

COMMISSARIAT À L'AMÉNAGEMENT DES PYRÉNÉES

Groupe Prospective-cohérences
sous-groupe «Ville-Montagne»

Coordination Jean-Guy UBIERGO

« REGARD SUR LES PYRÉNÉES URBAINES »
Première note d'intention ouverte au débat

Mai 2012

PREAMBULE

Les Pyrénées dans une approche métropolitaine.

Répondant à la demande d'animation du Groupe « Prospective et cohérences » pour le compte du Commissariat à l'Aménagement des Pyrénées, ce document ouvre le débat sur les enjeux spécifiques aux relations « Ville-Montagne ». Il s'agit de lancer une première trame d'idées permettant d'identifier la nature de ces échanges susceptibles de faire émerger un autre regard et d'autres représentations du Massif, potentiellement porteurs d'une nouvelle gouvernance dans la conduite du développement des futures politiques de Massif à l'horizon 2014-2020.

L'objectif est de connecter métropoles, villes et montagne, non en les opposant, mais sous l'angle d'un intérêt réciproque, dans un véritable esprit d'interdépendance et de complémentarité. Il s'agit donc de qualifier les évolutions contemporaines de ce rapport au Massif, d'apporter du sens et une plus-value à ces territoires de montagne dans leurs échanges avec les métropoles, d'identifier de façon pragmatique l'émergence des potentialités nouvelles, pour les traduire en objectifs opérationnels, sources de nouveaux savoir-faire et de développement pour les Pyrénées. Ainsi, changer de paradigmes c'est changer nos façons de voir et de montrer, c'est aussi explorer des futurs possibles qui sont au centre de ce travail collectif de prospective. Telle est la mission de ce Groupe.

ENJEUX MAJEURS

➔ Les Pyrénées dans une société en mouvement.

L'approche d'un espace pyrénéen sans métropole où les villes sont rejetées hors des limites du Massif, a fondé une perception très tenace de ces territoires de montagne en les identifiant comme de possibles entités autonomes. Ainsi a été promue la conception d'un auto-développement de la montagne dans la partition alors très en vogue d'une distinction entre rural et urbain qui a établi dès 1985 les bases du développement des politiques territoriales. Qu'en est-il aujourd'hui de la pertinence de cette approche ?

Historiquement les Pyrénées se sont bâties comme autant d'espaces de réciprocité : c'est d'abord vrai des cultures qui se sont affranchies des frontières, de l'économie pastorale jouant des complémentarités de versants et de territoires entre plaine et montagne, du thermalisme qui n'a cessé d'innover pour se développer sur de nouvelles clientèles, des enjeux de l'industrie et de l'énergie confrontés aux marchés mondiaux, du développement du résidentiel et du tourisme international responsables aujourd'hui de nouvelles dynamiques démographiques... Enjeux sur l'eau, sur l'environnement, sur les productions de qualité qui sont autant de nouveaux rapports sociaux à la nature et aux modes de production agricole, qui loin de rester des problèmes strictement locaux ou de filières posent les bases d'un véritable dialogue de société ... A trop vouloir se définir comme une entité autonome et autocentrée, le développement de la montagne pyrénéenne, contrairement à la Convention Alpine, en a peut être oublié aujourd'hui la nécessité de se construire dans l'échange...

Ainsi, la proposition n'est plus de regarder le Massif dans ses seules limites, mais d'observer la société qui change et de mesurer toute la richesse d'un positionnement contemporain de ces espaces dans un dialogue direct et consenti avec les métropoles. En effet, à l'heure où cet espace pyrénéen vit majoritairement de sa capacité d'attractivité touristique, environnementale et de productions agroalimentaires, les liens de proximité soutenant de telles économies sont certainement à évaluer dans les potentialités de la croissance des métropoles régionales. Car au prix croissant de l'énergie, il sera sûrement bon à l'avenir de s'approvisionner comme de se dépayser dans le proche...

➔ Les inter-relations transfrontalières des métropoles sur le Massif

Plutôt que d'analyser le Massif sur des relations inter-régionales, ne serait-il pas judicieux de l'aborder sous l'angle des relations inter-urbaines dans une logique transfrontalière ? La pertinence de cette focale sur le développement pressenti du Massif est un élément majeur de stratégie territoriale qui n'est pas encore traduit par des politiques publiques. Ainsi les jumelages existants entre les villes et les métropoles du Massif sont aujourd'hui peu valorisants pour les territoires pyrénéens eux-mêmes. Cette mise en relation des potentiels métropolitains et pyrénéens ouvre assurément de nouvelles synergies vers des actions concrètes de développement. Comment les universités pyrénéennes s'inscrivent-elles par exemple dans cette réflexion, quelle est la nature des recherches inter-universitaires sur le sujet ? Puisque les politiques de la montagne se sont définies pour les Pyrénées en dehors du fait urbain, aucune analyse marquante à ce jour n'existe sur cette thématique. Quelles investigations mener sur le sujet ? Quelles cartographies, images et représentations innovantes constituer ?

