

Opération Maison du Parc Mobile

Bilan de la première saison du dispositif (2020)



Landry PANN, volontaire service civique au Parc naturel régional des Pyrénées Ariégeoises (PNRPA)

Octobre 2020

Plan du rapport

Intro.....	2
I/ La MPM : un outil de communication et de sensibilisation au plus près du public du PNRPA.....	2
a) Principe et fonctionnement.....	2
b) Le véhicule et les autres supports pédagogiques.....	3
II/ Un dispositif couvrant l'ensemble du PNRPA.....	4
Tableau récapitulatif de la tournée.....	5
Carte des sites visité	6
III/ La première tournée de la Maison du PNR mobile très bien accueillie par le public.....	7
a) Analyse quantitative.....	7
b) Analyse qualitative.....	8
Conclusion.....	9

Introduction

Ce rapport fait un bilan de la première tournée de la MPM qui s'est déroulée du 20 juin au 11 octobre 2020. Il définit le principe de MPM et résume les résultats obtenus.

Ce dispositif vise à renforcer la communication du PNR auprès du grand public, local comme de passage et à le sensibiliser davantage à sa biodiversité et aux actions mises en œuvre pour le développement durable du territoire.

I/ La MPM : un outil de communication et de sensibilisation au plus près du public du PNRPA

a) Principe et fonctionnement

Le concept de maison du PNR mobile consiste en un véhicule représentant le Parc naturel régional des Pyrénées Ariégeoises, animé par un agent du SMPNR. De Juin à Octobre 2020, ce dispositif a été animé par Landry PANN, volontaire en service civique au PNRPA. L'animateur porte alors un discours principalement axé sur l'environnement naturel du PNRPA tout en le mettant en lien avec les activités humaines qui s'y déroulent. Ce véhicule sillonne l'ensemble des sites en extérieur accueillant du public afin de le sensibiliser au patrimoine naturel, culturel et paysager du Parc et aux actions mises en œuvre en sa faveur. Il se déplace alors jusque sur les marchés, les départs de randonnée, les cols routiers, les parkings de sites touristiques, etc.

Le premier enjeu est ainsi de faire connaître au grand public l'environnement du PNRPA, élargi au Parc Pyrénéen des Trois Nations, à travers ses différentes composantes (biodiversité, urbanisme, architecture, patrimoine bâti, paysages) et plus spécifiquement à proximité de chaque site, ainsi que sa relation avec les activités humaines (santé-environnement, agro-sylvo-pastoralisme, tourisme, productions, énergies).

Le second est de sensibiliser le public aux enjeux et moyens de préservation de cette biodiversité (actions mises en place dans le parc, comportement à adopter, réglementation à respecter, partenariats transfrontaliers).

L'objectif est alors de proposer sur chacun des sites d'installation, aux différents publics les fréquentant et selon leurs demandes, de la sensibilisation pédagogique et/ou des informations sur les thèmes suivants :

- Connaissance de la biodiversité du PNRPA et ses relations avec les activités humaines
- Le développement durable du PNRPA (Actions mises en œuvre)
- Les comportements à adopter dans un espace naturel pour le respecter et pour protéger sa santé.

De plus, pour cette première saison, la MPM a également été utilisé pour proposer auprès du grand public des activités de pleine nature et ainsi soutenir le travail des prestataires de pleine nature marqués Valeur Parc dont l'activité avait pu être impactée par la crise de la covid-19.

Parallèlement, l'animateur de la MPM sert d'intermédiaire entre le Syndicat mixte du PNR et les différents acteurs du territoire (agriculteurs, élus, entreprises, associations, collectivités territoriales). Il permet ainsi de renforcer voire de créer un lien entre ces acteurs, de recueillir leurs propositions et de faire émerger ou avancer des projets.

b) Le véhicule et les autres supports pédagogiques

En premier lieu, le graphe réalisé par le graphiste Odul sur la carrosserie du véhicule est un des outils pédagogiques de la MPM.

