

MOUNTAIN WILDERNESS
DOSSIER THÉMATIQUE #7
HIVER 2018

TRANSITION DU TOURISME

30 ANS D' ACTIONS POUR
UNE MONTAGNE À VIVRE

1 / MONTAGNE À VIVRE : ENJEUX ET OBJECTIFS

LES ENJEUX D'UNE MONTAGNE À VIVRE :
VERS UNE TRANSITION DU TOURISME / P4

MONTAGNE À VIVRE, MONTAGNE VIVANTE / P5

ÉCONOMIE DE MONTAGNE :
EXPÉRIMENTER POUR CHANGER DE MODÈLE / P6

PORTRAIT - ÉRIC ADAMKIEWICZ,
ENSEIGNANT-CHERCHEUR / P7

VERS UNE MONTAGNE À VIVRE : DE LA
DESTINATION TOURISTIQUE AU LIEU DE VIE / P8

MOUNTAIN WILDERNESS
DOSSIER THÉMATIQUE #7

HIVER 2018

2 / 30 ANS D'ACTIONS ET D'INITIATIVES POUR UNE MONTAGNE À VIVRE

« DANS UN VOYAGE CE N'EST PAS LA
DESTINATION QUI COMPTE MAIS LE CHEMIN
PARCOURU, ET LES DÉTOURS SURTOUT » / P9

LA PRISE EN COMPTE DE L'ENVIRONNEMENT
DANS LE PILOTAGE DES TERRITOIRES
MONTAGNARDS : UNE LENTE MATURATION / P10

« LES ÉLUS DOIVENT ÊTRE LES MOTEURS DE
LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE EN MONTAGNE » / P11

UN AUTRE MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT
POUR LES STATIONS ? / P12

PARTICIPATION CITOYENNE ET CRISE
DE L'AUTORITÉ / P13

3 / QUELLE SERA LA MONTAGNE DE DEMAIN ?

L'APRÈS « TOUT-TOURISME » :
ENTRETIEN DE BERNARD DEBARBIEUX / P14-15

ACTEURS D'UNE MONTAGNE À VIVRE :
TÉMOIGNAGES / P16-17

JEAN-MARC ROCHETTE,
AUTEUR & DESSINATEUR / P18

EN COUVERTURE :
BIVOUAC DANS LES DOLOMITES © MATHIS DUMAS

MOUNTAIN WILDERNESS - N°7 - HIVER 2018

MNEI - 5, PLACE BIR HAKEIM
38000 GRENOBLE
04 76 01 89 08

WWW.MOUNTAINWILDERNESS.FR
CONTACT@MOUNTAINWILDERNESS.FR

DIRECTEUR DE PUBLICATION :

F. MEIGNAN, PRÉSIDENT

COORDINATION :

P. BURGUIÈRE, C. DELAITTRE,

CRÉDITS PHOTOS :

LES PHOTOS SONT ISSUES

DES PHOTOOTHÈQUES DES DIFFÉRENTES

SECTIONS DE MW, SAUF MENTION CONTRAIRE

MAQUETTE, MISE EN PAGE :

N. CARLI / SOURIS VERTE

IMPRESSION SUR PAPIER RECYCLÉ :

IMPRIMERIE DES DEUX-PONTS (38)

N° ISSN 2431-9465

TRANSITION DU TOURISME

30 ANS D'ACTIONS POUR UNE MONTAGNE À VIVRE



ÉDITO

EN MONTAGNE, LA RÊVE'OLUTION DU TOURISME

Au moment où notre humanité est gravement menacée, insectes, oiseaux, vertébrés et toute la biodiversité sont au plus mal, le réchauffement destructeur s'accélère, les pollutions s'accumulent... quel rôle peuvent jouer les habitants de nos territoires de montagne ? Ces terres sont, surtout en Europe, parmi les derniers grands espaces, magnifiques et fragiles, où les humains peuvent se « reconnecter » avec la nature, prendre conscience de leur statut de terrien et de l'importance vitale de réinventer un mode de vie et de consommation plus respectueux.

Le modèle dominant du tourisme du 20^e siècle doit être discuté d'urgence et remis en cause. Faut-il encore utiliser des explosifs et bulldozers pour « terrasser » le relief au dessus de 2000 m ? Encore creuser d'immenses bassins de rétention et détourner l'eau pour alimenter les canons à neige ? Encore laisser se développer les engins motorisés ? Encore autoriser les « folies douces » qui inondent les montagnes de leurs décibels ?

En France pourtant, le potentiel pour une relation aux montagnes plus riche et respectueuse est énorme. Nos massifs sont porteurs d'une exceptionnelle diversité, d'une grande beauté naturelle, parfois encore un peu sauvages et porteurs d'une belle biodiversité.

Des femmes et des hommes, de plus en plus nombreux, ont fait le choix de vivre dans ces

territoires, souvent avec passion, avec des savoir-faire créatifs et de belles énergies.

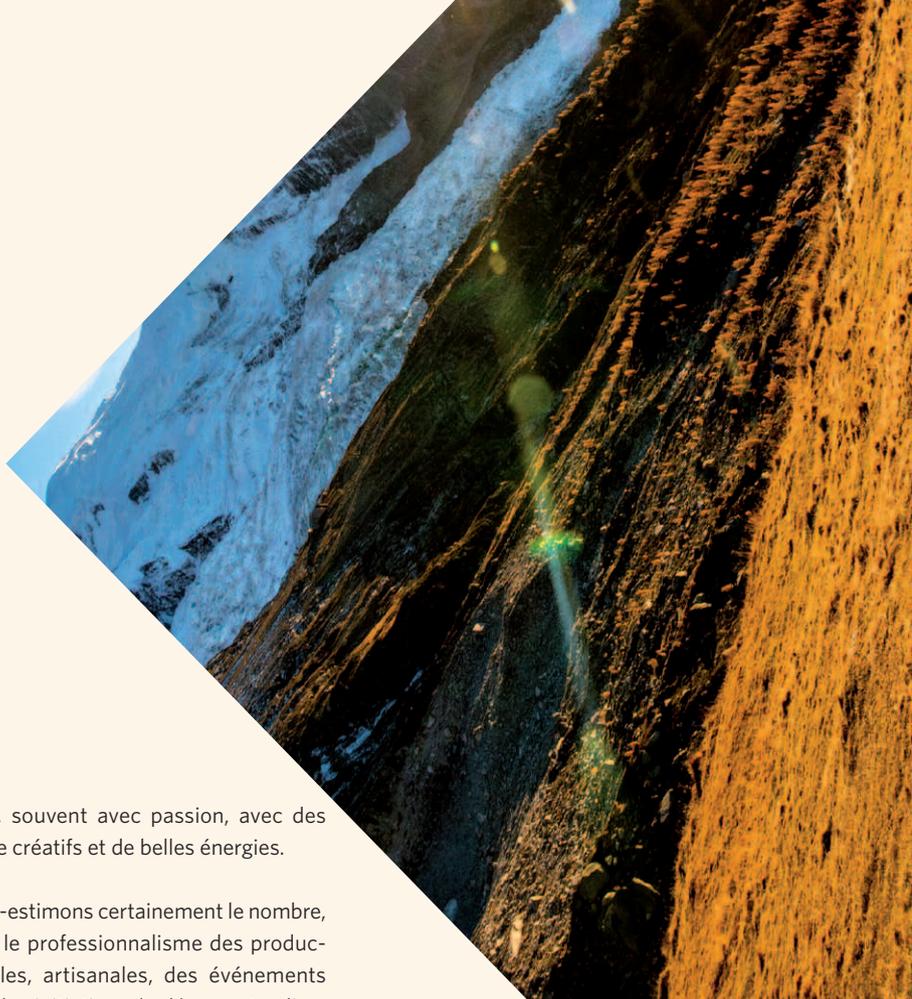
Nous sous-estimons certainement le nombre, la qualité, le professionnalisme des productions locales, artisanales, des événements culturels, des initiatives de découverte, d'accompagnement et de partage au cœur de la nature. C'est sans doute là que se trouve « l'âme » du tourisme montagnard à reconstruire. Aujourd'hui, et particulièrement pour les 80% d'Européens urbains, les rencontres, les immersions dans nos territoires avec ses acteurs engagés, peuvent être des expériences de vie passionnantes, fondamentales et riches.

C'est sans doute une « petite » révolution en termes de tourisme, mais nous aurions tout à gagner à réduire les investissements dans l'aménagement lourd pour privilégier les savoir-faire, aider au partage, au rayonnement des passions humaines respectueuses, des initiatives locales au cœur de nos montagnes.

Très vite après sa création il y a 30 ans, Mountain Wilderness avait porté cette idée de « Montagne à vivre ». Aujourd'hui nous voulons y consacrer toute notre énergie, en relation étroite avec l'ensemble des acteurs de la montagne.

FRÉDI
MEIGNAN

PRÉSIDENT DE
MOUNTAIN WILDERNESS FRANCE



MONTAGNE À VIVRE : ENJEUX ET OBJECTIFS

LES ENJEUX D'UNE MONTAGNE À VIVRE : VERS UNE TRANSITION DU TOURISME

Par Philippe Burguière - Administrateur Mountain Wilderness

Déjà sous la menace du réchauffement du climat, les sports d'hiver montrent des signes de fréquentation inquiétants¹ pour les stations de montagne. S'il est encore trop tôt pour affirmer la fin du ski, une chose est sûre, la ruée vers l'or blanc est bel et bien terminée. En parallèle, l'appétence pour les activités « outdoor » ne se dément pas : se « vider la tête » et être en lien avec la nature étant les deux principales motivations². Une nouvelle approche touristique est à inventer.

Le thème de la transition du tourisme n'est pas une nouveauté pour Mountain Wilderness (MW). Inscrit dans la philosophie originelle de l'association, il a été porté dès les origines avec la campagne *Montagne à vivre* : un partenariat de développement durable passé avec les communes limitrophes des stations. MW s'engageait alors à défendre ces territoires contre des velléités d'expansion.

Notre démarche est constante depuis 30 ans, à travers la lutte contre les aménagements excessifs et la protection des espaces naturels. L'esprit est de proposer une expérience de montagne unique, liée aux caractéristiques propres de chaque territoire et de ses habitants. La cohérence des actions de MW est à noter par exemple à travers sa campagne *Changer d'Approche*³. La question de la mobilité y est traitée de paire avec le soutien à l'économie locale et la valorisation d'un tourisme 4 saisons.

