut**, a proposé un état des lieux très complet de la ressource en eau, à l'échelle des deux bassins versants qui couvrent les Pyrénées : Adour-Garonne (72% de la superficie du massif) et Rhône – Méditerranée (28%). Elle définit d'emblée l'eau comme un lien naturel et une « ressource bousculée » dans un contexte de changement climatique, « ressource bousculée » qui interpelle et défie nos sociétés imposant de passer d'une logique d'abondance à une logique de sobriété. Elle souligne qu'en tant que « tête de bassin versant », les Pyrénées ont une responsabilité vis-à-vis de l'aval. Autrement dit, les actions qui seront menées en amont auront des répercussions en aval, il est donc important d'être précautionneux quant aux décisions prises d'autant que la gestion des flux provoque régulièrement des tensions entre les acteurs et les utilisateurs de la ressource. Dans un contexte d'urbanisation croissante et de changement climatique, ces tensions sont susceptibles d'être exacerbées. Les données relatives aussi bien à l'état qualitatif des cours d'eau (classification des cours d'eau en fonction de leur niveau d'atteinte du « bon état », selon les objectifs fixés par la DCE – Directive cadre sur l'eau - aux États membres de l'UE) qu'à leur état quantitatif font d'ores et déjà apparaître des sous-bassins en tension, notamment dans les Pyrénées-Orientales et l'Aude. Dans les secteurs où l'équilibre quantitatif est en péril, des

outils opérationnels ont parfois été mis en place : les PTGE (projets de territoire pour la gestion de l'eau), dans le bassin Adour-Garonne et leur équivalent, dans le bassin Rhône - Méditerranée – Corse, les PGRE (plan de gestion de la ressource en eau). Conçus dans une logique intégrative, ils visent à impliquer tous les usagers d'un périmètre défini sur une base hydrologique ou hydrogéologique, afin d'obtenir un retour à l'équilibre quantitatif besoins / ressources et une préservation des écosystèmes aquatiques. Ces démarches visent également à prévoir des stratégies d'adaptation au changement climatique et à ses conséquences sur la ressource en eau.

Ces dernières ont été parfaitement mises en évidence par l'intervenante qui, mobilisant principalement des données du GIEC ou de l'OPCC (Observatoire pyrénéen du changement climatique), a souligné :

- la très nette hausse des températures (les séries climatiques disponibles montrant nettement l'accélération de la hausse des températures depuis 1990 avec la multiplication des années anormalement chaudes alors que les années anormalement froides tendent à disparaître) ;
- la modification du régime des précipitations avec des pluies plus intenses (pluies violentes sur une période très courte) et de longues périodes de sécheresse ; selon les données du GIEC, les débits moyens annuels pour les eaux de surface devraient baisser de -7 à -20% à l'horizon 2050.
- la forte baisse de la surface des glaciers dans les Pyrénées (de 23 km² en 1850 à 2,3 km² en 2023) et leur disparition prévisible à court terme.

L'eau, bien commun nécessaire à la vie et aux fonctions économiques (ex : centrales hydroélectriques) et récréatives (ex : parcs aquatiques) est donc particulièrement sensible aux effets du changement climatique dans les Pyrénées comme ailleurs dans le monde. Dans le cadre du Plan d'Adaptation au Changement Climatique (PACC) du bassin Adour-Garonne, un diagnostic des vulnérabilités du bassin a été établi et quatre objectifs majeurs ont été identifiés :

- vivre avec moins d'eau (objectif de sobriété qui passera par la définition d'une trajectoire d'économie d'eau par sous-bassin et par usage) ;
- réduire les pollutions (objectif qualitatif) ;
- préserver la biodiversité ;
- prévenir et réduire les impacts des événements extrêmes.

Pour conclure son exposé, l'intervenante a insisté sur les préoccupations grandissantes autour des disponibilités en eau potable d'autant que les prélèvements connaissent à nouveau une hausse significative depuis 2015 (après une période de baisse) du fait de l'augmentation de la population. Elle indique, carte à l'appui, que plus de 60% des captages de montagne sont vulnérables aux sécheresses, situation illustrée en 2022 par des ruptures d'eau potable dans de nombreuses communes. Véronique Mabrut pointe les tensions à venir autour de l'eau potable notamment quand, localement, se conjuguent par exemple de fortes demandes touristique et agricole (pour l'abreuvement du bétail par exemple quand celui-ci ne peut plus être maintenu en estive du fait des sources taries comme ce fut le cas durant l'été 2022).

La partie Est du massif est actuellement la plus sujette, du fait de son climat méditerranéen, aux risques de sécheresse et aux importantes variations climatiques. Cependant, à l'horizon 2050, un décalage vers l'Ouest de la chaîne des tensions sur

l'alimentation en eau potable est annoncé. En outre, la baisse des débits des cours d'eau risque de remettre en cause la capacité de dilution des stations d'épuration et de contraindre fortement le développement de certaines activités économiques et leur rentabilité.

L'eau s'affiche en facteur discriminant de l'aménagement et du développement, dans le massif des Pyrénées. En conclusion, un certain nombre de points de vigilance ont été énoncés par l'intervenante, en particulier la capacité du territoire à accueillir de plus en plus de population selon le modèle actuel. Il est impératif de raisonner les projets au prisme des enjeux de l'eau.

Alexis Clariond a, à son tour, pris la parole pour d'abord souligner le fait qu'il n'existe pas de « solution miracle » au problème de tensions entre disponibilités et besoins en eau et que chacun se doit de faire un effort pour améliorer la situation. Il a ajouté que le stockage de l'eau dans des retenues n'est pas la solution unique et exclusive. Ensuite, il a tenu à rappeler brièvement le rôle de l'État pour accompagner les acteurs locaux et les aider à répondre aux défis posés par la gestion et la préservation de la ressource en eau :

- Le rôle premier de l'État est un rôle de pédagogue passant par le partage des connaissances sur l'état de la ressource et les enjeux de gestion. Face aux tensions sur l'eau potable observées en 2022 et 2023, la solution est d'utiliser moins d'eau. Pour ce faire, selon l'intervenant, il convient de mieux gérer la ressource existante avant d'envisager la création de nouvelles ressources. Cela suppose de répondre à deux enjeux : 1/ un enjeu de spatialité avec une responsabilité de l'amont à l'égard de l'aval dans la mesure où les Pyrénées, et en particulier le département des Hautes-Pyrénées, alimentent en eau de nombreuses villes (Pau, Auch, Toulouse, etc.) ; 2/ un enjeu de régularité avec des opérations à engager pour ralentir l'écoulement de l'eau en période de précipitations notamment par l'amélioration du stockage naturel de l'eau dans le sol en réduisant l'imperméabilisation, en restaurant les couverts végétaux dégradés et les zones humides, etc.
- L'État assume aussi un rôle de médiateur par exemple avec la mise en place du CNR Eau réunissant les acteurs locaux en vue d'améliorer la gestion de celle-ci. Dans les Hautes-Pyrénées, la première séquence du CNR a eu lieu en juin 2023. Elle visait à mieux associer les élus et les citoyens à la réflexion, à réfléchir aux économies d'eau et à l'intégration de l'eau dans les politiques locales. Une nouvelle séance de travail est prévue le 17 novembre afin de dessiner des solutions locales adaptées au territoire.
- Enfin, l'État assume un rôle d'arbitre dans la définition des orientations des politiques publiques en partie en activant des leviers financiers en particulier à travers les aides de l'AEAG ou du Plan eau

À l'issue de cette intervention, un échange soutenu avec la salle a eu lieu portant autour de deux questions majeures soulevées par le public :

- L'eau est-elle payée à son juste prix ?
- La gouvernance locale est-elle une vision faisant consensus localement ?