La fresque qu'il a peinte dans un style « bande dessinée » sur toute la carrosserie représente le du PNR des Pyrénées Ariégeoises. Ainsi on y retrouve les grandes entités paysagères : les coteaux et pré-Pyrénées du nord, le piémont, les vallées urbanisées, les zones intermédiaires avec leurs villages de versant, les estives et la roche de la haute-montagne. On distingue alors différents milieux (prairies, pelouses sèches, forêts, landes, pelouses d'altitude, milieux aquatiques, rocheux, grottes, etc.).

Cette fresque est par ailleurs ponctuée d'éléments architecturaux emblématiques des Pyrénées Ariégeoises : villages, fermes, orris, murs en pierres sèches, etc.

Ensuite on voit apparaître dans l'œuvre d'Odul quelques représentants emblématiques de la faune Pyrénéenne : des animaux domestiques, à savoir la vache gasconne et la brebis tarasconnaise ; des animaux sauvages tels que le desman, le gypaète barbu, l'isard et le bouquetin. On y voit également des odonates, symboles des milieux humides et aquatiques ainsi que des abeilles, représentatives d'une agriculture respectueuse de l'environnement. La couleur rouge, signature visuelle de l'ensemble de la flotte de véhicules du PNR est reprise sur la MPM, représentée par des fleurs aux tons similaires (rhododendron, joubarbe, adonis, etc.). Deux toises horizontale et verticale sur lesquelles figurent les noms de quelques espèces de la grande et moyenne faune et de rapaces présents dans le PNR permettent de se représenter et se comparer en taille et en envergure à ces animaux.



Le graphe d'Odul représentant le territoire du PNRPA. Photos : LP

L'apparence extérieure de la MPM lui donne un aspect original, moderne et attractif. Elle permet de présenter le PNR et d'y sensibiliser le public en mettant directement le graphe en lien avec ce que l'on voit autour du site où l'on s'installe. Elle permet d'expliquer l'organisation de ses milieux et de sa biodiversité, son

agriculture, son patrimoine bâti, les effets de cet environnement sur notre santé, les conséquences du changement climatique et les moyens d'adaptation, ses activités touristiques voire industrielles.

Ensuite, l'idée de ce dispositif se base sur l'interprétation. Selon le site, l'objectif est alors de traiter d'une thématique en particulier - ces thématiques correspondent aux différents milieux des Pyrénées Ariégeoises – et d'utiliser donc un matériel pédagogique associé. Par exemple, en zone montagne, on peut traiter de la biodiversité montagnarde et utiliser ce matériel : crânes de bouquetin, collier GPS, bois de cerf, empreintes et crottes en résines de la faune de montagne, photos, vidéos de la faune et de la flore, bandes sons de la faune, longue vue. Ces outils permettent alors de sensibiliser les personnes rencontrées à ce milieu et d'expliquer les projets et actions du PNR associées (par exemple : la réintroduction du bouquetin ibérique).

En revanche, lors d'une installation sur un marché, l'idée est plutôt de communiquer auprès du public sur les circuits courts, les productions locales et mettre en avant la marque Valeurs Parc. On peut alors y utiliser les outils de communication suivants : exemples de produits marqués Valeurs Parc, kakemono résumant l'idée de la marque, documents explicatifs, flyers d'adhésion à la marque, flyer de prestataires de pleine nature marqués.



A gauche : la MPM à l'étang de Soulcem. A droite : la MPM au marché de La Bastide de Sérou - Photos : LP