FÉDÉRER LES RÉFLEXIONS POUR ACCÉLÉRER LE CHANGEMENT

Dans cette ligne de pensée, Mountain Wilderness souhaite fédérer les réflexions sur ce sujet pour mieux faire connaître les enjeux, les pistes explorées et les acteurs de ce tourisme différent du « tout ski ». Nombre de chercheurs, élus, professionnels, acteurs économiques sont déjà moteurs de cette transition. Nous voulons mettre en réseau des acteurs de la transition du tourisme, au travers d'échanges libres et efficaces autour de toutes les connaissances et expériences dans le domaine pour accélérer cette transition.

Il devient primordial d'investir dans l'humain : valoriser les « passeurs » et non les aménagements, pour une montagne vivante. Ces territoires de montagne sont riches d'écosystèmes complexes et passionnants au sein desquels l'Homme peut vivre en harmonie. Nous avons déjà des convictions pour donner du contenu à cette transformation du tourisme en montagne dont le monde de la montagne a besoin pour sortir du « tout ski » condamné à terme : recréer des bassins de vie stables, redynamiser les territoires autour d'une véritable économie résidentielle, sortir du paradigme de la destination touristique « mono-activité ».

Pour y parvenir, il convient de créer des coopérations entre les zones rurales et montagnardes et les pôles urbains, non basées sur l'asser-

1

MOUNTAIN WILDERNESS PORTE LE PROJET COLLECTIF D'UNE MONTAGNE PRÉSERVÉE, AUTHENTIQUE MAIS ACCESSIBLE ET OUVERTE SUR L'HUMAIN.

MILITER POUR UNE MONTAGNE VIVANTE, C'EST PROTÉGER L'ENVIRONNEMENT MONTAGNARD, CEUX QUI Y VIVENT ET CEUX QUI EN VIVENT.

UNE « MONTAGNE À VIVRE » C'EST AUSSI POUR SES HABITANTS ET POUR SES VISITEURS, UN ESPACE DE VIE CULTURELLE ET SOCIALE SACHANT PRÉSERVER SON IDENTITÉ LOCALE TOUT EN ÉTANT RELIÉ AVEC LES VALLÉES ET LES VILLES.

vissement des êtres humains ou des ressources à exploiter, mais sur un véritable échange de compétences autour de projets co-construits. A travers cette idée, les territoires de montagne, précocement⁴ et durablement touchés par les effets des changements climatiques, peuvent devenir des laboratoires d'expérimentation, pour encourager et rendre visibles les innovations territoriales et les alternatives, souvent mises en œuvre en marge des institutions par les acteurs locaux.

Le patrimoine (richesses des paysages, faune, flore, histoire, culture...) est un quatrième pilier fondamental à ajouter aux trois consacrés du développement durable (Écologique, Social et Économique). C'est pourquoi la préservation des espaces de montagne, voire leur protection, est primordiale pour consacrer un territoire de nature, contenir les aménagements, permettre de conserver des zones de tranquillité pour que les Hommes puissent toujours aller à la rencontre de la nature sauvage dans des espaces de liberté... et refonder une relation équilibrée et respectueuse avec la montagne.

Nous défendons des territoires que nous aimons et où nous voulons que les générations futures puissent continuer à vivre et à s'émerveiller.

1 - D'après une étude récente du Financial Times, le nombre de skieurs et de snowboarders a baissé de 14% en 10 ans.

2 - Baromètre des sports et loisirs de nature en France, septembre 2016, Pôle ressources national Sport et Nature.

3 - Cf la Campagne Changer d'approche, en page 12 de ce dossier.

4 - En montagne, on a constaté une hausse des températures de 1,5 à 2°C sur l'ensemble des Alpes depuis 1900. Observatoire du Climat MDP73.



MONTAGNE À VIVRE, MONTAGNE VIVANTE

Par Philippe Bourdeau - Professeur à l'Institut de Géographie Alpine (IGA)
de l'Université Grenoble-Alpes-Savoie

COMMENT VIVRE UNE RELATION À LA MONTAGNE RENOUVELÉE, QUI NE SE LIMITERAIT PAS À UNE CONSOMMATION DE PERFORMANCES SPORTIVES OU DE SENSATIONS ESTHÉTIQUES ET HÉDONISTES, MÊME PROMUES COMME « EXPÉRIENCES » POUR CITADINS EN MANQUE DE NATURE ET D'EXERCICE ? CETTE PERSPECTIVE MOBILISE UN NOMBRE CROISSANT DE TRAVAUX DE RECHERCHE DONT VOICI UN PANORAMA (TRÈS) SYNTHÉTIQUE ET NON EXHAUSTIF.

Alors que le tourisme évacue largement la question des habitants, celle-ci est de longue date au centre de l'attention des chercheurs. Après un déclin démographique aux airs de « vidage » d'habitants permanents, plusieurs phases de repeuplement ont été observées dès les années 1980 dans les pays de l'Arc alpin. La montagne est devenue très attractive pour les migrations résidentielles dites d'agrément, qui valorisent des qualités environnementales, paysagères, climatiques et récréatives de plus en plus recherchées.

Les études sur le sujet montrent que les néo-montagnards contribuent à des initiatives transformatrices : AMAP¹, recycleries, repair-cafés², jardins partagés, espaces de co-travail... jusqu'à s'engager dans des actions et débats locaux autour de l'énergie et des mobilités, de la démocratie participative et des projets d'aménagement, de la culture et du spectacle vivant. De même, les migrations contraintes que connaissent les Alpes depuis une décennie constituent aussi un potentiel d'innovation sociale à part entière, comme le montre un article récent de Manfred Perlik et Andrea Membretti³.

Après tout, n'est-il pas préférable d'accueillir des habitants à l'année plutôt que d'aller chercher de plus en plus loin des touristes de moins en moins fidèles, au prix de liaisons aériennes low-cost, de séjours bradés et d'une surenchère d'équipements sous-utilisés ? Bien sûr, ce n'est pas si simple, et la littérature sur le sujet montre que les néo-alpins sont prompts à retourner en ville face aux contraintes de la vie en montagne. Plus encore que de résidents opportunistes et volatils, c'est surtout d'actifs prêts à s'investir durablement dont les régions de montagne ont besoin.

COMMENT IMAGINER UNE MONTAGNE AUSSI ACCUEILLANTE POUR TOUS LES MIGRANTS QUE RESPECTUEUSE DE SES PLUS ANCIENS HABITANTS ?

Face aux incertitudes de l'avenir, cette perspective est au cœur des préoccupations collectives. En Haute-Romanche, lors d'ateliers participatifs animés en 2018 par des chercheuses de l'Université Grenoble-Alpes, des habitants de La Grave et Villar d'Arène ont mis en avant les thèmes de l'autonomie alimentaire et énergétique, dans le cadre d'une économie diversifiée, d'une relation pacifiée à la nature et d'une sociabilité solidaire. On rejoint ici la question de l'habiter au sens élargi de relation à l'environnement, d'art de vivre et même de vie bonne. Cette relation peut être interrogée sous l'angle du caractère irréductible du rural, comme le fait Hervé Gumuchian dans son dernier ouvrage⁴. Elle peut aussi être abordée comme (re)connexion existentielle à la nature, aux autres et à soi, sujet des travaux en cours d'Isabelle Frochot, Mélanie Marcuzzi et Pauline Muller dans les refuges sentinelles⁵. On rejoint alors la perspective de l'écologie corporelle développée par Bernard Andrieux, et au-delà le concept de transition récréative proposé par Jean Corneloup et Ludovic Falaix.

En filigrane, c'est le modèle de développement de la montagne et ses trajectoires de changement qui sont en jeu. Cette transition repose sur la mise en œuvre d'une diversification touristique et économique, sujet des travaux de Coralie Achin, Marc Langenbach, John Tuppen et Christophe Clivaz. Au fond, son principal enjeu n'est-il pas de remettre le tourisme à sa place, pour ne plus le concevoir comme un point de départ qui prime sur les autres activités et la vie locale ? Et pour en faire au contraire la résultante d'un ensemble de qualités environnementales et territoriales, attractives aussi bien pour des visiteurs que pour des habitants. Cette inversion créative ne se fera pas sans controverses. Une montagne à vivre n'est-elle pas d'abord une montagne vivante, y compris dans des débats sur une nouvelle utopie pour l'avenir ?

1 - Association pour le maintien d'une agriculture paysanne.

2 - Un repair-café est un atelier consacré à la réparation d'objets et organisé à un niveau local sous forme de tiers-lieu, entre des personnes qui habitent ou fréquentent un même endroit.

3 - Manfred Perlik & Andrea Membretti, *Migration by Necessity and by Force to Mountain Areas : An Opportunity for Social Innovation*, Mountain Research & development, 2018.

4 - Hervé Gumuchian, *Le devenir des espaces ruraux de montagne en France*, Independantly Published, 2017.

5 - www.reflab.hypotheses.org

ÉCONOMIE DE MONTAGNE : EXPÉRIMENTER POUR CHANGER DE MODÈLE

Par Bernard Marclay - Administrateur Mountain Wilderness

Durant ces dernières années la marchandisation des ressources de la montagne pour un tourisme de masse, basé sur des activités ludiques et sportives (principalement le ski de piste), a été le moteur principal de l'économie des milieux montagnards.

Il en a résulté une fréquentation touristique accrue, des séjours plus courts et plus nombreux, plus denses en attractions diverses conduisant à une utilisation croissante des espaces alpins. Cette frénésie se traduit aussi par davantage de bruit et d'agitation dans des zones jusqu'à présent épargnées ainsi que par des problèmes croissants de production de déchets et de trafic.

A cela s'ajoute le dérèglement climatique qui accentue encore les besoins de changement de paradigme. Sportifs, alpinistes et randonneurs, élus locaux et mouvements associatifs alpins, agriculteurs/éleveurs... tous se trouvent aujourd'hui confrontés à la nécessité de relever ces défis s'ils tiennent à préserver l'attractivité de leur milieu.

Dès les années 1990, Mountain Wilderness a œuvré à sensibiliser les acteurs de la montagne sur la fragilité du modèle économique en vogue et sur la nécessité de se tourner vers des solutions plus pérennes, tentant de réconcilier les aspirations des citoyens avec les possibilités multiples offertes par les acteurs locaux. Diverses initiatives ont ainsi été portées. Ainsi, en 2001, Mountain Wilderness France a initié un projet de tourisme doux dans la région du Mont-Blanc en collaboration avec la population locale : « Butiner au Pays du Mont-Blanc ». Ce projet était inspiré par une initiative pilote intitulée « Région modèle de Göschenen », lancée par Mountain Wilderness Suisse en 1998.



