

L'avenir des montagnes

La version originale de cet article que nous avons ici étoffée a été publiée dans le journal *Ricochets* du mois de janvier 2023.



Il fut un temps où la montagne n'était pas totalement colonisée par l'industrie touristique et l'économie marchande. La vie y était rude, mais le paysan n'était pas dépendant des consommateurs des villes plus ou moins lointaines ou d'autres régions que l'on aura préalablement attirés pour subvenir à ses besoins. Tout au long du XX^e siècle, l'exode rural qui a conduit les montagnards vers les zones urbaines et leurs industries a vidé petit à petit les villages et hameaux des montagnes. Cet exode rural des montagnes et plus largement des campagnes a transformé, à partir des années 1950, la société industrielle de classes antagoniques en une société de production et de consommation de masse. A partir des années 1960, la conquête des territoires par leur aménagement aboutit à la création administrative des parcs naturels régionaux (PNR)¹. L'idée génèreuse est à la fois de protéger la nature, mais aussi de développer l'économie de ces territoires se vidant de ses habitants. Elle vise par ailleurs à proposer une protection de la nature moins contraignante que celle des parcs nationaux nécessitant des

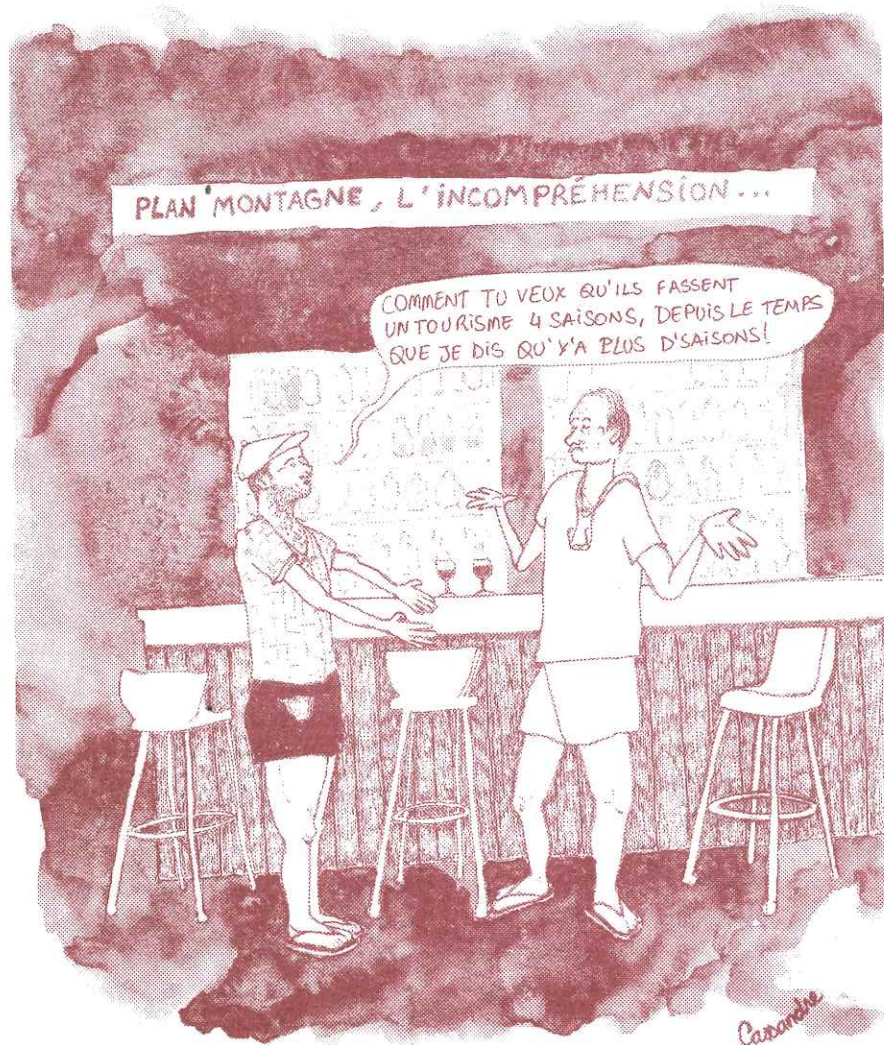
interdictions réglementaires qui avaient du mal à être acceptées par les riverains mais aussi par l'Etat qui pour l'acquisition foncière se trouvait dans l'obligation de mettre la main à la poche. L'idée était également de proposer une alternative à la bétonisation le long du littoral et des stations de ski afin de soutenir et de façonner un tourisme de plein air – pour une société urbaine triomphante en mal de nature – qui gagnera l'extérieur des PNR. Depuis, le tourisme de montagne ne se focalise plus dans les stations de ski mais se généralise à l'ensemble des massifs montagneux. Il colonise l'ensemble de la production locale directe et indirecte. Cet état de fait est-il souhaitable pour un secteur économique qui s'est retrouvé totalement paralysé plusieurs mois pendant la crise sanitaire de 2020 et 2021 et aurait détruit, selon le World Travel & Tourisme Concil (WTTC), 62 millions d'emplois dans le monde ? Le tourisme a non seulement été un des vecteurs des plus importants dans la propagation du virus, il a été aussi le secteur le plus touché par la crise sanitaire et par les contraintes imposées aux populations : fermeture des frontières,