II/ Un dispositif couvrant l'ensemble du PNRPA

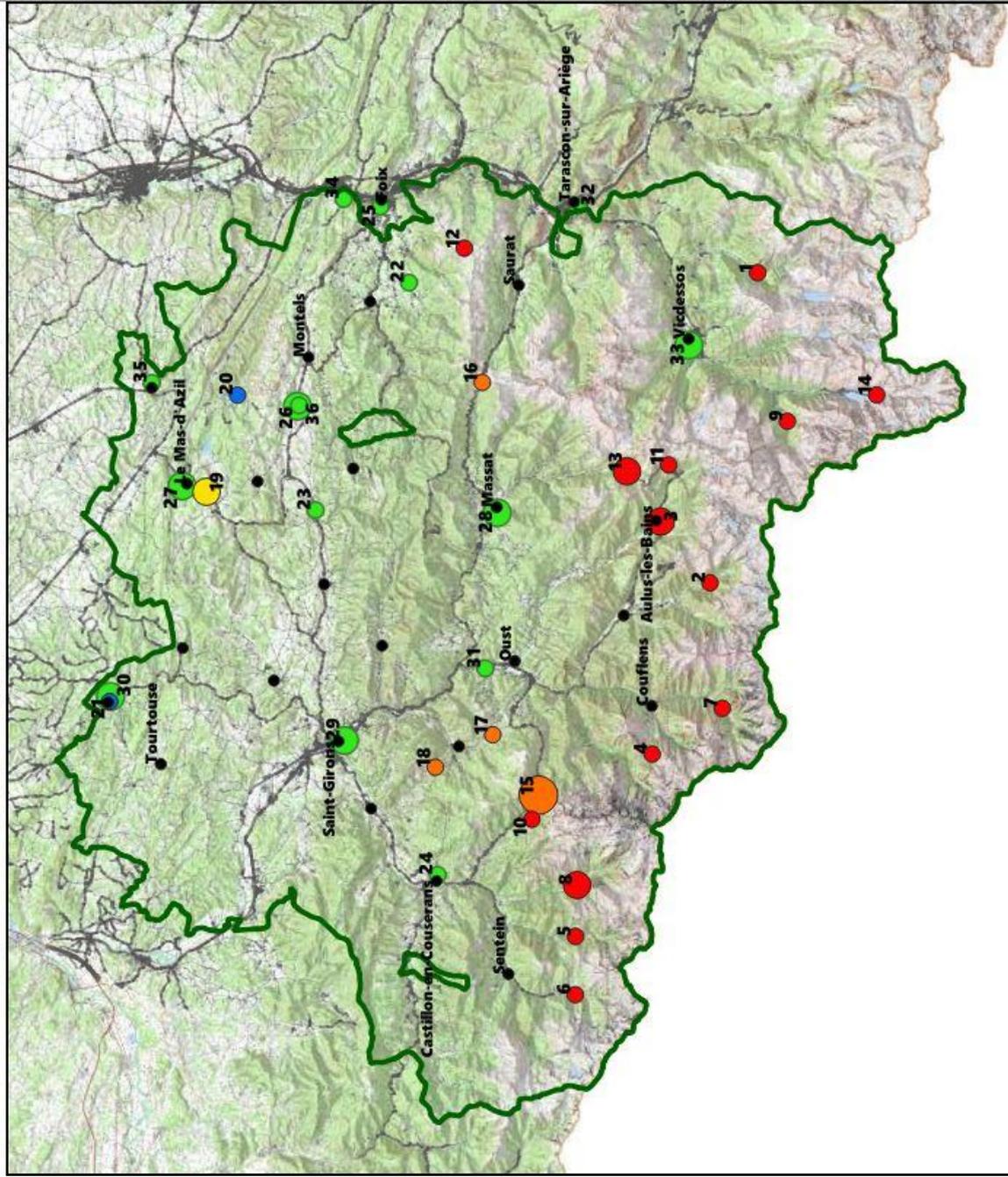
Durant cette toute première tournée avec la Maison du Parc naturel Mobile, le ciblage a été porté sur différents sites sur lesquels on retrouve particulièrement le grand public local, de touristes ou les deux. Elle a été mobilisée sur l'ensemble du PNR et ainsi dans l'ensemble des environnements que l'on y rencontre : des petites Pyrénées au Nord, aux profondes vallées de montagne au sud, en passant par le piémont.

Le tableau ci-après reprend toutes les sorties réalisées avec la MPM en précisant, selon le site, la ou les thématiques qui étaient priorisées lors de la présence. Il précise également la réussite de l'opération spécifiquement à chaque site. Cette appréciation est évaluée selon plusieurs critères : nombre de personnes, pertinence et durée des échanges, périodes (de l'année/ de la semaine/ de la journée) emplacement, niveau d'interprétation possible, etc.