Les intervenants y ont apporté quelques éléments de réponse en déclarant, sans ambiguïté aucune, que le prix de l'eau allait nécessairement augmenter, car le « prix de l'eau n'est pas au bon niveau ». Cette hausse du prix de l'eau devrait s'accompagner d'une réorganisation de la gouvernance de la ressource.

SEQUENCE 2 : Gestion quantitative et qualitative de l'eau : regards croisés d'acteurs de terrain (Franck Darthou, Michel Pelieu & Willy Luis)

Après les éléments de cadrage et les pistes de réflexion offerts par les premiers intervenants, la séquence 2 a donné la parole à des gestionnaires de la ressource et à un élu. Leurs propos ont permis de prendre conscience de divergences de points de vue, certes affichées avec nuance, mais bien réelles, par exemple sur la question du stockage. Si les services de l'État avaient mis l'accent précédemment sur les stockages naturels, M. Luis a, lui, clairement plaidé, en complément des solutions fondées sur la nature, en faveur des stockages artificiels.

Directeur de la CACG, **Willy Luis** a commencé par présenter son entreprise : une entreprise publique créée en 1959, à l'initiative de l'État et dont le siège est à Tarbes. La CACG a, depuis sa création, pour mission d'assurer un partage responsable et équitable de la ressource, et de contribuer au développement d'un territoire particulier : la Gascogne, territoire défavorisé en matière d'accès à l'eau et largement tributaire des aménagements réalimentant les têtes de bassin, sur le plateau de Lannemezan. Les premiers aménagements ont été conçus dans les années 1850, sous Napoléon III, avec la construction du canal de la Neste. Au XX^e siècle, des ouvrages complémentaires verront le jour pour constituer ce qui est communément appelé le « Système Neste » ; leur réalisation fut confiée à la CACG. Intervenant désormais largement au-delà de son périmètre d'origine, la CACG est gestionnaire dans le Sud-Ouest d'environ 30 concessions de service public (lacs de retenue, stations de pompage, canaux, etc.). Pour le directeur de la CACG, plusieurs solutions peuvent être envisagées pour équilibrer besoins et ressources :

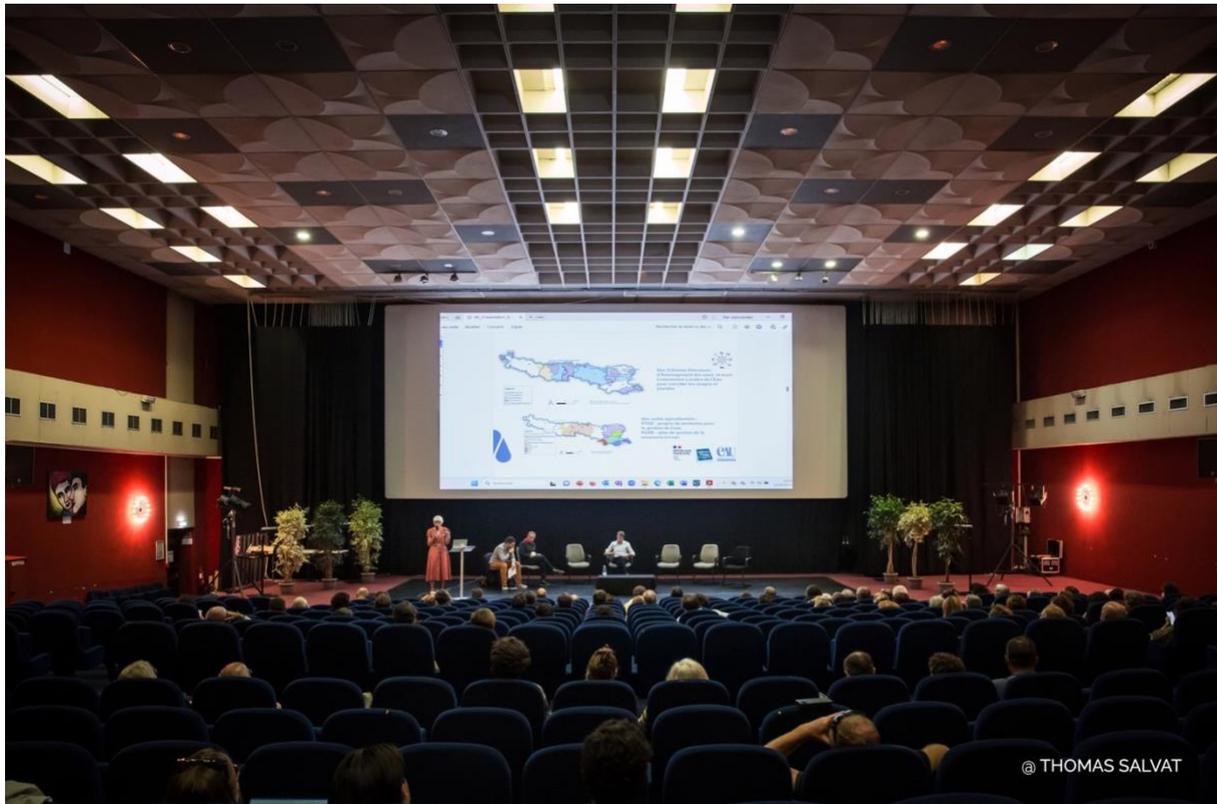
- La sobriété pour tous les usages : la CACG a d'ailleurs fait évoluer son système de tarification pour les usagers agricoles en optant pour une tarification progressive afin de conduire les agriculteurs à mettre en place des économies d'eau.
- Le stockage, « une solution qui a existé de tout temps » : les solutions d'avenir devront mixer les solutions naturelles et les solutions artificielles. Les stockages naturels sont indispensables mais certains d'être eux seront moins efficaces dans l'avenir comme le stockage sous forme de neige avec la baisse des précipitations neigeuses et la diminution de l'épaisseur du manteau neigeux. En 2023, les minima historiques de débits mesurés ont été atteints quatre fois ce qui, aux dires de l'intervenant, constitue une première. Après un hiver sec et sans neige, les craintes étaient vives d'un été hydraulique très difficile. Heureusement, les pluies abondantes de juin et juillet ont permis de sauver la situation. Toutefois, face au caractère de plus en plus aléatoire de cette forme de stockage naturel, l'intervenant estime qu'il faut envisager d'autres solutions fondées sur la nature ainsi, en complément, que des actions sur les stockages artificiels. Il propose plusieurs pistes d'action : 1/ le recensement des réserves abandonnées afin d'examiner les moyens de les remettre en service ; 2/ la surélévation des réserves existantes ; 3/ la création de nouvelles retenues.