Ainsi l'idée d'une entité pyrénéenne perçue comme un « patrimoine commun » par les métropoles à l'échelle transfrontalière et intermétropolitaine questionne une nouvelle image des Pyrénées qui loin de mettre en concurrence les différents sites touristiques pyrénéens, pose les principes d'une synergie des espaces et des économies rendant plus évidente une perméabilité du Massif. Comment cette dimension transfrontalière peut-elle associer les villes et les métropoles du Massif au développement des économies pyrénéennes ?

➔ Les Pyrénées comme élément identitaire des métropoles

Si l'on poursuit l'idée que le Massif doit beaucoup plus intégrer dans sa stratégie le devenir des métropoles, la réciprocité doit être vérifiée. Ainsi, en observant les éléments actuels de la croissance des métropoles pyrénéennes exprimés notamment par les nombreux rapports sur « la ville durable », on constate que la montée en puissance de leur statut de capitale économique et culturelle doit faire face à de nouveaux défis, notamment celui de construire leur identité propre par des principes de différenciation.

Dans cette démarche, les métropoles intègrent-elles les Pyrénées comme un « patrimoine commun » ? Les métropoles se vivent-elles comme des villes frontières en responsabilité d'échanges et de perméabilité transfrontalière ? Inversement, quelle participation des Pyrénées à l'identité culturelle des métropoles ? Quelle image pyrénéenne dans la conception des stratégies urbaines ? Quelles évocations de la Garonne ou de l'Adour ? Comment les villes intègrent-t-elles les identités des fleuves pyrénéens, quelle programmation singulière pour le « Théâtre Garonne », quel positionnement pour l'Agence de l'Eau ?... En définitive, les Pyrénées sont-elles une thématique d'innovation pour les métropoles et comment peuvent-elles se positionner dans une culture urbaine ?

➔ Les villes de piémont comme espace d'articulation métropoles - massif

Dans cette lecture directe entre le Massif et les métropoles, le rôle des villes de piémont est peut être quelque peu oublié. Pourtant il doit être réinterrogé, notamment dans sa fonction de redistribution des flux touristiques et métropolitains à l'échelle du Massif. En effet, dans ce nouveau contexte de mobilité généralisée et de perméabilité accrue entre l'urbain et le rural, la fonction des villes de piémont pose le double enjeu de leur relation à la métropole régionale et de leur fonction d'irrigation des vallées montagnardes.

Cette responsabilité majeure au carrefour des flux métropolitains et des vallées reste aujourd'hui un point faible comme le soulignent notamment les chiffres de l'attractivité démographique, qui d'un niveau élevé sur les trois Régions et notamment à la périphérie des métropoles, chutent considérablement à l'approche du Massif (CF : projections INSEE 1999-2008). Ce constat désigne l'attractivité pyrénéenne comme un cas spécifique dans un gradient métropole-massif.

➔ Un patrimoine pyrénéen à traduire par une médiation culturelle contemporaine

Au même titre qu'une valorisation de l'image pyrénéenne dans les stratégies de différenciation des métropoles, le traitement du patrimoine pyrénéen, qu'il soit naturel ou culturel, est un élément primordial de la relation métropole-Massif. Comment les Pyrénées donnent-elles à voir et à comprendre leur patrimoine ? Bien qu'elle représente un potentiel certain et une source de qualification de métiers largement valorisant, la médiation culturelle du patrimoine s'opère aujourd'hui de façon peu professionnelle à l'échelle du Massif. L'enjeu est bien d'actualiser cette lecture du patrimoine afin de le (re)donner à voir dans une dimension plus contemporaine en y associant des approches et des outils innovants de communication comme des partenariats créatifs entre métropoles et Massif.

Sur le traitement du patrimoine, la place de l'urbanisme touristique est aussi une question de médiation culturelle et devient même aujourd'hui un problème central de l'aménagement des sites pyrénéens dans leur rapport aux espaces naturels et aux extensions des villages. Revisiter l'urbanisme touristique dans une volonté de médiation des patrimoines est certainement un des moteurs majeurs d'une dynamique innovante pyrénéenne. L'enjeu est alors d'intégrer plus fortement dans les réalisations, les attentes locales en matière d'offre de logements pour les populations actives et l'installation de nouveaux métiers, afin de donner de la cohérence au projet urbanistique des villages et de renforcer la mixité des usages. Quelle architecture contemporaine sur le Massif ? Quel urbanisme touristique médiateur du patrimoine des villages et des sites ?