Thématiques particulièrement abordées	Type de site	Site	Dates	Appréciation	
Biodiversité montagnarde/ forestière Santé environnement (tiques).	Départ de randonnée	1. Bouychet (Siguer)	24/07		
		2. Parking du cirque de Cagateille	09/10		
		3. Cascade d'Ars (Aulus-les-bains)	05/06 ; 13/08		
		4. Col de Pause (Seix)	29/07		
		5. La Pucelle (Bonac-Irazein)	14/08		
		6. Le Bocard d'Eylie (Sentein)	28/06		
		7. Peyrots (Couflens)	05/06		
		8. Pla de la Lau (Les Bordes sur Lez)	06/06 27/08		
	Départ de randonnée/ canyon	9. L'Artigue (Auzat)	20/08		
	Lac de pêche/ départ de randonnée	10. Lac de Bethmale (Bethmale)	09/08		
Biodiversité montagnarde/ des milieux pastoraux Santé environnement(tiques)	Départ de randonnée	11. Coumebière (Aulus-les-Bains)	28/08		
	Départ de randonnée/ parapente	12. Prat d'Albis (Prayols)	10/07		
	Départ de randonnée/ lac de pêche/ activités de pleine nature	13. Etang de Lers (Le Port)	09/07 ; 01/09		
	Départ de randonnée/ lac de pêche	14. Etang de Soulcem (Auzat)	19/08		
	Col routier/ départ de randonnée	15. Col de la Core (Bethmale)	17/07 ; 08/08 ; 02/09		
		16. Col de Port (Boussenac)	27/06		
	Col routier	17. Col de Catchaudégué (Alos)	08/08		
18. Col de Portech (Moulis)	16/07				
Pelouses sèches du piémont/ réseau karstique Faune nocturne	Site touristique	19. Grotte du Mas d'Azil	03/07 ; 23/09		
Milieux aquatiques/ zones humides	Plan d'eau de baignade, pêche	20. Lac de Mondély (La Bastide-de-Sérou)	07/08		
		21. Lac de Sainte-Croix-Volvestre	04/07		
Marché Biodiversité urbaine Et/ou thématique(s) associée(s) à l'environnement environnant le village (montagne, piémont, pré-Pyrénées, etc.)	Marché	22. Brassac	25/07		
		23. Castelnau-Durban	04/08		
		24. Castillon-en-Couserans	28/07		
		25. Foix	21/08		
		26. La Bastide de Sérou	23/07 ; 24/09		
		27. Mas-d'Azil	05/08 ; 23/09		
		28. Massat	06/08 ; 08/10		
		29. Saint-Girons	22/08 ; 26/09		
		30. Sainte-Croix-Volvestre	15/07 ; 30/07		
		31. Soueix-Rogalle	12/08		
		32. Tarascon-sur-Ariège	10/10		
		33. Vicdessos	30/07 ; 01/10		
		34. Vernajoul	06/10		
		Forum des associations	35. Pailhès	19/09	
		Foire Ariège en Bio	36. La Bastide-de-Sérou	11/10	

La carte en page suivante localise tous les sites sur lesquels s'est rendue la MPM et le nombre d'installations par site. Les numéros des sites correspondent à ceux du tableau précédent.

Localisation des sites d'accueil de la première tournée MPM et fréquence d'installation



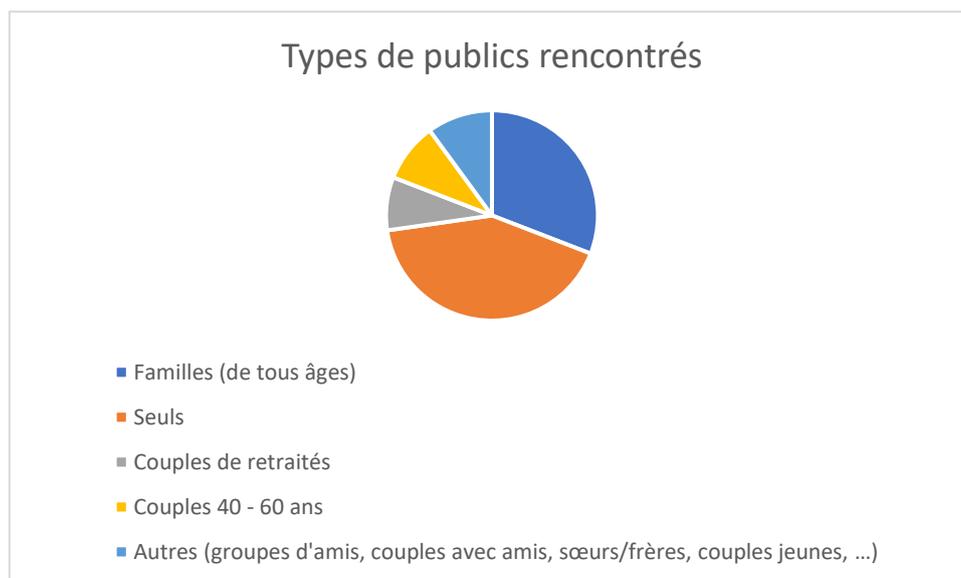
- Périmètre du PNRPA
- Villes et villages
- Sites bénéficiaires de la première tournée MPM
- Departs de randonnées et autres activités de pleine nature ●
- Colis routiers ●
- Sites touristiques ●
- Plans d'eau de baignade ●
- Marchés ●
- Nombre de venues sur site
- 1
- 2
- 3