Franck Darthou, Directeur régional de la production hydroélectrique EDF, oriente d'emblée son intervention vers une question devenue majeure pour son secteur d'activité : comment concilier production hydroélectrique et multiusage ? Il rappelle, en préambule, que les Pyrénées sont le massif qui abrite le plus grand nombre de centrales, en France avec une très grande variabilité de taille des microcentrales à la centrale de Pragnères, la plus grande. L'hydroélectricité constitue un enjeu majeur de la transition énergétique, car, à la différence

des énergies intermittentes que sont l'éolien et le solaire, elle est une énergie renouvelable flexible et stockable. Si l'hydroélectricité est née au XIXe siècle, avec Aristide Bergès (1833-1904), il est nécessaire de la positionner désormais dans le paysage de la transition énergétique. De plus, 5% de l'électricité est dédiée à la potabilisation de l'eau. Eau et hydroélectricité sont donc étroitement liées avec un équilibre à trouver entre les deux éléments alors même que les retenues sont déjà vides cette année au moment d'aborder l'hiver, et donc incapable de produire. Il convient donc selon l'intervenant de mieux anticiper ces situations de crise en concevant des retenues coconstruites pour le multiusage (réalimentation de rivières, alimentation en eau potable, sports d'eaux vives, nautisme, etc.)

Prenant à son tour la parole, **Michel Pélieu** commence par rappeler la richesse que constitue l'eau pour son département : eau thermale, eau de la neige de culture, eau des piscines... et eau pour la production hydroélectrique avec les retombées fiscales induites. Il évoque également les difficultés qu'il y aurait à construire aujourd'hui les grands aménagements hydrauliques présents dans les Pyrénées (Pragnères, Orédon, Cap de Long, etc.). Si la production hydroélectrique est indéniablement une richesse pour le territoire, la cohabitation de l'hydroélectricité avec d'autres secteurs d'activités n'est pas, selon lui, aisée. Le président du CD65 déplore tout particulièrement la nécessité de devoir procéder à des arbitrages en faveur de l'agriculture, l'été, se traduisant par des lâchers d'eau sans que celle-ci ait été turbinée. Selon lui, « on ne peut plus continuer sur ce modèle » et il affirme la nécessité de réaliser des retenues collinaires pour résoudre les besoins agricoles. Selon lui, ces lâchers d'eau estivaux pour alimenter les parcelles agricoles situées en aval auraient occasionné une perte de fiscalité hydroélectrique de plus de 700 000€, pour le département.

Comme pour la séquence précédente, ces interventions furent suivies de brefs échanges avec la salle. Un participant a demandé des informations complémentaires sur les retenues construites et qui ne seraient plus utilisées aujourd'hui. Il lui a été répondu que la CACG avait été missionnée par l'AEAG pour faire ce recensement et étudier la faisabilité de leur éventuelle remise en service. Un autre participant, élu régional, a souligné la nécessité de s'adapter au changement climatique en menant conjointement des actions d'économies d'eau, de restauration de zones humides et de rehaussement de retenues existantes. Il a également remis en cause les normes actuelles en matière de débits objectifs d'étiage (DOE), « calculés peut-être de manière pléthorique aujourd'hui ». Enfin, un membre du GIP Transition Occitanie a souligné l'importance de travailler avec les agriculteurs sur les questions agroécologiques afin de réduire la pollution des sols et préserver les périmètres de captage pour l'eau potable.



SEQUENCE 3 : gouvernance de la ressource en eau et mobilisation de la société civile : les chemins de l'avenir (Georges Dantin & Claude Miqueu)

Plus courte, la séquence 3 a donné la parole à des intervenants siégeant tous deux au Comité national de l'eau (CNE). Le premier, **Georges Dantin**, docteur en écologie et vice-président de la fédération française de canoë-kayak, a donné quelques éléments permettant d'apprécier l'importance des fédérations de sports de nature qui englobent plus de 11 millions de pratiquants, dont 3,5 millions environ, pour les seuls sports aquatiques. Ces fédérations sont des vecteurs de sensibilisation à la nature et de connaissance des milieux. Le rôle en matière de sensibilisation de la fédération de canoë-kayak est d'ailleurs reconnu par l'AEAG au travers d'une convention. Durant son intervention, M. Dantin soulève deux points problématiques importants :

- Celui du manque de lieux d'expression pour certains usages comme les usages sportifs et de loisirs. Parmi les 160 membres du CNE, seulement 14% des sièges sont réservés aux usagers non économiques et parmi ceux-ci un seul au domaine des sports et des loisirs. Dans les bassins où existe un SAGE, les CLE sont finalement le seul lieu d'expression pour certains usages ;
- Celui du financement de la politique de l'eau : selon l'intervenant, le petit cycle de l'eau est mis à contribution pour tout, paie tout y compris la biodiversité. Faut-il envisager une redevance pour l'entretien des milieux qui serait acquittée par les pratiquants (licenciés ou non licenciés) ? Cette question est délicate et se heurte à la conception des espaces aquatiques comme des espaces d'accès libre et gratuit... à l'instar de tous les espaces naturels.

Concluant l'atelier, **Claude Miqueu** a commencé son intervention en soulignant la difficulté à parler de « gouvernance apaisée » alors que les conflits d'usage autour de la ressource sont partout. Il a mis en avant la difficulté à concilier les trois piliers sur lesquels reposent les usages de l'eau :

- Eau potable ;
- Eau pour l'économie ;
- Eau pour les milieux.

Face aux multiples conflits d'usage, l'intervenant, docteur en droit public, a souligné la nécessité d'une gouvernance partagée incluant la société civile et les différents acteurs. Il a également insisté sur « l'ardente obligation de faire œuvre de pédagogie » auprès des élus locaux. Une politique apaisée ne peut, selon lui, advenir sans débats autour de la connaissance qui fâche.

Au terme de cette séquence, deux questions ont été posées par la salle : l'une de la part d'un agriculteur déplorant que sa profession ait été enfermée dans un modèle considérant l'eau comme un intrant parmi d'autres et laissant croire à l'abondance de celle-ci ; l'autre de la part du maire de Cauterets, commune constituant une sorte d'exception dans la mesure où elle fut l'une des rares à refuser, dès 1909, un projet de centrale hydroélectrique et à demander la délimitation d'un site classé pour mettre un frein à l'expansion de l'hydroélectricité. L'édile a souhaité mettre l'accent sur la valeur paysagère de l'eau, quelque peu occultée durant l'atelier.

CONCLUSION

Cet atelier portant sur une question majeure, celle du devenir d'une ressource vitale, mais en voie de raréfaction, a été le plus suivi parmi ceux proposés ce vendredi après-midi. Cet atelier a été très dense en matière de diffusion d'information. Il a permis de proposer une synthèse des connaissances à l'échelle de l'ensemble de la chaîne de l'Atlantique à la Méditerranée en transcendant les traditionnelles divisions entre unités administratives qu'elles soient de nature hydrologique (bassins versants) ou politique (limites entre États, régions, départements). Toutefois, les enjeux de l'eau sur le versant sud des Pyrénées n'ont été que très rapidement abordés faute de représentant des acteurs espagnols de l'eau. Un représentant de la Confédération hydrographique de l'Èbre aurait été intéressant pour apporter un éventuel contrepoint aux questions soulevées par les acteurs français.

Prévues en fin de séquences, les interactions avec la salle ont été relativement réduites, faute de temps. Ces temps de débat, bien que limités, ont cependant permis de soulever d'épineuses questions comme celles :

- des économies d'eau, de plus en plus nécessaires, dans un contexte de tension croissante entre disponibilités et besoins en eau ;
- de la révision de la tarification de l'eau potable passant par une hausse significative des prix ;

- du financement de la politique de l'eau, avec une interrogation sur la prise en charge d'une bonne partie du coût de la politique de l'eau par le petit cycle de l'eau ;
- de la création de nouveaux stockages.