LE PROJET-PILOTE « RÉGION MODÈLE DE GÖSCHENEN » UN AVENIR POUR L'HOMME ET LA MONTAGNE

Lancé par Mountain Wilderness Suisse et conduit en collaboration avec le Club Alpin Suisse et la région de Göschenen, le projet « Région modèle de Göschenen » avait pour objectif de montrer une voie vers une forme de tourisme montagnard valorisant ses ressources (paysages d'alpage, zones sauvages) écologiquement et durablement tout en renforçant l'activité économique et l'agriculture locales. Cette expérience devait servir d'exemple de tourisme doux à tout l'arc alpin. Il se déclinait en 4 axes :

1. Agriculture de montagne : encouragement à la commercialisation directe des produits locaux dans la région ; approvisionnement des refuges, hôtels ; soutien à l'économie locale et agriculture de montagne ; sensibilisation des alpinistes.

2. Gestion des refuges : cabanes plus écologiques, exemplaires d'un aménagement doux ; centre d'information et d'échange pour un tourisme alpin respectueux de l'environnement ; label écologique pour les refuges de montagne.

3. Transport : encouragement à l'utilisation des transports publics et à une mobilité écologique ; soutien aux systèmes d'éco-bonus ; information améliorée.

4. Protection des paysages : préservation des sites d'alpage traditionnels ; protection des zones sauvages adjacentes à la haute montagne ; définition de zones de tranquillité et de domaines d'importance écologique particulière.

Une vingtaine d'années plus tard, notons que l'expérience menée à Göschenen a essaimé dans de nombreuses vallées suisses sous forme d'initiatives mises en œuvre par des villages de montagne comme recours à la baisse de fréquentation des pistes de ski.

Le « Bus Alpin », par exemple, une association qui œuvre pour l'accès en transports publics aux régions de montagne, est issu du programme Transport de « Région modèle de Göschenen ». Il regroupe désormais 16 régions de Suisse.

Au niveau de la région elle-même, la mise en réseau des nombreux acteurs de la vallée, entre eux et avec l'extérieur, a permis à ceux-ci de développer une offre de tourisme doux adaptée à la fréquentation saisonnière, favorisant les transports en commun ou à la demande et des séjours de plus longue durée.

Au niveau local, le parc aquatique Wasserwelten, qui propose des activités de loisirs au cœur de ce magnifique paysage de montagne, et le magasin des agriculteurs (une première dans ces vallées alpines), offrant des produits de la vallée et des environs pendant la période estivale, sont issus de ce programme.

En savoir plus : www.wasserwelten.ch



ÉRIC ADAMKIEWICZ

VINCENT NEIRINCK / CHARGÉ DE MISSION MOUNTAIN WILDERNESS

ENSEIGNANT-CHERCHEUR

Alliées à son franc-parler, ses célèbres moustaches garantissent que vous n'oublierez pas Eric lorsque vous le rencontrerez ! Son parcours l'a conduit du centre de la France, d'où il est originaire, à Toulouse et Grenoble, villes entre lesquelles il fait aujourd'hui le grand écart pour y enseigner la "stratégie économique du sport et du tourisme". Mais il est entre-temps passé par les Arcs, où il « fit le moniteur » avant d'en diriger l'office du tourisme pendant plus de 6 ans, et la Drôme, en tant que chef du service « tourisme et économie montagnarde » du département. Ces expériences lui permettent d'avoir un regard acéré sur les politiques touristiques en montagne.

AU COMMENCEMENT, « LES ARCS »

« C'est par mon père et mes oncles, moniteurs fédéraux de ski, que j'ai découvert la montagne. Par le ski. Mais c'est durant mes études, où j'ai atterri aux Arcs en tant que maître-nageur (il fallait bien les financer, ces études !), que j'ai attrapé le virus. J'y suis retourné en tant que mono pour la saison 91. » Ce n'est que plus tard, en visionnant un film sur l'architecte Charlotte Perriand, qu'il comprend pourquoi cette station au design si particulier l'avait "accroché" : « ce genre d'architecture laisse le terrain libre à côté, laisse la montagne vierge à côté. » Il consacre rapidement son sujet de thèse, sur les aménagements sportifs urbains, au monde de la montagne, et c'est incidemment qu'il apprend que la station cherche son directeur d'office du tourisme. Il postule, et il est recruté.

« A quoi sert un directeur d'OT ? Seulement à faire des flyers ? Non ! Il doit être avant tout un agent de développement du territoire. » Mais les élus ne le comprennent pas. L'important turn-over des dirigeants de grandes stations n'est pas le fait du hasard : « Quand les directeurs d'OT de Megève, Courchevel, Méribel démissionnent, que les recrutements pour Tignes ou Val Tho sont délicats, c'est bien qu'il y a un vrai problème ! »

VEUT-ON SE DONNER UNE VRAIE STRATÉGIE TOURISTIQUE ?

« On voudrait un tourisme raisonné, on développe un tourisme qui résonne, comme l'écho, qui ne fait que dupliquer. On passe son temps à faire du copier coller de ce qui se fait à Gstaad (Suisse), Igls (Autriche) ou Chamonix, en oubliant l'origine et l'histoire de chaque montagne. Et il faut arrêter la croissance en volume, il faut moins de lits, mais mieux de lits. Il faut arrêter de penser aménagements ; c'est comme les mobilités : on parle vélo, voiture, bus, mais les gens, ils sont où ? Idem avec le ski et le tourisme en montagne. Il faut faire une montagne durable alors qu'ils ne pensent que durabilité de l'économie. Personne ne réfléchit à construire un projet de vie en station, en montagne. Un véritable investissement des acteurs du tourisme est nécessaire, il faut repenser le rythme de l'activité des territoires. Les Pyrénées étaient parties pour faire différemment des Alpes, mais là, ils se lancent dans les mêmes conneries : des domaines skiables reliés et des canons à neige partout ! »

ON A BESOIN DE CONTEURS !

« En vrai, ce n'est pas d'aménagement à tout va mais de conteurs dont a besoin la montagne. Les grands corps de l'État ont oublié la philosophie de développement du territoire et du tourisme : ils font tourner le BTP et ont abandonné leur rôle de conseiller impartial des territoires. Alors on construit. Pour développer un tourisme raisonné, il faut au contraire de la passion, de la discussion, travailler sur le long terme, et investir l'humain dans le projet. Il faut adapter le système pour raconter une histoire aux visiteurs, faire vivre le patrimoine de montagne et donc travailler sur son identité locale et se réapproprier son histoire. Le tourisme raisonnable et raisonné réside dans la qualité de l'humain. La modernité, c'est où sont nos racines ! »



VERS UNE MONTAGNE À VIVRE DE LA DESTINATION TOURISTIQUE AU LIEU DE VIE

Par Yann Borgnet - Administrateur Mountain Wilderness,
Doctorant en géographie, Aspirant-Guide de Haute Montagne

Les territoires de montagne sont pluriels. Pourtant, le modèle qui sous-tend leur aménagement et leur fonctionnement est aujourd'hui quasi univoque. Il date du milieu des années 1960, et prend naissance avec le « plan neige », qui visait à engager les territoires vers un tourisme hivernal de masse. Il va durablement transformer l'économie des territoires de montagne, en les engageant vers la mono-activité touristique. La station de sports d'hiver en est l'archétype : sur un périmètre circonscrit et sur une période définie, elle rend possible l'unique pratique du ski alpin. Elle est ainsi unité de lieu, de temps et d'action. Comme une respiration, elle se vide et se remplit. De ses touristes, certes, mais aussi de ses habitants, saisonniers et temporaires. Avec la station, l'économie dominante est tertiaire. La montagne devient une destination touristique.

Aujourd'hui, de nombreuses pressions s'exercent sur ces territoires de montagne et sur la pratique des sports d'hiver : le changement climatique modifie durablement les conditions d'enneigement des pistes de ski, auquel s'ajoute de profondes modifications sociologiques et culturelles. En effet, toutes les données statistiques montrent que la pratique du ski est actuellement en déclin.

ALORS QUE FAIRE ? ACCEPTER LA DIVERSITÉ !

Accepter que les territoires de montagne soient pluriels implique de considérer que chacun d'entre eux est unique, que ses acteurs s'appuient sur ses aménités spécifiques, et que l'ensemble fonctionne selon une logique propre. Cette diversité qu'il faut aujourd'hui encourager se différencie de la poursuite d'un modèle unique : celui consistant, coûte que coûte et contre tous les signaux, à poursuivre une seule destinée pour l'ensemble des territoires alpins : le tourisme et plus insidieusement encore, les sports de neige. Le processus de diversification aujourd'hui à l'œuvre dans les stations de ski est l'arbre qui cache la forêt. Il évite aux élus (régionaux autant que locaux) et décideurs de faire un pas de côté. Chacun suit le rail. Sauf qu'au bout, il y a un mur : les changements climatiques.

Comme le répète souvent Philippe Bourdeau, professeur à l'Institut de Géographie Alpine de l'Université Grenoble-Alpes-Savoie, il est urgent de sortir du « tout-ski », du « tout-neige » et du « tout-tourisme ».

Pour ce faire, nous pouvons nous inspirer des territoires hors-station. Ceux-ci peuvent comprendre des remontées mécaniques, mais sans que le domaine skiable soit le seul élément structurant de son fonctionnement global.

ALORS COMMENT FAIRE ? LIER ET RENDRE VISIBLE !

Un territoire de montagne est un vaste réseau d'acteurs, aux casquettes variées, et de ressources, génériques (la neige) ou spécifiques (le retour d'Est dans le Queyras). Hors station, ces acteurs humains et non humains sont diffus, éparpillés sur l'ensemble du périmètre. Leur éloignement géographique conforte et renforce la distance sociale. Or cet isolement ne contribue pas à affirmer leur existence. Ils restent donc invisibles auprès du grand public, là où justement s'effectue le recrutement des potentiels clients. Paradoxalement, à l'heure où l'expérience vécue est de plus en plus recherchée, ces territoires sont marginalisés, alors même qu'ils ont de nombreux atouts à faire valoir.