Auteur : Landry PANN
Sources : PNRPA et IGN
Logiciel : Qgis

III/ La première tournée de la Maison du PNR mobile très bien accueillie par le public

a) Analyse quantitative de l'opération

On peut estimer le nombre de personnes touchées par l'opération à environ 370. Ce chiffre prend en considération les personnes avec qui est intervenu un réel échange sur au moins une thématique attrayant au Parc naturel régional des Pyrénées Ariégeoises (territoire, biodiversité, projets et actions).



Le graphique ci-dessus montre que la grande majorité des publics rencontrés sont des individus seuls d'âges variés et des familles de tous âges. L'effectif est principalement complété par des couples de retraités ou ayant entre 40 et 60 ans. Ont également été rencontrés quelques groupes d'amis, des fratries adultes et de jeunes couples. A noter que la proportion de retraités était évidemment bien plus grande avant et surtout après les grandes vacances.

Selon les sites, les publics étaient présents pour diverses raisons. Sur les départs de randonnées ont surtout été rencontrés des randonneurs, des promeneurs ou encore des pêcheurs. Sur les plans d'eau il s'agissait principalement de baigneurs ou des promeneurs. Sur les marchés les échanges ont eu lieu autant avec des locaux qu'avec des touristes. Quelques sites particuliers attiraient des publics plus variés du fait d'activités touristiques diversifiées. C'est le cas de l'étang de Lers, du col de la Core, du col de Port, du Pla de la Lau. En effet on trouve sur ces sites des restaurants à proximité, des activités de plein air variées ou encore il s'agit de lieux de passage d'une vallée à une autre.

Quant à l'origine des personnes rencontrées, il s'agissait principalement et presque autant d'Ariégeois que de touristes du grand Sud-Ouest. Parmi ces derniers, beaucoup d'entre eux étaient habitués des Pyrénées voire de l'Ariège. De nombreuses personnes venant d'autres régions françaises ont été rencontrées et seulement quelques rares étrangers. Cette faible proportion de touristes venus d'autres régions que le Sud-Ouest peut s'expliquer cette année par la crise sanitaire liée à la covid-19, et encore plus pour les étrangers.

A également été constatée la part importante de personnes s'étant installées depuis très peu en Ariège (moins d'un an) ou recherchant à venir s'y installer. Pour ces derniers, il peut s'agir d'une conséquence de la covid-19.