➔ Des savoir faire et des productions agricoles plus accessibles aux urbains

Le patrimoine pyrénéen est aussi celui de savoir-faire qui s'expriment pleinement dans le domaine de l'agro-alimentaire, secteur en pleine mutation et donc à consolider à l'échelle pyrénéenne. Après des phases de labellisation de produits, d'identification de qualité et de Marque, l'enjeu est aujourd'hui de poursuivre la structuration et la lisibilité des circuits courts, de constituer des vitrines et de promouvoir la vente en ligne, susceptible de structurer de nouveaux marchés urbains.

Comment aborder les enjeux d'une Maison des Pyrénées à la fois centrale d'achat et outil de diffusion des produits pyrénéens ? Quel design, quelle ligne marketing pour actualiser la mise en marché des produits de montagne vers une approche plus contemporaine à l'exemple du travail constitué sur les territoires de l'Aubrac par la coopérative « jeune montagne » ? Quelles relations constituer entre produits, territoires des vallées et offres touristiques ? Quels circuits du patrimoine gastronomique proposer ? Quelle place pour de nouvelles technologies de l'information dans ce dispositif ? Quelle articulation avec la Marque Sud Ouest de France ?

➔ Une accessibilité du Massif Pyrénéen à partir des métropoles

L'accessibilité par les transports collectifs (TER,...) devient un facteur économique déterminant de l'économie future du Massif. L'engouement pour les offres SKI-RAIL ou VTT développées au départ de Toulouse et Bordeaux demeure insuffisant pour la desserte globale des vallées qui dépendent largement de la voiture individuelle. Ainsi le coût d'accès au Massif interroge les lignes ferroviaires majeures, surtout si l'on regarde la notoriété que prend le petit train jaune de Cerdagne. En effet, son raccordement à la ligne transfrontalière de La Tour de Carol entre Toulouse et Barcelone devient un axe intérieur structurant de desserte pour l'économie touristique de la Cerdagne. Quid du projet de la ligne Pau-Canfran ? Quelles perspectives ferroviaires pour la desserte du Massif ?

Ce lien ferroviaire des métropoles au massif est aussi celui de la mobilité des actifs qui sont de plus en plus nombreux à habiter dans un périurbain lointain. Ainsi l'enjeu d'une desserte ferroviaire du Massif se double aujourd'hui des besoins de mobilité du péri-urbain qui touche de plus en plus de bourgs du piémont pyrénéen dans leur coût d'accès à la métropole. Un des enjeux est celui de l'ajustement des horaires afin de servir l'ensemble des clientèles.

OBJECTIFS ET PISTES D' ACTIONS POTENTIELLES

➔ Produire de nouvelles représentations du Massif à l'échelle transfrontalière des métropoles et des villes pyrénéennes.

- Enclencher une dynamique de création et une façon de percevoir les Pyrénées différemment.
- Développer des représentations visuelles qui soient à la hauteur des transformations du Massif.
- Ouvrir les citoyens et notamment les jeunes à une approche pyrénéenne par le web (cartographie dynamique, missions photographiques, entretiens filmés, web-documentaire,...).
- ...

➔ Développer des intérêts urbains autour du potentiel pyrénéen

- Développer une lisibilité des Pyrénées comme élément identitaire des villes et des métropoles.
- Développer des intérêts partagés ville-montagne en accord avec l'actualité des enjeux de société : questionnement sur l'eau, sur les nouveaux rapports à la nature, sur le tourisme durable, sur la médiation du patrimoine, sur les sports de pleine nature,
- Communiquer sur l'identité des fleuves dans les métropoles (la Garonne comme nouvel espace public, des spectacles utilisant la nature et la dimension du fleuve,...).
- ...

➔ Intégrer la place des Pyrénées dans les stratégies urbaines

- Eveiller les citoyens à la richesse d'un dialogue transfrontalier à l'échelle des Pyrénées.
- Identifier des lieux emblématiques dans la ville porteurs d'histoires pyrénéennes.
- Développer un partenariat créatif pour une accessibilité du Massif par les transports collectifs.
- ...

➔ Structurer la mise en marché des produits pyrénéens

- Concevoir une « Maison des Pyrénées », site virtuel et lieu physique dans la ville.
- Constituer une vitrine des Pyrénées pour une vente en ligne des produits locaux.
- Développer une ligne marketing et un design contemporain pour les produits pyrénéens.
- ...

➔ Placer les bourgs du piémont au centre du dispositif Métropoles-Massif

- Elaborer une nouvelle signalétique au niveau des villes de piémont.
- Développer de nouvelles applications numériques pour une médiation des patrimoines.
- Transformer les aires autoroutières majeures en lieux d'informations touristiques.
- ...