Si certains points ont semblé faire consensus, notamment ceux relatifs au multiusage des lacs de retenue ou à la nécessaire révision de la tarification de l'eau – la plupart des intervenants considérant que l'eau n'est pas payée à son juste niveau -, d'autres points se sont révélés plus controversés notamment ceux relatifs aux solutions de stockage à privilégier. Dans ces conditions, la mise en œuvre d'une gouvernance apaisée de la ressource semble être un défi de tout premier plan.

ET MAINTENANT ?

Cet atelier avait pour objectif d'offrir un espace d'acculturation des enjeux pyrénéens à ce sujet complexe et n'appelait pas nécessairement de suite en tant que telle mais il est proposé de porter ces éléments d'éclairage et de débat aux instances en charge de l'eau (les deux Comités de bassins, le commissariat de massif des Pyrénées qui porte notamment un schéma stratégique d'adaptation au changement climatique) pour prise en compte et poursuite de la discussion si nécessaire.

DOCUMENTS À CONSULTER

[Support de présentation de Véronique Mabrut](#)

[Support de Claude Miqueu](#)

Pyréneo

LE GRAND RENDEZ-VOUS

Atelier 3 : « Révéler les Pyrénées » : par-delà nature et culture



Intervenants :

- Jean-François Labourie, Rédacteur en chef de la revue "Pyrénées" et membre des Amis du Musée Pyrénéen
- Sabine Cazenave, Conservatrice du Musée Basque
- Elena del Diego et Roberto Ramos de León, Centro de Arte y Naturaleza (CDAN) de Huesca
- Romain Baudoin, Conseiller artistique CERC, Centre de Création Musicau à Pau
- Natacha Sansoz, Artiste



Animation : Sophie Puscian, Administratrice du Parvis, scène nationale Tarbes Pyrénées, membre d'Agora Pyrénées et Florence Gares, Rédactrice en chef de Pyrénées Magazine

Madame Sylvie Mazurec, élue à la culture de la Ville de Lourdes a accueilli les participants à l'atelier.

PROBLÉMATIQUE

La culture et les productions artistiques sont au cœur de l'hospitalité qui est au cœur de ce troisième Pyrénéo, elles révèlent à l'habitant ou au voyageur de passage une dimension sensible et parfois insoupçonnée du territoire. Or ces montagnes sont éminemment culturelles ! Les artistes, écrivains et musiciens, sont encore et toujours les capteurs sensibles des soubresauts du monde. Et dans ces années de post-confinement, la montagne intéresse à nouveau un nombre croissant d'entre eux : instruits des travaux des artistes marcheurs ou héritiers (et critiques) de ceux du Land art, ils retrouvent le chemin des montagnes à la recherche d'un terrain favorable pour y développer des pratiques d'un nouveau genre.

Cet atelier s'est déroulé en 2 séquences :

* dans un premier temps, cinq acteurs culturels se sont révélés, incarnant chacun à leur manière l'une des façons de protéger et de faire vivre la culture - soit en conservant les œuvres et les objets garants de la mémoire du territoire, soit en développant une recherche tournée vers la création de formes renouvelées-;

* dans un second temps, il a pris la forme d'une séquence de travail pour questionner la façon dont le monde de la culture pourrait se saisir du déploiement de la marque de territoire. Autrement dit, de la manière dont les acteurs de la culture pourraient être invités à révéler les Pyrénées, aujourd'hui, dans ce qui fait leur unité, et sans renoncer à leur complexité.

SYNTHÈSE

SÉQUENCE 1 : TÉMOIGNAGES

Premier intervenant, **Jean-François Labourie**, met en avant la notion de « révéler » ... les Pyrénées comme fondamentale dans l'approche sa revue. Tout d'abord, il revient sur la définition et l'étymologie du mot "révéler" qui, issu du latin « ôter le voile », « mettre à nu », signifie « mettre en évidence ». Ce verbe a également une dimension spirituelle et théologique : révéler c'est aussi « Communiquer (à l'homme) une connaissance d'ordre divin par la révélation », une opération d'ordre surnaturel échappant à la raison. Pour Jean-François Labourie, révéler les Pyrénées passe d'abord par la marche, par l'arpentage de ces montagnes intégrées à nos pratiques. La marche constitue une base essentielle de cette révélation ; elle permet d'appréhender la diversité des Pyrénées, chaîne riche de 40 vallées, entourée par la mer Méditerranée et l'océan Atlantique. La Revue Pyrénées, en collaboration avec le Musée Pyrénéen s'engage à révéler la cordillère par l'écriture, l'art graphique et la création. Le Pyrénéisme, selon l'intervenant, ne se limite pas à l'exploration des montagnes, il représente aussi un lieu de création, rejoignant la définition qu'en donnait Henri Beraldi (1849-1931), grand historien des Pyrénées. Il est marqué par des figures influentes comme Louis Le Bondidier (1878-1945), fondateur de la Fédération franco-espagnole des sociétés pyrénéistes (1903), artisan du développement du ski à Payolle et à Gourette. La revue Pyrénées tout comme le musée pyrénéen s'efforcent également de révéler les Pyrénées par le biais d'œuvres artistiques, d'actions et d'expositions en collaboration avec des musées espagnols afin de partager toute la richesse offerte les Pyrénées. La diversité pyrénéenne est tout un monde fascinant !



A l'instar du musée Pyrénéen, le musée basque œuvre à la « révélation » d'un territoire, plus circonscrit géographiquement. Sa conservatrice, **Sabine Cazenave** entend contribuer à la préservation du patrimoine pour assurer une connexion entre passé, présent et futur. Elle participe à un projet unique visant à unir la communauté basque en illustrant son histoire, son présent et ses aspirations futures, en collaborant avec des régions voisines, notamment la Soule. Ce projet englobe également les cultures de la Bigorre et du Béarn, présentées en tant que « Pavillon des Trois B » au Musée Basque. Cependant, elle soulève la question de l'interaction entre le Revivalisme, le Régionalisme et le Nationalisme dans une région aussi spécifique que le Pays Basque. La diversité géographique, historique et culturelle est un rappel constant de l'importance de travailler ensemble plutôt que de se diviser. Actuellement, elle travaille sur un projet de cartographie sonore de la Soule, au titre provocateur : « Brûler le Musée ». Ce projet implique la régénération de cloches anciennes sous forme de prototypes 3D qui sont ensuite offerts aux troupeaux de la Soule pour reconnecter ces cloches à leur histoire. Une partie de ces prototypes revient au musée, tandis que chaque cloche reste en possession des éleveurs. Ce projet est réalisé en collaboration avec l'ICB et le syndicat de la Soule.

Roberto Ramos de León, documentariste, et **Elena del Diego Ramos**, historienne de l'art, ont, quant à eux, mis en lumière la relation entre l'art et la nature dans les Pyrénées, à travers les actions menées par le CDAN, Centro de Arte y Naturaleza de Huesca. Édifié en périphérie de la ville, le bâtiment qui abrite le CDAN est conçu en harmonie avec les montagnes et illustre la simplicité en lien avec la nature ; il fait à la fois office de musée, résidence d'artistes, bibliothèque, lieu d'éducation et sensibilisation à l'art contemporain. Le CDAN s'inscrit dans la continuité d'un projet « Art et Nature », initié dans les années 1980, qui a vu des artistes renommés créer des œuvres en harmonie avec l'environnement de Huesca. Cette démarche a enrichi la collection d'art et de nature, mettant en avant des paysages de la province grâce à des artistes tels que Richard Long et Per Kirkeby. Le centre abrite également une vaste collection de publications sur l'art contemporain, la nature et le paysage.

