

CONSEIL DEPARTEMENTAL DES HAUTES-PYRENEES
OUVERTURE DU MOUNTAIN BUSINESS
SUMMIT – 11 JUIN 2019
DISCOURS DU PRESIDENT, MICHEL PELIEU



Je vous souhaite à toutes et à tous la bienvenue dans les Hautes-Pyrénées.

Je me réjouis de voir des délégations étrangères. Il est vrai qu'en montagne nous avons toujours pris quelques libertés avec les découpages des circonscriptions administratives. Ici, dans les Pyrénées, les frontières ne sont pas des barrières infranchissables. Bien au contraire. Nous cultivons des liens très étroits avec nos voisins espagnols car nous appartenons à une même communauté, celle des Pyrénéens.

Soyez donc tous les bienvenus !

Je souhaite que votre court-séjour en Hautes-Pyrénées se déroule au mieux, qu'il éveille peut-être en vous des envies de revenir, et que les échanges et rencontres que vous aurez dans le cadre de ce salon puissent être fructueux.

Avant que les débats soient engagés autour des tables rondes, je voudrais féliciter la démarche de ce salon international de l'économie de la montagne.

Notamment parce qu'il permet de traiter la question de la montagne de façon généraliste, sous différents angles : le tourisme, l'agriculture, l'hydroélectricité, etc.

C'est une manière d'aborder les choses qui me paraît pertinente car je crois qu'il faut aujourd'hui plus que jamais construire des ponts entre les filières et entre leurs acteurs.

Cela permet d'abord d'éviter l'hyperspécialisation des territoires de montagne qui les rend vulnérables.

Et puis il y a des complémentarités à inventer et à renforcer pour plus d'efficacité.

C'est notamment le cas pour le tourisme et l'agriculture.

On les a souvent opposés pour des questions notamment de conflit d'usage.

En réalité, le tourisme et l'agriculture sont complémentaires à bien des égards.

L'agriculture, les agriculteurs, les éleveurs magnifient les paysages, ils donnent aussi à la destination, par leurs traditions, leurs cultures, par la qualité de leurs produits, de leurs pratiques et de leurs savoir-faire, un certain art de vivre, qui est unique, une sorte de supplément d'âme dont les touristes sont friands.

De son côté, le tourisme apporte des débouchés supplémentaires aux produits du terroir, ainsi qu'une visibilité et une notoriété aux différentes marques de produits agroalimentaires.

Le Beaufort aurait-il eu sa notoriété et ses débouchés sans le tourisme savoyard ? Je ne le crois pas.

La montagne n'est pas qu'une cours de récréation pour urbains en quête de grands espaces et de loisirs outdoor.

La montagne c'est aussi un lieu de vie, de traditions, de culture, d'identité, d'émotions qu'il faut entretenir et valoriser, y compris dans le cadre du développement touristique.

Dans les Hautes-Pyrénées c'est le choix que nous avons fait.

Avec la marque HaPy Saveurs, nous valorisons les productions agroalimentaires locales et les restaurants qui font le choix de produire des cartes à forte identité pyrénéenne toute l'année.

Avec le Pyrénées Road Trip, ces itinéraires touristiques que nous avons construits avec nos voisins espagnols, nous favorisons la fréquentation de nos territoires de montagne sous l'angle de l'itinérance, de la contemplation, de la découverte et des rencontres.

Pour en revenir aux tables rondes qui vont s'ouvrir,

Vos débats n'échapperont pas à la question des évolutions climatiques. Ils commenceront d'ailleurs par ça.

Pour ma part, je regrette que ce sujet soit trop souvent évoqué par le biais de discours mortifères. Le catastrophisme n'est pas le meilleur facteur de mobilisation pour l'action.

La question des évolutions climatiques doit être envisagée avec davantage d'optimisme pour favoriser créativité et inventivité.

Elle doit être envisagée également avec réalisme, en gardant bien à l'esprit notamment que ce qui fait l'attractivité de la montagne l'hiver c'est le ski.

Dans les Pyrénées, le choix a été fait de favoriser le 4 saisons.

Dans les 4 saisons, vous ne me contredirez pas, il y a bien l'hiver.

Dans ce domaine, la Présidente de la région Occitanie a fait, il y a quelques jours des annonces fortes pour soutenir l'économie du ski essentielle à l'armature économique et sociale de nos territoires. Je la remercie et la félicite pour cet engagement.

Dans les faits, nous travaillons sur les 4 saisons déjà depuis le début des années 2000, au travers du dispositif des pôles touristiques, qui a été mis en place dans un souci de développement d'un tourisme durable

Pour ceux qui ne le connaissent pas, ce dispositif a permis de définir des stratégies de développement touristique à l'échelle de territoires pertinents du point de vue des clients, mais pas limité à une station de ski. Le territoire de pôle devait englober un espace plus vaste que le seul domaine skiable et inclure notamment la vallée.

Cela a permis de définir de **vrais projets de territoire** et **d'équilibrer les investissements** entre d'une part, les domaines skiabiles et d'autre part, les équipements fonctionnant toute l'année, quel que soit l'enneigement. Aujourd'hui, grâce à ça, face aux demandes de diversification portées par les clients, les Pyrénées ont quelques atouts.

Pour autant, il reste encore du chemin à parcourir, il faut approfondir l'effort.

Innover.

Mais attention,

Je me permets d'apporter sur ce sujet une réserve :

L'innovation ne doit pas être une fin en soi.

Il ne sert à rien d'inventer des offres et des services et de se demander ensuite à qui ou à quoi ça va servir.

Il faut d'abord et avant tout, **être attentif aux clients** ;

ceux qui nous ont choisis et ceux qui ne viennent pas encore ;

C'est en partant des clients et de leurs attentes qu'on doit définir ce que la destination doit proposer.

Pendant longtemps les efforts ont porté sur l'équipement, l'aménagement, l'investissement, sans toujours tenir compte de l'avis des clients et dans le but de créer des prestations touristiques.

Mais aujourd'hui l'offre touristique est devenue supérieure à la demande. Dans ce contexte, il faut changer de perspective et passer à l'écoute active des clients pour adapter les offres à leurs attentes.

Il n'y aura pas de tourisme durable sans politiques touristiques construites à partir d'une analyse des demandes des clients.

Voilà, le sujet est si vaste et passionnant qu'il y aurait encore bien des choses à dire. Mais je crois qu'il est plus important de laisser du temps aux débats, plutôt qu'aux mots d'accueil.

Je ne serai donc pas plus long.

Je vous remercie pour votre attention et vous souhaite des échanges constructifs.