Dans la rubrique suivante, nous exposons plusieurs exemples d'initiatives qui fonctionnent grâce à l'association d'acteurs et de ressources. Le lien permet la mise en commun des moyens, et *in fine* une meilleure exposition et la valorisation de l'ensemble du territoire. Les acteurs d'une même entité, géographique ou administrative, ne sont plus concurrents, mais œuvrent tous au même but : contribuer à l'habitabilité de leur lieu de vie et, là même, subrepticement, le spécifier et le rendre attractif. Ce n'est plus seulement le tourisme qui doit piloter la destinée d'un territoire, mais le secteur résidentiel pour lequel il faut créer les conditions du développement. Si la courbe démographique s'inverse, l'ensemble des secteurs économiques seront embrassés dans un dessein collectif dont les bienfaits rayonneront au-delà même des frontières territoriales. La mise en visibilité n'est plus seulement marquée, elle devient diffuse et issue d'une diversité contaminée¹.

1 - La diversité contaminée est une métaphore introduite par Anna Tsing en 2017, qui a étudié la cueillette et le commerce de champignons poussant dans les anciennes forêts de l'Oregon surexploitées par la foresterie intensive. Elle traduit la nécessité d'une diversité de relations pour produire un phénomène, un objet, un événement, et par extension un territoire singulier et au fonctionnement vertueux.

© MOUNTAIN WILDERNESS



30 ANS D'ACTIONS ET D'INITIATIVES POUR UNE MONTAGNE À VIVRE

2

DÈS LA NAISSANCE DU MOUVEMENT MOUNTAIN WILDERNESS, LE CONSTAT D'UN DÉSÉQUILIBRE ENTRE LA VIE ÉCONOMIQUE DES TERRITOIRES MONTAGNARDS ET LEURS IDENTITÉS CULTURELLES EST OBSERVÉ. L'INDUSTRIE TOURISTIQUE, NOTAMMENT, A CONDUIT AU FIL DU TEMPS À UN AMÉNAGEMENT DE L'ESPACE ET UNE EXPLOITATION DU MILIEU DÉRAISONNABLES. À TRAVERS SA CAMPAGNE "MONTAGNE À VIVRE", MOUNTAIN WILDERNESS ŒUVRE DEPUIS 30 ANS POUR UNE AUTRE FORME DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DE MAINTIEN DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE MONTAGNARDE.

« DANS UN VOYAGE CE N'EST PAS LA DESTINATION QUI COMPTE MAIS LE CHEMIN PARCOURU, ET LES DÉTOURS SURTOUT »

Par Antoine Pin - Administrateur Mountain Wilderness
référent *Changer d'Approche*

L'adage qui veut que le voyage soit aussi important que la destination paraît un peu galvaudé de nos jours. À l'heure des trajets low cost, qui permettent à tout un chacun d'aller toujours plus loin pour toujours moins cher, les voyageurs sont encouragés à se concentrer sur leur point d'arrivée plutôt que sur les conditions - médiocres - dans lesquelles le voyage s'effectue. Et qui peut nier que la destination importe dans nos aventures ?

Certainement pas Mountain Wilderness, qui agit pour préserver les espaces de montagne dans leur état naturel dans le but d'offrir une expérience pourvue de sens à tous ceux qui voudraient les arpenter. Les initiatives de l'association, en débarrassant le paysage d'artefacts à l'abandon (Installations Obsolètes) ou en garantissant des espaces de tranquillité sonore (Silence!), participent à faire rayonner ces espaces touristiques que sont nos montagnes.

« ILS NE SAVAIENT PAS QUE C'ÉTAIT IMPOSSIBLE, ALORS ILS L'ONT FAIT »

Parmi ses actions phare, depuis plus de 10 ans, Mountain Wilderness invite à repenser le trajet d'accès à ces terrains majestueux et la rencontre avec les acteurs des territoires que l'on traverse. Ainsi est née la campagne *Changer d'Approche* en 2007. Un pari fou qui misait sur le potentiel de plaisir à se rendre au point de départ de nos escapades montagnardes. Démontrer également qu'il est possible, d'à peu près partout en France, de se rendre en montagne sans avoir recours à un véhicule personnel, en transports en commun. *Changer d'approche*, c'est valoriser le chemin et le lien humain tout autant que l'arrivée en haut d'un sommet.

Pari relevé, au regard du rayonnement incroyable de la communauté *Changer d'Approche* ! Fort des expériences et itérations passées, le portail web www.changerdapproche.org compte aujourd'hui quelques 15 000 itinéraires sans voiture et référence près de 300 bons plans écotourisme. Au travers de partenariats avec les acteurs



© MONIKA GLET

des territoires comme les parcs et la contribution de membres passionnés, les brochures *10 idées de sorties montagne sans voiture* ont également pu voir le jour, offrant les clefs pour vivre des aventures en mobilité douce.

DERRIÈRE LE CHANGEMENT D'APPROCHE, LE RAPPORT AU TERRITOIRE

Changer d'approche, c'est aussi découvrir la montagne à travers celles et ceux qui y vivent et qui en vivent : hébergeurs, producteurs, artisans, habitants... Par leur authenticité, ces rencontres transforment une sortie nature ou sportive en vraie aventure humaine. Cette dimension de la campagne *Changer d'Approche* est tout aussi fondamentale pour Mountain Wilderness que les enjeux d'une montagne sans voiture. Notre association travaille historiquement au soutien du développement d'un tourisme doux. En effet, nous pensons qu'il est possible d'harmoniser vie en montagne, activité économique et respect des milieux naturels. *Changer d'approche* c'est justement s'immerger davantage en montagne, grâce au rythme lent des transports en commun, mais aussi en goûtant aux saveurs locales et en contribuant à faire vivre l'économie locale.

Ce changement d'approche est encore de nos jours un engagement qui demande une certaine planification et un bouleversement d'habitudes pour qui veut la pratiquer. Malgré ces contraintes, la tendance est là, les initiatives pour un autre tourisme également, et ce mouvement ne demande qu'à s'amplifier, pour qui cherche du sens à ses voyages, pour qui souhaite vivre l'expérience d'un territoire plutôt que la consommation d'une destination.

LA PRISE EN COMPTE DE L'ENVIRONNEMENT DANS LE PILOTAGE DES TERRITOIRES MONTAGNARDS : UNE LENTE MATURATION

Par Lionel Laslaz - Maître de Conférences, Laboratoire EDYTEM, Université Savoie Mont Blanc

PLUS DE QUARANTE ANS APRÈS LE DISCOURS DE VALLOUISE¹, LE RAPPORT À L'ENVIRONNEMENT EN MONTAGNE DEMEURE UNE QUESTION CRUCIALE ET UN POTENTIEL NŒUD CONFLICTUEL. EST-CE À DIRE POUR AUTANT QUE LES CHOSES N'ONT EN RIEN CHANGÉ ?

PETITES VERTUS DES GRANDS PRINCIPES

Les évolutions législatives, réglementaires et opérationnelles de l'urbanisme et de l'environnement ont particulièrement modifié la donne en montagne. Truisme s'il en est puisque ces évolutions sont communes avec le reste du territoire national, mais les dispositifs spécifiques (Loi Montagne, procédure UTN²) et le caractère emblématique de l'environnement en contexte montagnard les ont rendus plus sensibles et scrutés de près.

Certes, le décret en Conseil d'État de la DTA³ des Alpes du Nord n'a toujours pas été pris et cette dernière reste la seule sur sept dans ce cas. Le passage du POS⁴ issu de la loi d'orientation foncière (1967) au PLU⁵ de la loi SRU⁶ (2000) se fait dans la douleur par la diminution des droits à bâtir et des surfaces classées en AU⁷. Ce changement n'est d'ailleurs pas encore effectif dans toutes les communes supports de station qui sont de fait régies par le Règlement national d'urbanisme depuis le 27 mars 2017. Les SCoT⁸ issus de la même loi ont incité à densifier et à limiter la consommation d'espaces agricoles et naturels, si tant est que tous les territoires montagnards en disposent, ce qui est loin d'être le cas.

La Convention alpine (1991) peine à se transposer dans le droit opposable national : entrée en application 5 ans plus tard en France, la totalité de ses 12 protocoles n'a pas encore été ratifiée par tous les pays de l'arc alpin (par exemple, le protocole sur « la protection de la nature et de l'entretien des paysages » ne s'est pas encore traduit par la création de « zones de tranquillité » en sus d'autres espaces protégés, argument de doublon qui a aussi justifié leur rejet

de la nouvelle mouture de la loi montagne) et reste des injonctions assez théoriques. Les revendications émises par les associations de protection de l'environnement pour le contenu de la Loi Montagne 2 ont été inégalement intégrées : le maintien des UTN, le point le plus épineux, ou le démantèlement des installations obsolètes, limitées aux remontées mécaniques, en font partie. Mais ce n'est pas le cas de l'extension des domaines skiables, qui reste à appréhender au cas par cas par les commissions compétentes ou de l'extension de l'interdiction des survols aériens ou de l'hélicoptère. Les niches fiscales ont, elles, bien été réorientées sur la rénovation des résidences de tourisme, plutôt que sur leur construction.

VERS LA DÉCRISPATION DES INTERACTIONS SOCIALES

Au rang des autres avancées, les parcs nationaux, depuis le premier vote sur l'adhésion des collectivités suite à la loi de 2006 les réformant, voient leurs taux d'adhésion s'élever au fil des trois années ouvrant la possibilité aux conseils municipaux de revoter : depuis 2015, de 73 à 77 % dans les Pyrénées, de 78 à 90 % dans les Écrins, de 75 à 80 % dans le Mercantour suite à l'adhésion de Tende et d'une commune hors aire d'adhésion, Barcelonnette, une première en France en 2017 ; la même année de 75 à 83 % dans les Cévennes mais, en revanche, toujours 7 % en Vanoise. Au-delà de ces résultats chiffrés, les motivations sont diverses et ne doivent pas faire illusion sur la capacité à dépasser la dichotomie entre équipement touristique, notamment hivernal, et protection des espaces naturels. Les actes concordent toutefois entre parties-prenantes sur la nécessité de rénover et d'étendre les refuges (rehaussement dans la Loi Montagne 2 du seuil nécessitant une UTN à plus de 200 m²) pour relancer la fréquentation en montagne, notamment durant la saison estivale, des jeunes (hébergement des mineurs, article 83), et plus largement du public. L'extension des servitudes hivernales sur les propriétés privées au cours des deux saisons touristiques va aussi dans ce sens.