Roberto a souligné le rôle essentiel des centres d'art et musées dans la recherche, mettant en avant le CDAN comme un lieu de référence pour les chercheurs européens. Enfin, le projet « Naturalizar » vise à élargir le débat européen sur l'art en tant que « facilitateur » d'un retour à la nature appelé à devenir l'axe prioritaire de l'action humaine, au XXI^e siècle, dans un contexte de crise environnementale sans précédent.

Romain Baudoin est conseiller artistique au CERC, centre enraciné dans une riche histoire liant la création artistique aux musiques traditionnelles, folkloriques et populaires. Le CERC est le fruit de l'expérience du groupe Artús et de sa compagnie artistique Hart Brut. Le centre, qualifié de lieu de recherche et d'expérimentation des musiques patrimoniales, accueille tant les musiciens traditionnels que les contemporains. La réflexion qui y est menée sur la tradition et la création souligne leur nature cyclique, révélant que des créations individuelles réussies peuvent devenir des traditions au fil du temps. L'analogie est faite avec l'évolution des matériaux de construction, illustrant le caractère cyclique entre modernité et ancienneté. Le CERC accueille des résidents et noue des collaborations, sur la base de commandes artistiques par exemple, avec d'autres structures comme en témoigne le projet musical électro-acoustique incorporant des sonnailles, un troupeau de brebis, un berger siffleur et son chien en tant qu'instruments. Enfin, la chaîne pyrénéenne est décrite non comme une frontière, mais comme un lieu de passage et d'échange essentiel, plus efficace et simple qu'il n'y paraît.

Natacha Sansoz se revendique “artiste de la relation”. Sa pratique artistique s’oriente depuis plusieurs années sur des champs artistiques croisant l’art, l’artisanat et la performance. À travers ses œuvres, elle incarne sa vision artistique singulière, explorant son parcours personnel et sa connexion au territoire et à sa famille. Son travail artistique vise à révéler les interactions entre le vivant et les ressources du territoire, laissant des traces qui transcendent le Béarn tout en résonnant ailleurs. En 2018, elle a investi dans TRAM+E, un lieu dédié à la collaboration, à la transmission et à l’expérimentation collective, axé sur le textile et dirigé en partenariat avec Marie Baudoin. En 2019, elle a lancé le projet Cayolar, favorisant la rencontre entre artistes à travers des randonnées avec des ânes jusqu’au Refuge de Larry, une résidence artistique itinérante visant à décloisonner les relations territoriales et à rassembler diverses communautés.

INTERACTIONS AVEC LE PUBLIC

Parmi les thèmes abordés, la discussion a porté sur l’amélioration de la diffusion de la richesse culturelle et du patrimoine des Pyrénées afin de les distinguer, ainsi que l’importance de la relation entre science et culture comme stimulant de la créativité et de l’inspiration.



SÉQUENCE 2 : ATELIER PARTICIPATIF

Dans un second temps, l’atelier a pris la forme d’une séquence de travail pour questionner la façon dont le monde de la culture pourrait se saisir du déploiement de la marque de territoire. Autrement dit, la façon dont les acteurs de la culture pourraient être invités à révéler les Pyrénées, aujourd’hui, dans ce qui fait leur unité, et sans renoncer à leur complexité.

– Avec le dévoilement de la marque, explique Sophie Puscian, s’ouvre un chantier transversal qui concernera les secteurs de l’économie, du tourisme, du social, de, l’environnement... Et il serait inconcevable que le monde de la culture reste à l’écart de cette dynamique collective. Car la culture constitue une alternative au brouhaha du monde : plus il devient fou, plus les liens fondamentaux qui unissent ce territoire à ses habitants comme à ses visiteurs méritent d’être considérés avec soin.

Au fil des discussions préparatoires au lancement de la marque, l’idée d’un projet culturel concernant l’ensemble du massif s’est progressivement imposée entre l’Agence des

Pyrénées et Agora Pyrénées. Reste à définir la nature du geste culturel, artistique, poétique, que nous pourrions imaginer pour révéler ce territoire, à la fois dans son unité et dans sa complexité.

Nous en sommes ici, aujourd’hui à Lourdes, à la première étape de cette réflexion.

Il a été proposé aux participants d’entendre et de réagir à la présentation du projet **Lucioles** conçu dans le cadre des Ateliers de l’Imaginaire Pyrénéen en partenariat avec pp Lab, espace dédié à l’expérimentation, la médiation et la construction d’une pensée critique sur les activités de design.

INTERACTIONS AVEC LE PUBLIC

Les participants sont intervenus sur la prise en compte du contexte et des réseaux existants et en rebond sur la nécessité de sortir de l’entre-soi et de transcender les frontières et les secteurs culturels (création, conservation, patrimoine...).

Le projet présenté a suscité une joyeuse adhésion quant à la dynamique initiée, *dynamiser un réseau de rêveurs, d’artistes et de poètes*, et la façon dont il peut évoluer dans le temps et dans l’espace, certains relevant la puissance de la granularité.



CONCLUSION

Il s'agissait ici d'un atelier coïncidant avec le lancement de la marque de territoire «Pyrénées». L'objectif n'était pas d'aboutir à la prise de décision, mais de faciliter les échanges entre acteurs du monde de la culture pour tisser des relations. Parmi les mots-clés mis en avant dans cet atelier « Révéler les Pyrénées », ont été retenus : révéler la diversité des Pyrénées, mais également la diversité des artistes et des acteurs culturels qui s'emparent de ces paysages, de ce vivant que représente ce massif pyrénéen transfrontalier. Les notions de « traces », de « transmission », de « transfrontalier », de « fédération » ont également été mises à l'honneur. Celles-ci inaugurées par Louis Le Bondidier demeurent d'actualité. Dans le contexte actuel de transitions appelées par le dérèglement climatique, il est également apparu nécessaire de faire une place aussi bien à la culture scientifique qu'à la culture artistique, susceptibles d'aborder des sujets difficiles et de faire passer des messages par l'affect et l'émotion.

Les intervenants ont conclu cet atelier en évoquant la devise de la Comédie-Française «simul et singulis », être ensemble et soi-même. L'idée serait de montrer qu'il existe déjà une "cordillère culturelle" qui ne figure dans aucun répertoire, ne fait l'objet d'aucune carte, mais fait déjà vivre la culture dans les Pyrénées... Le premier travail serait alors d'œuvrer à la mise en vue de tous ces acteurs, dans leur diversité. Et peut-être autour d'un projet commun.

Compte-rendu rédigé avec l'aide des étudiants M1 Tourisme, UPPA (Université de Pau et des Pays de l'Adour), qu'ils soient remerciés !