b) Analyse qualitative

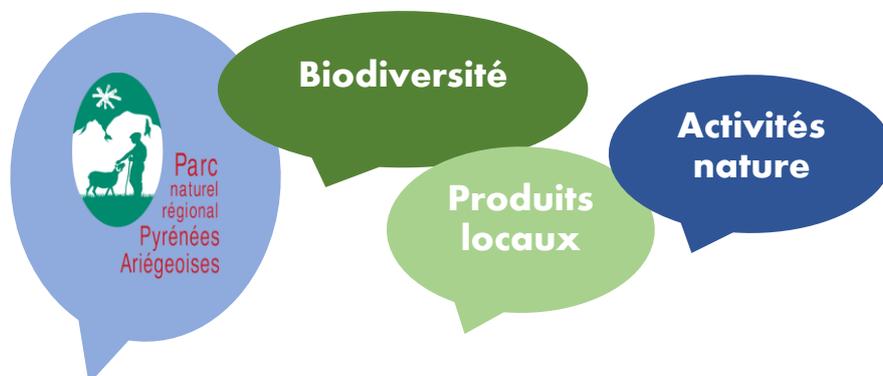
De manière générale, les sites où le dispositif MPM fonctionne le mieux sont ceux où la fréquentation est bonne et/ou le niveau d'interprétation possible est élevé. Il conviendra les années suivantes de réserver des créneaux durant les grandes vacances pour y (re)conduire l'opération. Les sites visités cette saison ayant répondu à ces critères et ayant alors offert la meilleure réussite sont les suivants : parking de la cascade d'Ars (Aulus-les-bains), col de Pause (Seix), Pla de la Lau (Les Bordes-sur-Lez), L'Artigue (Auzat), Coumebière (Aulus-les-bains), étang de Lers (Le Port), étang de Soulcem (Auzat), col de la Core (Bethmale), col de Port (Boussenac), lac de Mondély (La Bastide-de-Sérou), marché de Foix, marché de La Bastide de Sérou, marché du Mas-d'Azil, marché de Massat, marché de Saint-Girons, marché de Sainte-Croix-Volvestre, marché nocturne de Soueix-Rogalle, marché de Vicdessos, foire bio à La Bastide-de-Sérou.

Durant la tournée MPM, les moments des sorties ont en outre été variés. Ainsi sur les départs de randonnée, la MPM était principalement présente le matin de bonne heure jusqu'au début d'après-midi et quelques fois du milieu d'après-midi jusqu'à la soirée. Il n'a pas été observé de différence d'efficacité entre les deux créneaux mais les longues soirées d'été sont très propices à l'interprétation sur site puisqu'elles permettent davantage l'observation de la faune.

Ensuite il est évident que la météo est un facteur influençant fortement la réussite des sorties MPM.

Les éléments visuels étaient des facteurs clés d'attractivité de la MPM : le véhicule en lui-même pour sa fresque et ses toises indiquant la hauteur et l'envergure de quelques animaux. Le crâne de bouquetin, les moules d'empreintes et de crottes ou encore un bois de cerf sont autant d'éléments en relief et manipulables qui attiraient l'attention des visiteurs du « stand ».

Les questions posées et les discussions portaient principalement sur la faune et la flore, en particulier la grande faune. Le sujet du retour des grands prédateurs était assez récurrent, surtout autour de l'ours et de sa relation avec le monde pastoral. Sont également ressortis de nombreuses questions et échanges autour de la faune nocturne et vivant proche de l'homme, notamment les chiroptères, que les personnes rencontrées peuvent parfois côtoyer. Les échanges traitaient alors de la biologie des espèces, de leurs effectifs et de leurs relations avec les activités humaines, par exemple à travers le concept de la Trame Verte et Bleue. Il y eu un bon nombre de questions sur des itinéraires de randonnée pédestre auxquelles l'animateur pouvait plus ou moins précisément répondre, sinon le public était renvoyé vers les offices de tourisme. La question des circuits courts et des produits locaux marqués était aussi souvent abordée. En outre, le PNRPA a très souvent expliqué (objectifs, missions, exemples de projets dans les différents domaines) et son territoire présenté (communes, limites, milieux naturels, etc.). Quelques échanges autour des activités de pleine nature marquées Valeurs Parc ont également eu lieu, menant parfois à une mise en contact avec les professionnels pour d'éventuelles réservations de sorties.



Finalement l'opération Maison du PNR mobile a été de manière générale très bien accueillie par le public. En effet il a souvent montré de la satisfaction lors des échanges et a félicité qu'un tel dispositif de sensibilisation à l'environnement existe. Plusieurs des personnes rencontrées ont alors encouragé à poursuivre l'opération.

Seulement quelques récriminations ont été émises par des personnes qui reprochaient au SMPNR de ne pas agir contre la réouverture des mines ou l'installation d'antennes téléphoniques/internet et notamment contre le déploiement de la 5G.