Si le discours environnemental convainc inégalement les acteurs concernés, il est cependant plus présent qu'il y a quelques années et donne le sentiment qu'il oblige davantage. Car les principales avancées ne s'écrivent pas dans un texte de loi, mais s'inscrivent dans les mentalités.

1 - Discours du 24 août 1977 du Président Valéry Giscard d'Estaing, précurseur de la loi montagne et visant à mettre en place des mesures concernant l'emploi, l'agriculture et le tourisme en montagne.

2 - Unité touristique nouvelle.

3 - Directive territoriale d'aménagement.

4 - Plan d'occupation des sols.

5 - Plan local d'urbanisme.

6 - Solidarité et renouvellement urbain.

7 - Autorisation à urbaniser.

8 - Schéma de cohérence territoriale.

MOUTONS À L'ALPAGE DEVANT LES AIGUILLES D'ARVES © VÉRONIQUE LAURILLO

LES ÉLUS DOIVENT ÊTRE LES MOTEURS DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE EN MONTAGNE

RENCONTRE AVEC PIERRE LEROY, MAIRE DE PUY-SAINT-ANDRÉ (05)

Par Fiona Mille - Administratrice Mountain Wilderness

Perchée à plus de 1 500 mètres d'altitude dans la région du Briançonnais, la commune de Puy-Saint-André abrite environ 500 habitants. Si ce village fait exception par la beauté de son panorama, c'est surtout par son engagement dans la transition écologique qu'il s'est fait connaître. Développement des énergies renouvelables, lutte contre le gaspillage en eau, gestion des déchets ou encore préservation des espaces naturels remarquables avec la Réserve régionale des Partias, Puy-Saint-André est une commune qui s'engage. Engagement qu'elle doit notamment aux nombreuses initiatives de son maire, Pierre Leroy. Ancien cadre de santé, vice-président de la Communauté de Communes du Briançonnais et président du Pôle d'Équilibre Territorial et Rural du Briançonnais, des Écrins, du Guillemois et du Queyras, cet écologiste pur jus est convaincu de la nécessité d'agir.



VUE SUR LA SOCIÉTÉ D'ÉCONOMIE MIXTE SEVE © ENERGIE PARTAGÉE

« En tant que maire, nous avons le pouvoir d'agir au niveau local. Nous devons agir tout de suite face au réchauffement climatique. Mais pour cela nous ne pouvons agir seuls, il nous faut le soutien de tous et notamment des citoyens. »

Pierre Leroy a ainsi fait le pari de la mobilisation citoyenne en créant en 2011 la première société d'économie mixte locale de France autour des énergies renouvelables : la SEVE (Soleil Eau Vent Énergie). Bien que la commune soit actionnaire majoritaire, une trentaine de familles de Puy-Saint-André sont impliquées dans le projet sous forme de prises de capital. Avec plus de 16 toitures photovoltaïques produisant environ 750 MWh/an, le chiffre d'affaire de la SEVE avoisinait 164 000€ HT en 2017.

Ne dérogeant pas au triptyque negaWatt' (Sobriété, Efficacité, Énergie renouvelables - dans cet ordre-là), la commune est également un exemple en matière de sobriété énergétique que ce soit à travers le réglage de l'éclairage public ou l'isolation des bâtiments communaux. « Faire face au réchauffement climatique

nous force à sortir du confort permis par les énergies fossiles. Pour cela, nous devons agir dans tous les domaines pour être sobre et autonome énergétiquement. Nous ne comptons pas nous limiter à l'investissement dans les énergies renouvelables, nous voulons agir sur les transports, les circuits courts, la rénovation de l'habitat, la mobilité intégrée ou encore la gestion des déchets. »

Cité parmi « Ces maires qui changent tout² », Pierre Leroy démontre la possibilité de transformer les territoires de montagne vers une transition durable et citoyenne. « Nous sommes actuellement en train de mener le plan climat à l'échelle du Pôle d'Équilibre Territorial et Rural avec pour ambition de faire participer les habitants et de faire émerger de nouvelles idées. Le territoire a aussi été désigné lauréat pour les contrats de transition écologique par le

Ministère. Cela va nous permettre d'aller encore plus loin dans la concrétisation des projets en levant des verrous techniques et juridiques. » Parmi les projets en tête, celui de transformer les biodéchets de la ville de Briançon en engrais et en chaleur pour alimenter des serres agricoles exploitées par une entreprise d'insertion. La création d'une conserverie et d'une légumerie permettrait de servir plus de 1000 repas par jour : un beau projet de circuit court et d'économie circulaire.

Lancée à Puy-Saint-André, la dynamique de transition réussit à faire bouler de neige sur l'ensemble du territoire du Briançonnais, des Écrins, du Guillemois et du Queyras. Preuve que malgré les contraintes géographiques des espaces montagnards, la transition écologique se met en route.

1 - www.negawatt.org
2 - Mathieu Rivat, 2017

POUR ALLER PLUS LOIN
www.puysaintandre.fr

UN AUTRE MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT POUR LES STATIONS ? L'EXEMPLE DES KARELLIS EN SAVOIE

Par Christian Dupraz - Ancien directeur adjoint du pôle montagne UCPA¹, représentant UNAT² au comité de Massif des Alpes et commission UTN³

Lors du plan neige, la station des Karellis, située en Maurienne, a paradoxalement bénéficié d'une absence de reconnaissance comme site majeur. Les élus, forts de la volonté de créer leur station, étudient alors des alternatives au modèle traditionnel lié aux promoteurs immobiliers.

Ainsi, dès 1960, la commune de Montricher se lance dans l'acquisition des terrains à urbaniser afin de conserver la maîtrise foncière, et investit dans les premières remontées mécaniques. Elle fusionne ensuite avec Albanne et signe une convention avec l'association Renouveau, gestionnaire du domaine skiable pour 30 ans, sur un modèle de station « intégrée », privilégiant le maintien des ressources sur le territoire. Pour assurer ses arrières, Renouveau s'associe avec d'autres partenaires du tourisme associatif, dont la Fédération Léo Lagrange, sous forme de coopérative. La plupart sont toujours présents et le modèle fonctionne depuis 1975.

Sur les 3 000 lits de la station, 2 600 appartiennent aux villages de vacances. La contractualisation de baux emphytéotiques implique que les murs reviendront à la commune au bout de 99 ans, ce qui annihile la pression foncière présente généralement dans les autres stations. Effet logique, la commercialisation de l'intégralité de ces lits permet d'atteindre des taux de remplissage de 80 à 90 % sur la saison d'hiver, ce qui dépassent largement la moyenne des stations phares des Alpes.

UN MODÈLE ÉCONOMIQUE MUTUALISÉ

Autre innovation : chaque réservation de logement intègre de fait l'accès aux remontées mécaniques. Ainsi, les villages de vacances s'engagent sur le chiffre d'affaires du domaine skiable et participent à son fonctionnement et à son développement.

Le domaine skiable est géré à travers une régie autonome, où hébergeurs et élus conservent la majorité. L'équilibre économique est jusqu'alors assuré, avec une capacité d'investissement⁴. Par ailleurs, commerces et restaurants appartiennent tous à la station et l'exploitation est prise en charge par des salariés très impliqués. Un « Conseil Supérieur des Karellis » composé des villages de vacances, de l'association Renouveau, de l'ESF et des élus, décide des grandes orientations de la station.

Cet exemple doit nous amener à réfléchir sur le modèle des stations traditionnelles. Les détracteurs argumentent que le tourisme associatif a bénéficié de larges subventions à l'investissement et manquerait désormais de capacité d'investissement pour rénover son patrimoine ; Cependant, quelle station, y compris celles gérées par la Compagnie des Alpes, ne bénéficie pas de la largesse des subventions ?

In fine, les subventions accordées ne sont pas comparables aux réductions fiscales pour l'achat de résidences secondaires. Beaucoup de ces résidences secondaires finissent en « lits froids » après les années de commercialisation obligatoire et ne contribuent ainsi plus au chiffre d'affaires du domaine skiable.

Pour pérenniser sa capacité d'investissement, Renouveau a dû fusionner avec les Villages Club du Soleil. Le bilan global est vertueux. Les 3 000 lits⁵ permettent à l'ensemble des acteurs de la station de vivre, sans pour autant s'engager dans une fuite en avant des investissements et aménagements.

VERS UNE OFFRE MUTUALISÉE POUR TOUTES LES STATIONS ?

Il est temps de revoir le mode de gouvernance des stations en intégrant l'obligation d'ajouter l'accès au domaine skiable dans le produit packagé. Les non skieurs sont de plus en plus nombreux mais continuent de venir en station pour son équipement et les possibilités d'attractions qu'elle offre. Cette idée n'est pas une utopie, et de nombreuses stations autrichiennes fonctionnent sur ce principe de la commercialisation systématique en « tout-compris », hébergement et forfait.

Une politique volontariste en faveur des villages de vacances « meilleur marché », complémentaires du produit standardisé haut de gamme du Club Med, serait bénéfique à tous les acteurs, notamment si elle s'oriente vers les jeunes afin de favoriser le renouvellement générationnel des pratiquants. Il est temps de revenir à un réel soutien à l'investissement pour la construction et/ou la rénovation de ces hébergements de vacances, car ils garantissent un remplissage important et s'engagent sur le chiffre d'affaires des remontées mécaniques.

Ce discours est encore mal perçu par les professionnels de la montagne mais Mountain Wilderness, loin d'être opposée à toute forme d'aménagement, encourage de tels modèles vertueux et équilibrés, à condition que la dimension humaine soit présente et qu'ils s'inscrivent dans une logique de « développement durable ».

1 - Union nationale des associations de tourisme et de plein air.

2 - Unité touristique nouvelle.

3 - Actuellement, la création de 300 lits supplémentaires serait, selon les responsables, souhaitable afin de conserver une marge de sécurité suffisante.

4 - À comparer aux 65 000 lits d'une grande station comme La Plagne.



PARTICIPATION CITOYENNE ET CRISE DE L'AUTORITÉ

Par Frédéric Marat - Vice Président de Mountain Wilderness

Les années 1980 auront démontré les limites d'une démocratie représentative où le glissement d'un bulletin de vote dans l'urne représentait l'acte ultime de la citoyenneté... Certes la ficelle était un peu grosse et la mobilisation citoyenne, dans un premier temps regroupée sous la bannière de lanceurs d'alerte, fut grandement facilitée. Le nuage de Tchernobyl, le sang contaminé, le scandale de l'amiante... autant d'éléments de terreau d'une défiance généralisée. La révolte grondait, les fourmis dans les jambes commençaient à démanger chaque citoyen dans un élan d'action. Après tout, les mieux placés pour jauger d'un quotidien et d'un environnement, c'étaient bien nous-mêmes ! Comme bien souvent, la technique et le progrès bouleversèrent littéralement nos modes de fonctionnement et l'avènement des réseaux sociaux marqua les possibilités d'une mobilisation démultipliée...