Karl Andia, Célia Barrère, Florine Bouchard, Diana Molina Lopez

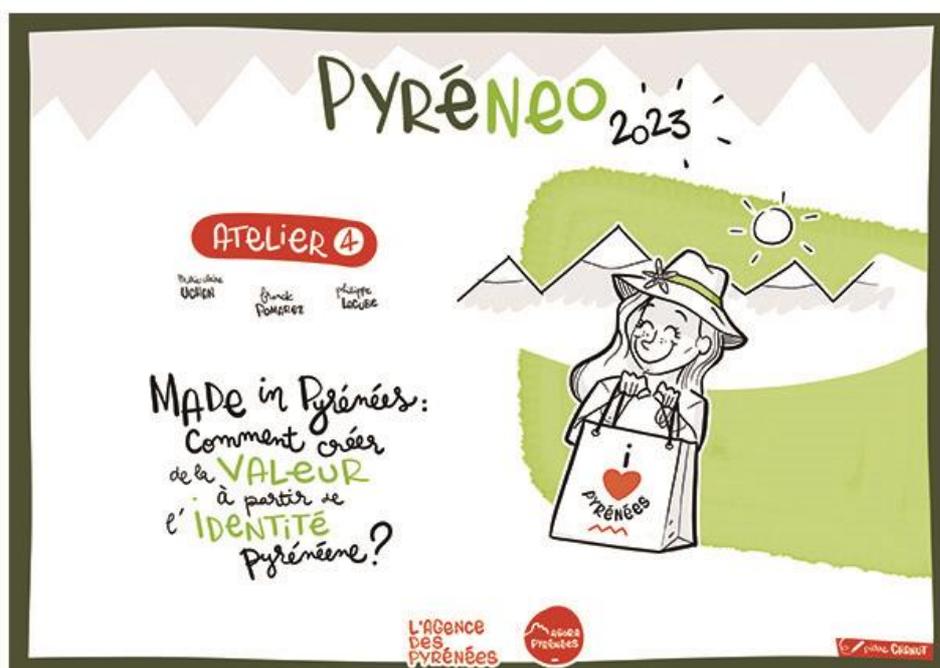
À VENIR

Dans le prolongement de cet atelier, une rencontre est organisée par Agora Pyrénées, à Saint-Bertrand de Comminges, le vendredi 15 mars 2024 prochain. Si vous souhaitez y participer, ou continuer à être informé de l'avancement du projet, merci de le faire savoir en écrivant à contact@agorapyrenees.com

Pyréneo

LE GRAND RENDEZ-VOUS

Atelier 4 : Made In Pyrénées : Comment créer de la valeur à partir de l'identité pyrénéenne ?



Intervenants :

- Marie-Claire Uchan, Coordinatrice déploiement et Partenariat marque Sud de France, ancienne directrice de la mission agroalimentaire Pyrénées
- Franck Pomarez, PDG de La truite des Pyrénées à Lau Balagnas, Hautes-Pyrénées
- Philippe Lacube, Président de l'Association des -chambres d'agriculture des Pyrénées, Fondateur de la marque Nòu (Ariège) et Agriculteur en Ariège
- Muriel Morot, Fondatrice de Traille, Anglet, Pyrénées-Atlantiques
- Maxime Smuga, Co-fondateur et Président de Pyrénées Tendances à Beaucens, Hautes-Pyrénées



Animation : Hélène Gaulier, Agence des Pyrénées et Maurice Guillaume, Agora Pyrénées.

PROBLEMATIQUE

Cet atelier, organisé le jour-même du lancement officiel de la marque « Pyrénées », visait à partager des expériences d'entreprises et d'acteurs ayant créé de la valeur économique à partir de l'identité pyrénéenne (bois, laine, produits piscicoles) et à réfléchir aux effets leviers des marques territoriales et de la Marque Pyrénées.

Il s'inscrivait à la croisée de plusieurs enjeux :

- Valoriser et promouvoir les produits pyrénéens avec un enjeu de relocalisation et de consommation de produits locaux
- Allier toutes les marques pyrénéennes pour créer une identité propre au territoire.
- Mettre en place une activité économique autour d'une marque Pyrénées pour promouvoir les produits locaux au niveau national et international.
- Développer la marque Pyrénées pour mettre en valeur les acteurs du territoire Pyrénéen.

SYNTHÈSE

Première intervenante, Marie-Claire Uchan a mis l'accent sur la nécessité, pour le territoire pyrénéen, de mettre en place une marque « Pyrénées » qui jusque-là n'existait pas en tant que telle et de développer une activité économique autour de celle-ci. Plusieurs difficultés ont été relevées notamment l'éloignement de certaines communes de montagne par rapport aux grands centres économiques, les coûts de production plus élevés et la difficulté à recruter

du personnel inhérent à ce relatif isolement. Le besoin d'une marque Pyrénées se faisait déjà sentir voilà une trentaine d'années ce qui avait conduit Marie-Claire à créer l'*Association des produits laitiers et artisanaux des Pyrénées* qui s'est ensuite transformée en *Saveur des Pyrénées* dans les années 1990. Aujourd'hui dans l'agroalimentaire, la marque *Sud de France* pour la région Occitanie fonctionne très bien et est devenue un repère pour consommer régional et offrir de la visibilité au territoire, donner accès à un marché plus large (selon l'intervenante le nom « Sud de France » aurait plus d'impact à l'international qu'un nom où se trouverait le mot Pyrénées).

Pour Franck Pomarez, PDG de La Truite des Pyrénées, entreprise familiale forte de 70 ans d'existence et située à Lau Balagnas, au cœur de la Vallée des Gaves, le choix d'un nom pour son entreprise a été mûrement réfléchi. Au début, il avait envisagé un nom plus local, « *La Truite des Gaves* », mais celui-ci n'aurait pas trouvé d'écho à Paris ; il lui fallait trouver un nom plus parlant tant au niveau national qu'international. La dénomination actuelle de l'entreprise, *La Truite des Pyrénées*, est plus adaptée d'un point de vue marketing, car dans l'inconscient collectif, Pyrénées rime avec eau fraîche et pureté.



@ THOMAS SALVA

Selon Philippe Lacube, le terme de « pastoralisme » renvoie immédiatement aux Pyrénées, car c'est le massif de France où l'activité pastorale est la plus importante au point que le multi-usage des estives peut s'avérer problématique du fait de la coexistence parfois difficile entre randonneurs et troupeaux. De ce point de vue, la campagne menée par HPTE, dans les Hautes-Pyrénées, « Bienvenue en Estive », est un bon outil de sensibilisation des usagers récréatifs de la montagne et de prévention d'éventuels incidents. Pour la promotion de la marque Pyrénées, il est primordial de conserver modes d'élevage extensifs, respectueux de la nature, des animaux et du rythme des saisons. Cependant, la concurrence est vive sur le marché mondial avec de la viande produite selon d'autres standards. Ainsi, 70% de la viande consommée à Toulouse proviendrait d'Allemagne. En parallèle, 10% de l'élevage à viande est consommé localement et 90% de la production est exportée à l'international occasionnant, lors du transport des animaux (vivants et/ou morts) d'importantes émissions de gaz à effet de serre. La relocalisation de la consommation des produits fermiers et artisanaux devrait s'imposer, mais comment faire ? Le lancement de la marque territoriale *Nou Ariège Pyrénées* entend favoriser cette relocalisation en promouvant la commercialisation et la structuration des filières ariégeoises.

L'intervention de Muriel Morot, présidente de de la SAS TRAILLE, s'inscrit dans la continuité de la précédente et dans la redynamisation d'une filière lainière dans les Pyrénées. En effet, dans le massif, 1200 tonnes de laine provenant de la tonte des bêtes sont inutilisées. Dans les années 1970, s'est produit un effondrement du secteur de la laine avec l'apparition du textile synthétique et la concurrence de productions provenant de pays à faible coût de main-d'œuvre. Il n'existe plus aujourd'hui que 5 filoirs à laine en France. Muriel Morot a axé son entreprise sur la production de textiles techniques, innovants et performants à partir de laines des Pyrénées, afin de fournir des alternatives naturelles aux matières synthétiques (par exemple la ouate de laine pour remplacer le polyester dans les doudounes). Pour ce faire, il est nécessaire que les bergers, grâce à la tonte de leurs bêtes, deviennent les acteurs majeurs de ce marché.