Parallèlement à l'action de sensibilisation du grand public qu'a permis l'opération MPM, elle a également permis de renforcer le lien entre l'équipe des chargés de mission du PNR et les habitants et autres acteurs. L'animateur de la MPM avait ainsi un rôle d'intermédiaire entre ces personnes. Cela a permis de faire avancer quelques projets voire d'en initier. Par exemple, plusieurs producteurs locaux en ont profité pour discuter du marquage Valeurs Parc. A l'heure actuelle, quelques-uns d'entre eux sont en cours de montage de dossier et sont donc en bonne voie vers le marquage.

Conclusion

Pour conclure, l'animateur de la première tournée de la Maison du PNR mobile a ressenti cette expérience comme une réussite. En effet elle a rempli son objectif de sensibilisation au PNR et sa biodiversité, cela auprès du grand public fréquentant ce territoire et en touchant un grand nombre de personnes, des touristes comme des locaux. Elle a également été pour lui une expérience personnelle enrichissante qui lui a permis de développer son sens du relationnel et d'améliorer ses compétences d'animateur.



Cependant le dispositif MPM mérite des améliorations pour l'avenir. Il semble ainsi important de développer et diversifier les éléments visuels et en relief qui se sont avérés être des outils efficaces. Ainsi, un kakemono illustrant le PNR, son territoire et ses valeurs permettrait tout d'abord au public de mieux identifier le

PNR. Ensuite, davantage de supports pédagogiques seront à développer : par exemple des bâches magnétiques représentant les différents univers du PNR (montagne, pelouses sèches, bassin versant, etc.) et une collection de magnets sur lesquels figurent les êtres vivants emblématiques de ces milieux et les activités humaines auxquelles ils sont liés. Le but étant de replacer ces éléments dans leur environnement, cet outil permettrait d'aller plus loin avec le public dans la compréhension de la biodiversité du PNR et du lien qui unit ses habitants et leurs activités à celle-ci. Des maquettes grandeur nature d'animaux voire des animaux naturalisés rendraient les stands de la MPM plus visibles et attractifs. Des bandes sons de quelques animaux emblématiques du Parc et un kit de moulage d'empreintes à faire par le public renforcerait le côté sensoriel des animations. Un carnet d'observation de terrain à emporter par les randonneurs/promeneurs lors de leurs sorties accentuerait l'interprétation du territoire. Il conviendra de prévoir des livres d'identification de la flore et de la faune afin d'aider les personnes à identifier les espèces qu'ils rencontrent sur notre territoire Enfin il faudra mettre à disposition des cartes IGN et des topoguides pour renseigner au mieux les gens sur leurs itinéraires de randonnées.

En outre, il sera intéressant de tester les sites présentant un potentiel important qui n'avaient pas pu être investis pendant les grandes vacances lors de la première tournée MPM.

Voici ci-après une proposition d'organisation de la prochaine tournée MPM, ici sur le mois de juillet 2021 :

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
			1 Marché de Massat	2 Col de Port	3 Marché de Saint-Girons	4 Parking de la cascade d'Ars
5 Etang de Lers	6 Coumebière	7 Marché de Sainte-Croix	8 Marché de Vicdessos	9 Col de la Core	10 Col de Pause	11 Pla de la Lau
12 Lac de Mondely	13 Etang de Soulcem	14 L'Artigue	15 Marché de Massat	16 Parking de cirque de Cagateille	17 Marché de Saint-Girons	18 Le Bocard d'Eylie
19 Pla de la Lau	20 Col de la Core	21 Etang de Lers	22 Marché de La Bastide-de-Sérou	23 Cirque de Gérard	24 Etang de Soulcem	25 Parking de la grotte du Mas d'Azil
26 Etang de Soulcem	27 Etang de Lers	28 Col de la Core	29 Marché de Massat	30 Marché de Foix	31 Marché de Saint Girons	

En résumé, la Maison du PNR mobile est un outil de communication/sensibilisation complémentaire des autres actions menées par le PNR. De la sorte, il permet d'aller directement sur le terrain, et ce dans l'ensemble du Parc, pour sensibiliser le public. On peut ainsi toucher un public très varié intégrant des personnes habituellement non présentes sur des événements ayant le même objectif.

Enfin la MPM renforce le lien avec les acteurs du territoire et permet plus de spontanéité de la part de ces personnes dans leurs demandes, propositions et réclamations auprès du SMPNRPA.