LE BIEN COMMUN, FACTEUR D'ÉMANCIPATION

La prophétie d'André Malraux sur un 21^e siècle qui ne saurait faire l'économie d'une spiritualité pour trouver sens à son existence trouva ainsi naturellement écho à travers la montagne. Plus que jamais, ce « bien commun » nous concernerait tous, que l'on soit montagnard, habitant, pratiquant... ou simple rêveur devant une image placardée dans les couloirs d'un métro parisien. L'émancipation pouvait avoir lieu et bousculer un tant soit peu les institutions presque aussi « millénaires » que les sommets.

Mountain Wilderness saisit l'opportunité, pour mobiliser, bousculer, proposer de réfléchir ensemble... autrement. Nous ne serons jamais trop pour œuvrer collectivement pour nos montagnes... S'ensuivit une série d'actions ou de tentatives, certes pas toutes transformées et pour cause, on cherche un autre modèle !

A l'image de l'apprentissage de la marche : se mettre en déséquilibre, tomber, essayer, retomber... puis marcher enfin vers d'autres horizons. C'est bien dans cet élan que s'inscrivent l'Appel pour nos montagnes¹, les Rencontres citoyennes², Montagne Debout³, le réseau Sustainable Summits⁴...

APPRENDRE À DÉSAAPPRENDRE

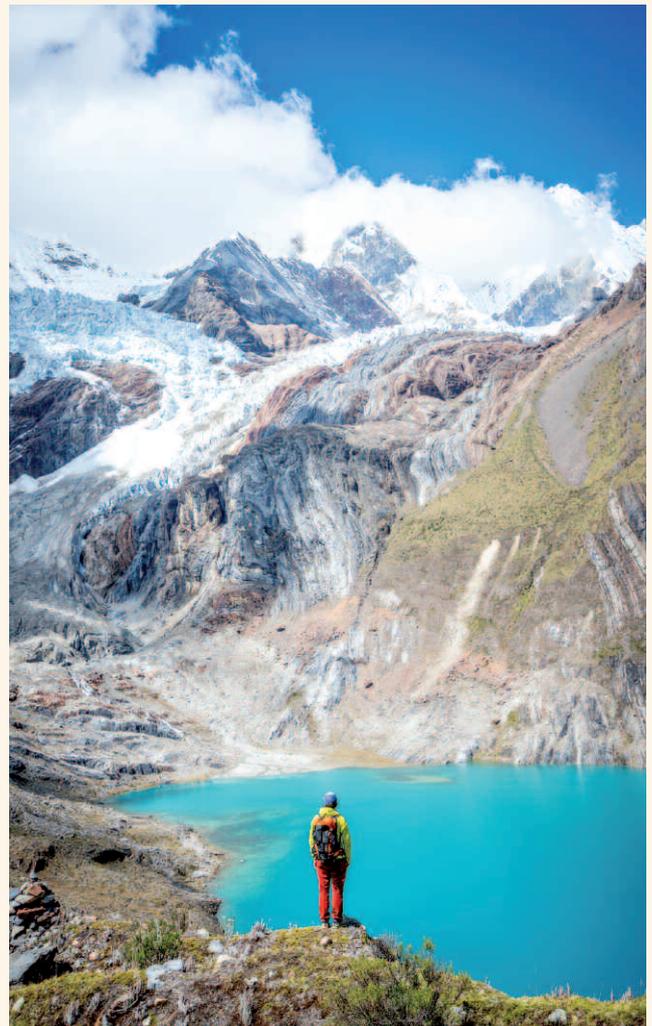
Certes, les résultats sont pour l'heure modestes... et pourtant, chaque nouvelle tentative marque de son sceau une mobilisation toujours plus grande, une ferveur grandissante et des envies... à déplacer les montagnes ! Désormais, plus rien ne sera comme avant et les politiques devront composer avec. Mais le changement de paradigme ne peut s'effectuer sans changer les niveaux de conscience. Il nous faut apprendre à désapprendre (ce qui ne veut pas dire oublier) tout ce qui nous a forgé culturellement jusque-là pour mettre en place une démocratie participative où chacun a sa place... institutions, acteurs économiques et citoyens, pour impliquer le plus grand nombre, mettre en place des processus de transversalité, définir une vision pour l'avenir de nos montagnes et placer chaque petit caillou pour y accéder. Ne soyons donc pas trop critique sur les différentes tentatives, elles ne sont que le reflet de l'émerveillement des montagnes qui coule dans nos veines pour nous mettre debout, toujours, et agir...

1 - www.appelpournosmontagnes.org

2 - www.rencontres-citoyennes.fr

3 - www.montagnedebout.org

4 - www.sustainable-summits2018.org



LAGUNA CARHUACocha, 4150M - PÉROU © MATHIS DUMAS

DE LA DIFFICULTÉ D'UN COLLECTIF

Par Lydiane Agier - Bénévole impliquée dans le mouvement Montagne Debout

Initiée début 2017 par un collectif de citoyens-montagnards, la consultation Montagne Debout trouve un fort écho dans la population, révélant intérêts et inquiétudes pour le devenir des montagnes. A l'été, plusieurs membres fondateurs du collectif partent vers de nouveaux horizons. Le projet se retrouve sans capitaine à bord. Le relais se fait tant bien que mal, et la restitution des résultats de l'enquête, près d'un an plus tard, suscite l'attention du public lors de l'Assemblée générale de Mountain Wilderness. La suite est difficile à créer, pour ce mouvement citoyen dont les contours en termes humains et d'objectifs restent flous.

Qu'a-t-il manqué pour transformer l'essai ? Est-ce l'absence d'un noyau dur pour coordonner la mobilisation ? L'implication individuelle partielle en termes de temps et de tâches qui rend difficile la définition de personnes ressource ? Le monde d'aujourd'hui, où la mobilité à l'emploi est fortement encouragée et les sollicitations nombreuses pour qui veut s'impliquer ? A moins que les initiatives existantes ne suffisent à couvrir les questions thématiques montagnardes et que chercher à les fédérer ne soit une ambition trop grande pour un jeune collectif ? La liberté d'implication de chacun et le fonctionnement démocratique d'un regroupement citoyen en font ses forces mais aussi ses faiblesses. Réinventer un fonctionnement hors du schéma associatif classique, avec un bureau légitimé par le vote qui assure une continuité, reste aujourd'hui encore un défi.

QUELLE SERA LA MONTAGNE DE DEMAIN ?

PARTOUT DANS NOS MONTAGNES, DES ASPIRATIONS NOUVELLES GRANDISSENT. DE MULTIPLES ALTERNATIVES DE VIE ÉCONOMIQUE, ANCRÉES DANS LE TERRITOIRE ET RESPECTUEUSES DE L'HUMAIN, SONT DÉJÀ OPÉRATIONNELLES ET NE DEMANDENT QU'À ESSAIMER, GRANDIR, RAYONNER.

BÂTIR LA MONTAGNE DE DEMAIN NOUS SEMBLE AUJOURD'HUI POSSIBLE, URGENT. ALORS REPENSONS TOUS ENSEMBLE LE DÉVELOPPEMENT DE NOS TERRITOIRES À TRAVERS LE PRISME DE L'HUMAIN, EN S'APPUYANT SUR LA BEAUTÉ ET LES SAVOIR-FAIRE DE NOS VALLÉES.



L'APRÈS « TOUT-TOURISME »

ENTRETIEN AVEC BERNARD DEBARBIEUX

Par Yann Borgnet - Administrateur Mountain Wilderness et Léa Petrizzelli - Volontaire

AU TRAVERS DE CET ENTRETIEN CONDUIT DANS SON BUREAU DE L'UNIVERSITÉ DE GENÈVE (UNIMAIL), BERNARD DEBARBIEUX, PROFESSEUR EN AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE ET EN GÉOGRAPHIE POLITIQUE ET CULTURELLE, NOUS CONVIE À LA PENSÉE COMPLEXE, EN NOUS DONNANT DES CLÉS DE LECTURE PERMETTANT D'APPRÉHENDER LE DÉVELOPPEMENT PASSÉ ET PRÉSENT DES TERRITOIRES DE MONTAGNE ET EN ESQUISSANT DES TRAJECTOIRES D'ÉVOLUTION FUTURE.

QUEL EST VOTRE REGARD SUR L'AMÉNAGEMENT DE LA MONTAGNE ?

Je trouve que les mentalités et les façons de faire n'ont pas beaucoup évolué dans les Alpes françaises. Les modèles de développement sont encore trop souvent quantitatifs, privilégiant une logique de l'offre et misant sur des artifices (terrassment, neige artificielle, etc.) et sur une forme de fuite en avant des investissements. La vision est résolument court-termiste, et je n'ai pas le sentiment qu'il y ait un véritable portage collectif.

En effet, le modèle Compagnie des Alpes (CDA) qui a sa logique propre à certains contextes ne peut concerner tout le monde. La CDA n'investit que dans les endroits qui ont une rentabilité avérée ou potentielle

indiscutable. Il faut accepter que les modèles, peut-être opportuns dans de grandes stations, n'ont rigoureusement aucun sens dans des stations de moyenne montagne, même si nombre d'entre elles continuent à courir derrière ces modèles hérités des années 1960. Enfin, ce modèle CDA est certes très performant en matière d'aménagement, mais la logique capitaliste qui le sous-tend ne peut correspondre aux autres types de territoires. Ces derniers devraient encourager des formes de développement endogènes, plutôt que de faire appel à un prestataire extérieur avec lequel les acteurs locaux ne peuvent composer. Autrement dit, sans relais local, les interventions extérieures courent le risque d'insuffler en tout lieu une vision monolithique, sans considérer les aménités et les spécificités locales.

QUELS SONT LES GRANDS CHANGEMENTS QUI, À VOTRE AVIS, VONT STRUCTURER L'ÉVOLUTION OU LA TRANSFORMATION DE CES TERRITOIRES DE MONTAGNE ?

COMMENT LES TERRITOIRES Y FERONT-ILS FACE ?