La création de la marque Traille visait à recréer une chaîne de valorisation pour les éleveurs et à leur permettre de couvrir les frais de tonte (qu'ils assument à hauteur de 83%). Cette marque est particulière dans la mesure où elle vend directement ses produits à des entreprises, pas aux consommateurs (comme par exemple des bobines de laine). Toutefois, la marque doit faire face à la concurrence rude du polyester qui représente 99,9% de la ouate utilisée aujourd'hui, mais aussi à celle de la laine australienne (par exemple la laine mérinos qui, au terme de 40 ans de croisements génétiques, a obtenu une laine plus fine). Enfin, il existe peu de labels de laine, et il est très difficile de respecter leurs standards, car ces derniers sont internationaux et ne prennent pas en compte les différences locales.

Parmi les missions de l'Agence des Pyrénées, une dynamique de valorisation des laines des Pyrénées est menée depuis 3 ans, associant l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur.

Dans un autre domaine, la marque Pyrénées Tendances représentée par maxime SMUGA, Président de la SAS, crée et conceptualise des produits de décoration intérieure "made in Pyrénées", afin de composer une atmosphère locale dans les hébergements de la région et de faire en sorte que les Pyrénées soient présentes partout, dans les hôtels, dans les restaurants, aussi bien pour les habitants que pour les touristes. Ces produits de décoration reprennent les couleurs et les paysages des Pyrénées (torrent, bouleau, ciel d'orage...) et contribuent à créer une harmonie entre intérieur et extérieur.

De façon plus générale, les labels comme “Esprit Parc National” dont bénéficie l’entreprise Pyrénées Tendances, attestent de la qualité et de la provenance des produits, ainsi que d’une production respectueuse de l’environnement ce qui est important pour les clients. Cependant, cette authenticité engendre des coûts de production plus élevés, notamment en matière de main-d’œuvre par rapport à du Made In China.



INTERACTIONS AVEC LE PUBLIC

A la suite des interventions des différents professionnels présents, les participants ont relevé des points qui les questionnaient et se sont principalement interrogés sur :

- les difficultés rencontrées par les entreprises s’engageant dans la valorisation de productions pyrénéennes ;
- Les moyens financiers mis en place pour assumer les coûts de production des produits ;
- Les moyens de développer un sentiment d’appartenance à une identité commune que pourrait permettre la Marque Pyrénées ;
- Les valeurs portées par la Marque Pyrénées ;
- Les voies à suivre pour réussir à vendre localement si les populations locales ne s’intéressent pas aux produits ou leur préfèrent des produits non locaux, mais meilleur marché ;
- les moyens à déployer pour faire comprendre et accepter aux habitants le surcoût des produits estampillés marques territoriales et Marque Pyrénées, en ces temps de crise.

PROPOSITIONS

- Mieux valoriser et promouvoir les produits pyrénéens (actions ciblées, marques, accompagnements financiers et en ingénierie)
- Constituer une charte d'adhésion pour la marque Pyrénées (Cf www.agorapyrenees.com pour la charte et www.marque-pyrenees.fr pour les VIP, Valeureux Influenceurs Pyrénéens, communauté d'ambassadeurs pyrénéens)
- Adopter une stratégie marketing destinée à attirer une clientèle nationale dans les Pyrénées, mais également développer la stratégie marketing au niveau local
- Assumer le surcoût de la marque Pyrénées, en être fier et pouvoir expliquer pourquoi
- Faire preuve de pédagogie, expliquer pourquoi les produits locaux sont plus chers : car la qualité est meilleure, les conditions de travail des producteurs sont correctes, les produits sont commercialisés en circuit court
- Promouvoir les valeurs, les points forts de la marque et l'image des Pyrénées

CONCLUSION

Les acteurs pyrénéens sont fiers de leur appartenance aux Pyrénées et témoignent toutes et tous d'actions menées à l'échelle de leur entreprise ou au sein de groupements ou de marques (Valeurs Parc, Nòu...)

En définitive, la Marque Pyrénées peut apporter des réponses aux aspirations des acteurs locaux au niveau de la conceptualisation, de la production et de la commercialisation des produits pyrénéens.

L'identité Pyrénéenne doit être modelée et façonnée de sorte que cette dernière soit unique et reconnue au niveau local comme international. En effet, il est important de sensibiliser les habitants à une consommation locale, responsable et raisonnée qui met en avant les producteurs en tant qu'acteurs principaux. Le but est de promouvoir la production locale afin de valoriser le territoire et de prioriser une consommation de proximité, de meilleure qualité et réduisant significativement les émissions de carbone.

Ces principes s'inscrivent dans un contexte de transition de l'économie de montagne.

Pyréneo

LE GRAND RENDEZ-VOUS

Atelier 5 : L'hospitalité, un nouveau souffle pour le tourisme pyrénéen ?



Intervenants :

- Céline Gey, ADN Tourisme
- Ahmed Jeddou, Guide à l'Office National de Tourisme de Mauritanie
- Mireia Font I Vidal, propriétaire de la Maison d'hôtes Casa Leonardo en Catalogne espagnole
- Isabelle Pelieu, Directrice Générale de Hautes-Pyrénées Tourisme Environnement (HPTE)
- Francine Giles : Office du Tourisme de Lourdes
- Marine Nicolau, Agence réceptive CO&ZION à Lourdes



Animation : Florence Laparra, Agence des Pyrénées et Bernard Garcia, Agora Pyrénées et fondateur de la Maison des Consuls hôtel de charme à Mirepoix

Conclusions des travaux collectifs autour de la marque Pyrénées avec l'hospitalité pressentie comme clé de voute d'un nouveau modèle de développement pyrénéen. A partir de l'affirmation de l'hospitalité pyrénéenne, et de la volonté de distinction vis-à-vis des autres territoires, comment fait-on de l'Humain un modèle de développement touristique et économique ? Comment l'hospitalité se transmet-elle, se partage t'elle, ruisselle t'elle sur tout le territoire ? Et comment peut-on généraliser ce principe d'hospitalité avec une démarche partagée et respectée par tous les acteurs pyrénéens ?

2 temps forts :

. Illustration au travers d'une démarche structurée autour de l'hospitalité touristique : la démarche collective déployée par ADN Tourisme (cf ressources complémentaires)

. L'hospitalité touristique au travers d'exemples : différents acteurs du tourisme, à l'international, dans les pyrénéens espagnoles et françaises, des socio professionnels et territoires, partagent leur vécu de l'hospitalité dans leurs activités. Des témoignages de pratiques ou de comportements, de démarches individuelles ou collectives qui semblent exemplaires et dans tous les cas source d'inspiration

SYNTHÈSE

La notion « d'hospitalité » diffère sensiblement de celle « d'accueil touristique » fréquemment utilisée par les acteurs du secteur. Elle connaît cependant un intérêt certain et permet un renouvellement des approches en termes d'accueil touristique. Le Manifeste produit par ADN Tourisme (2021) propose dans son engagement 5 d'« *élargir la notion d'accueil touristique à celle d'hospitalité* ». Il s'est prolongé, en mars 2022, par la création d'un groupe de travail sur l'hospitalité. Et en mai 2022 s'est tenue, à Tours, une convention nationale de l'hospitalité qui s'est traduite par le lancement de la Charte nationale reposant sur 10 mots-clés parmi lesquels figurent : partage, ouverture, authenticité, expérience, plaisir... Cette Charte insiste sur la qualité de l'hospitalité dans un objectif d'amélioration des offres et de meilleure prise en compte des nouvelles attentes des clientèles. Dans cette perspective, l'hospitalité contribue à renforcer l'attractivité en privilégiant la « sollicitude et l'humain ».