Les évolutions brutales de l'enneigement, en quantité, en qualité et en temporalité, amènent à une prise de conscience assez large des effets du réchauffement climatique. Deux options s'offrent alors aux territoires de montagne. Soit ils s'engagent dans la voie de l'artificialisation de la pratique touristique, de façon à la maintenir et à s'émanciper d'une forme de dépendance à l'égard des facteurs

exogènes du climat. C'est toute la logique de la neige artificielle ou du développement d'activités touristiques complémentaires qui tentent de combler les vides divers et variés qui morcellent la saison touristique. L'autre option étant de dire « on s'arrête », et de prendre conscience qu'il est vain de résister à quelque chose dont seules les premières manifestations sont visibles, pour se tourner vers autre chose. Je crois beaucoup à une forme d'économie résidentielle, en cherchant à fidéliser une population appréciant la qualité de l'environnement local.

PEUT-ON AINSI PENSER LA TRANSITION COMME LE PASSAGE D'UNE DESTINATION TOURISTIQUE À DES TERRITOIRES DE VIE À L'ANNÉE ?

Oui et non, car il y a autant de trajectoires que de territoires. On assiste à une véritable diversification des trajectoires biographiques, professionnelles, ou encore géographiques des individus rencontrés dans les Alpes. Les populations résidentielles ne partagent souvent pas la même vision du territoire, ni les mêmes motivations pour s'y investir.

On ne peut donc plus se servir des grands clivages surplombants des années 1960-70 qui distinguaient les touristes, les résidents secondaires, les néo-arrivants et les locaux. Ce n'est qu'en étant sur le terrain qu'il est possible de prendre la mesure de cette complexité des trajectoires spécifiques, en faisant notamment face à l'individualisation croissante des modes de vie. Il faut à présent se

« In fine, le développement local sera toujours conduit par des acteurs locaux. La résilience des sociétés locales tient à leur capacité d'initiatives endogènes. »

poser la question du local en évacuant tous les a priori et en appréhendant la réalité du terrain telle qu'elle s'offre à nous.

Les seules catégorisations désormais possibles ne peuvent porter que sur des trajectoires de lieux et de territoires de montagne, et reposer à mon sens sur des caractéristiques démographiques et économiques de chacun. Cela fonctionne relativement bien pour distinguer des communes en passe d'être péri-urbanisées et des communes qui, au contraire, sont plus en marge, ou des communes confrontées à un déclin des activités économiques traditionnelles et à l'inverse des pôles touristiques encore très performants.

DERRIÈRE CETTE DIVERSITÉ DES TRAJECTOIRES SE CACHENT DONC DES TERRITOIRES QUI N'ENVISAGERAIENT PAS LEUR AVENIR AUTOUR DU TOURISME ?

De nombreuses régions ne sont pas vraiment touristiques ou ne conçoivent pas leur modèle de développement sur l'économie touristique. Par contre, de plus en plus de communes de montagne se tournent vers une économie résidentielle, grâce à la proximité de grandes métropoles et à l'amélioration de l'accessibilité. Elles profitent de l'arrivée de résidents à temps plein ou multi-résidents. C'est le cas des stations touristiques de moyenne montagne, souvent déclinantes, situées à proximité des villes principales, qui posent la question de la conversion de l'immobilier, du bâti et des activités économiques présentes sur leur territoire. Beaucoup de ces communes tirent avantage de l'agrément de l'environnement et du paysage et d'un potentiel intéressant de sociabilité.

ET CONCERNANT LES PÔLES TOURISTIQUES, QUE PENSER DU NOUVEL ÉTENDARD DE LA DIVERSIFICATION SUIVI PAR L'ENSEMBLE DES GRANDES STATIONS ?

Si vous pensez à l'éventail croissant d'activités touristiques offertes en station, cette forme d'adaptation me paraît un peu limitée parce que les gens ne viennent pas en montagne pour ça. Le grand avantage du ski est que beaucoup de personnes sont prêtes à faire des heures de trajet et des centaines de kilomètres pour venir skier en station. Les nouvelles activités ne motivent généralement pas un tel investissement de temps ou d'argent. C'est une diversification très modérée et qui, de mon point de vue, nuit plutôt à l'image de la montagne. La vraie diversification est celle qui suppose de penser un modèle de développement économique considérant le tourisme de façon tout à fait différente.

C'EST-A-DIRE UN MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT « APRÈS TOUT-TOURISME » ?

Oui. Par exemple en Suisse, la loi dite Weber¹ a causé un réel traumatisme, mais dans un sens que l'on peut qualifier de positif. De nombreuses communes et acteurs touristiques ont engagé un processus intéressant, en reconsidérant la façon de concevoir la construction immobilière, les pratiques et le système socio-économique correspondant. Il y avait certes une nécessité de se conformer à la loi, mais il y a également eu une inflexion des mentalités. On constate aussi la bifurcation de trajectoires dans le canton de Vaud qui a décidé de réduire fortement les subventions à perte sur la neige artificielle ou sur les remontées mécaniques déficitaires. Petit à petit,

la population locale s'adapte à ces nouvelles conditions cadres, parfois avec des initiatives intéressantes comme dans le Pays-d'En-Haut. Certes un avantage des Alpes suisses par rapport à certaines régions des Alpes françaises est qu'elles sont moins exclusivement dépendantes de l'économie touristique et que d'autres formes de production ont continué d'exister en parallèle.

« Ce n'est pas la fin de l'alpinisme, ce n'est pas la fin de la haute montagne, ça va être une montagne un peu différente. »

Ceci dit, ces décisions qui forcent les acteurs locaux à adapter leur vision viennent de l'extérieur, tout comme les décisions provenant des grandes compagnies touristiques reposant sur un modèle de développement capitalistique. Or dans les Alpes plus qu'ailleurs, le développement gagne à être endogène, porté par des collectifs d'acteurs capables de prendre en compte la singularité de chaque territoire. Ce n'est pas en faisant appel à un prestataire extérieur dominant, ou en important tel quel une expérience qui aurait fait ses preuves ailleurs, que l'on peut espérer trouver la bonne solution pour un lieu donné. Chacun des territoires a besoin de trouver sa propre voie ; et le cas échéant de travailler avec ses voisins à un minimum de concertation, à une planification commune, comme dans le cas des intercommunalités ou des Parc naturels régionaux, afin de faire des économies d'échelle et de pouvoir capitaliser sur la convergence ou la complémentarité des initiatives.

1 - Cette loi, entrée en vigueur en janvier 2016, vise à plafonner à 20% la proportion de résidences secondaires dans toutes les communes suisses et à réguler le marché immobilier dans celles où le taux dépasse les 20%.





ACTEURS D'UNE MONTAGNE À VIVRE



© BOMBYX

BOMBYX

RÉINVESTIR UN LIEU DÉSAFFECTÉ POUR Y CRÉER UN COLLECTIF OUVERT ET SOLIDAIRE

« Nous sommes maçon, couturière, cuisinier, architecte, dessinatrice, bricoleur du dimanche, réparatrice de vélo, forgeron, danseur, charpentier... Nous vivons dans le Trièves et cherchons des espaces de travail, de rencontre et de mutualisation, accessibles en vélo et à nos portefeuilles !

Nous aurions pu mettre cette annonce dans le journal local, mais finalement c'est la mise en vente de l'ancienne usine de soierie de Mens qui nous a réunis. Après des heures de discussion, de cafés et de bières, nous avons créé l'association Bombyx (le papillon du ver à soie) et réuni la somme nécessaire pour acheter la moitié de ce bâtiment fin 2017.

Bombyx s'est donné pour objectif de développer des espaces partagés autour de la création artistique et artisanale : travail du bois, du métal et de la terre, espace de résidence artistique, matériaux et outillages, mécanique vélo, impression graphique (sérigraphie, typographie, gravure, photo), cuisine et labo de transformation...

A travers ce projet, situé sur la commune de Mens dans le Trièves (Isère), nous souhaitons redynamiser le territoire de montagne au sein duquel nous vivons en créant un lieu de ressource et de synergie pour la communauté, accessible au plus grand nombre et notamment aux personnes ayant de faibles revenus.

Nous sommes également dans une démarche environnementale et sociale où il nous apparaît essentiel de développer et promouvoir des pratiques d'éducation populaire renforçant l'autonomie des personnes et les liens de solidarité de proximité. »

www.usinebombyx.wordpress.com

BUREAU DE(S) SENS © YANN BORGNET

BUREAU DE(S) SENS

REPENSER LE MÉTIER DE GUIDE

« Le bureau de(s) sens « Immersion Alpine » n'est pas un bureau de guides comme les autres. Il est né de discussions entre jeunes guides d'une même promotion autour d'un enjeu commun : quel avenir pour notre profession en cette période de bascule climatique ? Au-delà du simple outil de promotion, il s'agit à la fois d'un laboratoire d'expérimentation, d'un lieu d'intelligence collective, et d'un rassemblement à visée militante.

Devant l'impossibilité de s'immuniser face aux mutations de notre milieu de pratique, à l'instar des stations de ski qui investissent et aménagent pour s'adapter, et alors que nous refusons la perspective d'aseptiser davantage la haute montagne, dernier espace non anthropisé, il nous faut trouver d'autres trajectoires d'adaptation. Il nous semble que l'orientation générale de notre profession suit une voie sans issue, avec d'un côté une inflation de notre vulnérabilité par la focalisation sur quelques pôles culminants et de l'autre l'ubérisation progressive de nos leviers commerciaux. Notre milieu d'exercice se dérobe à une vitesse fulgurante, et nous courrons le risque d'être dépossédés de notre pouvoir de libre arbitre, premier gage de sécurité.

Ce bureau déterritorialisé a pour but de rassembler des guides de tous les massifs français sur la base de valeurs partagées et d'expériences « initiatiques » que nous voulons partager avec nos clients. Nous avons ainsi pointé deux grands enjeux : « faire ensemble » et « ralentir ». D'un côté, nous pensons que la formation du client, son accès à l'autonomie sont les meilleurs moyens qui lui permettront d'adopter une posture ouverte propice à une gestion sereine des risques. De l'autre, l'expérience vécue en haute montagne devrait être le contrepoint de l'accélération de nos rythmes de vie et des tentations consuméristes du monde d'en bas. S'immerger dans le milieu naturel, prendre le temps, sortir de l'obsession du sommet à atteindre sont des exemples de leviers permettant de maintenir les degrés de liberté. Ces formes d'improvisation en actes sont, in fine, les conditions de notre adaptation au changement climatique et d'un éveil indispensable des consciences. »

www.immersionalpine.com



NORDICFRANCE © THOMAS HYTTE - KLIP PRODUCTIONS



LES ALPES JULIENNES - MASSIF DES PRÉALPES ORIENTALES MÉRIDIENALES © ARCHIVES DU TOURISME KRANJSKA GORA

NORDIC FRANCE

**PAR THIERRY GAMOT, PRÉSIDENT
MAIRE DÉLÉGUÉ D'AUTRANS (VERCORS, ISÈRE)**

« Nordic France fédère les 200 sites sur lesquels se pratiquent ski de fond, raquette, chiens de traîneau. Des sites situés en moyenne entre 1000 et 1200 m d'altitude et donc aux avant-postes du réchauffement climatique. On ne peut pas ne pas être inquiet sur l'avenir, mais en même temps, on a complètement intégré qu'il faut réduire notre dépendance à la neige, avoir des idées nouvelles et les mettre en œuvre.

Peut-on avoir un modèle économique basé sur une ressource qui risque fort de devenir de plus en plus fragile ? Mais cette transition demande du temps ; on a déjà commencé avec la diversification des activités et une place plus importante accordée à l'été. Le problème est qu'on n'a pas, aujourd'hui, une alternative crédible à la neige qui puisse être mise en place du jour au lendemain. On ne peut pas non plus concevoir que les canons à neige remplacent la neige naturelle alors que les ressources en eau et l'énergie sont des enjeux majeurs (sans compter les coûts en investissement et en fonctionnement). Les canons à neige ne peuvent être qu'un complément à la neige naturelle. Attention aussi aux réactions de nos clients : l'image d'un ruban de neige sur de l'herbe peut être terriblement contre-productive pour des sites nordiques « nature et grands espaces ».

Je reste optimiste car il y a un bel avenir pour la moyenne montagne si on adopte une approche territorialisée qui tienne compte de sa spécificité et des aléas climatiques. L'un des grands enjeux : la communication, qui doit être enthousiaste et refléter tous nos atouts. *"Le tout ski, c'est fini ; mais sans le ski, non, tout n'est pas fini !"* »

www.nordicfrance.fr

ALLIANCE DANS LES ALPES LE RÉSEAU DES COMMUNES

« Depuis 1997, le réseau Alliance dans les Alpes réunit des communes réparties sur sept États alpins. Ses membres s'investissent pour faire de l'arc alpin un espace de vie porteur d'avenir. Pour eux, la Convention alpine (entrée en vigueur en 1995) constitue une base de travail et une ligne directrice vers un développement soutenable des Alpes. Soucieux de ne pas réinventer la roue à chaque nouveau projet, le Réseau de communes offre à ses membres la possibilité d'échanger expériences et informations par-delà les barrières linguistiques et culturelles. "Échanger - s'engager - réaliser" est le fil directeur du Réseau. Aussi, les publications et événements d'Alliance dans les Alpes sont réalisés en quatre langues : allemand, français, italien et slovène.

Le Réseau Alliance dans les Alpes compte 300 communes membres dans tout l'arc alpin dont plus de 70 dans les Alpes françaises. En France, le Réseau est animé par CIPRA France. Le Réseau apporte à ses membres un accompagnement technique et un soutien financier sur des projets internationaux. Les projets en cours impliquant des territoires français portent sur la préservation des abeilles, le renforcement de l'attractivité et de la cohésion sociale dans les territoires ruraux ou encore sur le soutien de filières d'activité dans une dynamique de maintien des paysages ouverts. Les Belleville (Savoie), Guillestre (Hautes-Alpes) et la Communauté de communes Alpes Provence Verdon (Alpes de Haute-Provence) en sont les territoires pilotes.

Au-delà des projets, l'année 2018 était consacrée notamment à des échanges d'expérience sur la question du tourisme. La Conférence annuelle 2018 à Bled (Slovénie), organisée conjointement par Alliance dans les Alpes et CIPRA International, portait sur « Le tourisme : les deux faces de la médaille ». Des solutions ont été présentées comme la promotion de la diversité naturelle dans les communes ou encore de nouveaux modèles d'éducation et de travail. En septembre 2018, le voyage d'étude de membres français, organisé en partenariat avec CIPRA Italie qui anime le Réseau Alliance dans les Alpes en Italie, nous a conduit de Guillestre à Ostana. Dans cette commune, la population est passée de 5 habitants dans les années 1980 à 80 actuellement grâce à un projet de développement visant à concilier vie des habitants, tourisme et protection de la nature. Un retour d'expérience prometteur dont les membres français d'Alliance dans les Alpes pourront s'inspirer ! »

www.alpenallianz.org

JEAN-MARC ROCHETTE

AUTEUR & DESSINATEUR

PLANCHE EXTRAITE DE LA BANDE DESSINÉE
« AILEFROIDE, ALTITUDE 3954 »

« La montagne est ce lieu magique où se rencontrent notre insignifiance absolue, et notre présence tangible dans la beauté du monde. »

POUR ALLER PLUS LOIN

Migrations d'agrément : du tourisme à l'habiter

SOUS LA DIRECTION DE NIELS MARTIN, PHILIPPE BOURDEAU, JEAN-FRANÇOIS DALLER, ÉDITIONS L'HARMATTAN, 2012

Processus de migration dans les régions de montagne, et en particulier dans les Alpes

PAUL MESSERLI, THOMAS SCHEURER ET HEINZ VEIT, REVUE DE GÉOGRAPHIE ALPINE / JOURNAL OF ALPINE RESEARCH, 2011

Dynamiques de repeuplement en zone de montagne : les nouveaux habitants

REVUE DE GÉOGRAPHIE ALPINE / JOURNAL OF ALPINE RESEARCH, 2014

Le devenir des espaces ruraux de montagne en France

HERVÉ GUMUCHIAN, PUBLICATION INDÉPENDANTE, 2017

Lorsque le diagnostic est erroné, la réponse est inadaptée !

ERIC CHARLIE ADAMKIEWICZ
WWW.ERICADAMKIEWICZ.BLOGSPOT.COM, 2018

Les sports d'hiver en mutation. Crise ou révolution géoculturelle ?

PHILIPPE BOURDEAU, ÉDITIONS LAVOISIER
COLLECTION FINANCE-GESTION-MANAGEMENT, 2007

Espaces protégés et territoires. Conflits et acceptation

LIONEL LASLAZ, CHRISTOPHE GAUCHON, MÉLANIE DUVAL, STÉPHANE HÉRITIER, ÉDITIONS BELIN - COLLECTION MAPPEMONDE, 2014

Revue juridique de l'environnement, vol. 42, "Dossier : Loi Montagne"

ÉDITIONS LAVOISIER, 2017

Ailefroide. Altitude 3954

JEAN-MARC ROCHETTE, OLIVIER BOCQUET, ÉDITIONS CASTERMAN, 2018

Une histoire de la montagne

INTERVENTION DE BERNARD DEBARBIEUX, FRANCE CULTURE, 2006

Les Karellis, 40 ans de ski social en Savoie

PAR JEAN-CHRISTOPHE PAIN, FRANCE 3, 2016

Les Karellis - De l'Utopie à la réalité

PIERRE LAINÉ, ÉDITIONS ASSOCIATION APOPL, 2011

La montagne suisse en politique

GILLES RUDAZ ET BERNARD DEBARBIEUX
ÉDITIONS PRESSES POLYTECHNIQUES ET UNIVERSITAIRES ROMANDES
COLLECTION SAVOIR SUISSE, 2013

/ RETROUVEZ DES LIENS ET DOCUMENTS COMPLÉMENTAIRES
SUR NOTRE SITE INTERNET **WWW.MOUNTAINWILDERNESS.FR**

Merci à nos partenaires pour leur soutien



Je protège la montagne avec  mountainwilderness

Nom, prénom

Adresse

Mail

Tél.

Vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification à faire valoir auprès de Mountain Wilderness.

Adhésion "petit budget" : 10 € (3 € après déduction fiscale)

Adhésion "classique" : 40 € (13 € après déduction fiscale)

Adhésion "soutien" : 80 € (26 € après déduction fiscale)

Don : €

Paiement par chèque à libeller à l'ordre de Mountain Wilderness

Paiement par prélèvement automatique (merci de compléter les formulaires disponibles sur notre site Internet / Rubrique Adhérer)

Chaque adhésion légitime nos actions, nous donne plus de sérénité financière et assure une plus grande capacité de travail. En adhérant à Mountain Wilderness, vous pourrez participer aux actions de l'association et recevrez nos publications :

Format papier Format numérique

À RETOURNER À
mountain wilderness France
5 place Bir Hakeim 38 000 Grenoble
04 76 01 89 08
contact@mountainwilderness.fr

ADHÉREZ EN LIGNE SUR
www.mountainwilderness.fr

MOUNTAIN WILDERNESS
ASSOCIATION NATIONALE
DE PROTECTION DE LA MONTAGNE

OUVERTE À TOUS LES AMOUREUX DE LA MONTAGNE, MOUNTAIN WILDERNESS SOUTIENT UN RAPPORT À LA MONTAGNE FONDÉ SUR LE RESPECT DES HOMMES ET DE LA NATURE. POUR CELA, LES ACTIONS DE L'ASSOCIATION VISENT À :

- / VEILLER AU MAINTIEN DES ÉQUILIBRES NATURELS,
- / REMETTRE EN CAUSE LES PRATIQUES DÉRAISONNABLES,
- / PROPOSER DES APPROCHES DOUCES DE LA MONTAGNE,
- / SOUTENIR UNE ÉCONOMIE MONTAGNARDE DIVERSIFIÉE.

RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE ET AGRÉÉE PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT, L'ASSOCIATION TRAVAILLE POUR FAIRE ÉVOLUER LES COMPORTEMENTS VIS-À-VIS DE LA MONTAGNE AU MOYEN D'ACTIONS SUR LE TERRAIN, DE PUBLICATIONS EXPERTES ET DE RELATIONS AUPRÈS DES ACTEURS POLITIQUES, ASSOCIATIFS ET ÉCONOMIQUES.

INDÉPENDANTE DES PRESSIONS FINANCIÈRES ET POLITIQUES, MOUNTAIN WILDERNESS DÉFEND UNE APPROCHE GLOBALE DE LA MONTAGNE DANS LAQUELLE "PRÉSERVATION DU MILIEU NATUREL" ET "AMÉLIORATION DE L'ÉCONOMIE" CONSTITUENT LE MÊME DÉFI.