Pour Isabelle Pelieu, les pratiques d'hospitalité dans son activité, commencent par la personnalisation et l'adaptation aux besoins des visiteurs. Son agence (au sein de HPTE) qui propose des roadtrips sur mesure permet au visiteur d'appréhender chaque journée avec sérénité et tranquillité en offrant un carnet support personnalisé dans lequel il retrouve toutes les informations relatives à son voyage. Pour faire vivre le lien avec le client, il est important ensuite d'avoir son retour sur son expérience. Ces étapes garantissent la fidélisation et la création d'un bouche-à-oreille positif qui se reflète dans la promotion de leurs offres. L'hospitalité est ici entendue dans une perspective d'amélioration continue de la qualité du service et de réponse aux attentes. L'hospitalité c'est également la découverte de l'environnement pyrénéen et notamment du pastoralisme comme l'illustre la démarche collective Bienvenue en estives !

L'approche de l'hospitalité décrite par Mireia Font i Vidal, est, elle, davantage dans la volonté d'offrir à ses hôtes une expérience personnalisée, unique et mémorable. Cette propriétaire d'une maison d'hôtes en Catalogne la Casa Leonardo, dans le versant sud des Pyrénées à Lérida, souhaite que chacun de ses hôtes conserve un souvenir positif du service offert et de la personne qui l'a accueilli. Pour cela elle partage sa culture et ses traditions, car elle dit vivre "sa maison avec la philosophie de ses grands-parents", eux qui lui auraient transmis ce sens de l'hospitalité, en proposant à ses clients de "bons lits et de bons plats". Pour sa cuisine, elle cherche à privilégier les produits du terroir et à préparer des plats traditionnels catalans, car elle ressent beaucoup de gratitude envers les habitants et les visiteurs et c'est pour cela qu'elle veut partager sa propre histoire et l'histoire des lieux.

Marine Nicolau, de l'agence CO&Zion à Lourdes, voit, en tant que touriste, l'hospitalité comme une façon de « se perdre, de rencontrer des gens et de connaître leur culture ». Professionnellement parlant, sa vision de l'hospitalité c'est la qualité de trouver des solutions pour le client, dans une démarche de satisfaction mais aussi d'inclusion. Il est important pour elle de s'adapter aux différentes cibles, en proposant ses services en 4 langues : français, anglais, espagnol et langue des signes afin de s'adresser à un public trop souvent négligé ou ignoré.

Francine Giles de l'Office du Tourisme de Lourdes décrit quant à elle la spécificité de l'Hospitalité à Lourdes avec un « ADN » particulier autour de l'accueil des clientèles internationales et de l'accueil des hospitaliers.

Pour Ahmed Jeddou, guide mauritanien, l'hospitalité est conçue de façon très différente. Il a avoué ne pas vraiment comprendre les approches utilitaristes de l'hospitalité et son dévoiement au service d'une logique économique. Dans la culture nord-africaine, et surtout mauritanienne qui sont les siennes, l'hospitalité ne relève pas d'une imposition économique, elle est spontanée, enracinée chez chaque individu et correspond à un devoir moral propre à chaque humain. C'est à la fois un geste témoignant d'une forme d'engagement au service de la communauté que tout le monde se doit d'accomplir contribuant à donner une image positive du groupe et une sorte de règle tacite, une « loi du cœur » non écrite. Le visiteur est l'hôte de tout le monde. C'est une éducation qui se transmet de générations en générations.

TEMPS D'ÉCHANGES ET DE DÉBATS

Les participants et l'ensemble de la salle échangent ensuite et apportent chacun leurs témoignages sur les sujets suivants :

Quelles spécificités pour l'Hospitalité pyrénéenne ?

Quelles premières suggestions pour alimenter un guide des bonnes pratiques de l'hospitalité pyrénéenne ? quels grands axes partagés ?

Quelles pistes pour mettre en place des dispositifs concrets pour favoriser une économie touristique « de l'hospitalité » ?



CONCLUSION

Après avoir entendu ces différents éclairages sur la notion « d'hospitalité » et sa mise en pratique, voici les principaux enseignements des échanges qui ont suivi entre tous. Ces points saillants pourraient être formulés sous la forme de premiers éléments de recommandations à mettre en œuvre dans la démarche d'hospitalité Pyrénéenne :

- Mettre l'accent sur la notion d'hôte qui se retrouve dans Hostal
- Aller plus loin que les seuls services compris dans le séjour du visiteur, à tel point qu'il ne faudrait pas devoir être client pour profiter de l'hospitalité. Dissocier consommation et accueil afin que le visiteur ne soit pas dans l'obligation de consommer pour bénéficier de l'hospitalité. Pouvoir envisager, dans la continuité des propos de M. Jeddou, le déploiement d'une hospitalité « désintéressée », au sens économique, une hospitalité fondée sur les notions de « partage » et de « communauté » et non motivée par des raisons financières.
- La dimension du temps : le temps slow prendre le temps de l'hospitalité, d'échanger avec les visiteurs, de partager, de faire découvrir : le territoire, les produits locaux, les traditions, l'histoire du territoire, le patrimoine...
- Décloisonner le tourisme, l'ouvrir à tous les secteurs, ex : liens avec le pastoralisme ...
- La dimension du collectif pour proposer une expérience complète, variée sur le territoire
- Attiser la curiosité grâce à des gestes inhabituels, montrer autre chose, inviter les visiteurs à une expérience différente
- Le partage – l'hospitalité réciproque : une relation dans les 2 sens, un enrichissement mutuel, une partie à l'initiative du visiteur
- Prendre soin de, conseil et accompagnement ex sur l'environnement montagne
- Acceptation de l'autre, tolérance et inclusion, aller vers l'autre
- Aller vers un guide des bonnes pratiques (ou cahier des charges) plutôt qu'une charte de l'hospitalité, représentant le fil rouge de l'accueil en tourisme partagé par tous
- C'est l'ensemble de la chaîne des acteurs qui contribue au développement de la dimension humaine du territoire, sensibiliser les populations
- Travailler à différents niveaux pour gagner en hospitalité : « qualité urbanistique » des villages, design des lieux...

Et la mise en garde contre des pratiques qui réduisent la dimension relation humaine le tout technologique ou encore le yield management.

Parmi les points forts de l'atelier, ont été particulièrement appréciés la diversité des intervenants issus de différents pays et aires culturelles, le croisement de regards distincts sur l'hospitalité et le temps pris pour la réflexion et les échanges entre le public et les intervenants et la participation active d'un grand nombre de personnes dans la salle.

RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

[ADN Tourisme, 2021 : Manifeste pour un tourisme responsable](#)

[ADN Tourisme, 2022 : Charte nationale de l'hospitalité](#)

[La charte des chemins de Compostelle](#)