confinements, mesures et recommandations de distanciation et contrôles soutenus par des protocoles sanitaires mis en place par l'ensemble des gouvernements dans le monde. En montagne, cette crise s'est traduite par la fermeture des remontées mécaniques et des stations de ski...

Le tourisme en général reste d'une fâcheuse fragilité à chaque crise ou catastrophe, qu'elle soit sanitaire (comme pendant la Covid), belliqueuse (les lieux en guerre ou ayant subi un attentat ne font généralement plus partie des destinations touristiques), sociale (comme en fin d'année 2018 où le mouvement de gilets jaunes à Paris a provoqué après la dévastation des Champs Elysées l'annulation de nombreuses réservations touristiques), environnementale (pollution des sols, des rivières et des plages, etc.) ou climatique (absence de neige en station, ouragans). La mono-industrie touristique comme n'importe quelle industrie exclusive dans un

territoire est très risquée pour l'emploi et les administrateurs territoriaux. En France, après la « crise de la Covid », le président de l'agglomération du Val d'Europe, Philippe Descrouet, envisageait même, après son élection, de diversifier l'économie pour ne plus dépendre uniquement du tourisme. Le tourisme du Val d'Europe qui réunit sur son territoire Disneyland Paris, Villages Nature et les centres commerciaux Val d'Europe et Vallée Village, emploie 20 000 personnes sur 50 000 habitants. Sur 2020 et 2021, l'agglo aurait perdu 25 millions d'euros de recettes avec la crise sanitaire².

Mais ces méfaits du tourisme ne sont pas les seuls. En dehors de cet accaparement et de cette monopolisation de l'activité humaine et des terres, le tourisme qui se développe sur un territoire fait augmenter le prix de l'immobilier et du foncier, si bien que les habitants et employés se retrouvent totalement exclus du marché. Les logements sont loués à



des touristes ou vendus comme hébergements en résidences touristiques ou comme résidences secondaires. On compte dans beaucoup de villages de montagne de nombreux volets fermés ; ce qu'on nomme communément dans le jargon touristique des « lits froids ».

Durant la « crise de la Covid », le tourisme s'est révélé vulnérable, mais il n'a pas manqué de soutien. En France, l'Etat a débloqué pas moins de 38 milliards d'euros pour venir en aide, maintenir et relancer le secteur ; sans compter les 15 milliards d'euros qu'il a attribué à l'aéronautique, secteur totalement lié au tourisme. Le plan *Destination France* élaboré par le gouvernement fin 2021, « entend fixer, à 10 ans, une véritable trajectoire de développement et de transformation du secteur touristique »³. Ce plan de reconquête et de transformation du tourisme est à la mesure de ce « secteur clef de l'excellence française durement touché par la crise sanitaire »⁴. Pour soutenir le tourisme en montagne, le gouvernement avait lancé auparavant en mai 2021, un plan de soutien à l'investissement « Avenir montagne » de 150 millions d'euros de crédit de l'Etat et autant provenant des régions concernées, plus 30 millions d'euros consa-

crés à l'ingénierie. Ce plan s'articule, selon le discours l'accompagnant, sur trois axes bien définis⁵ :

- Favoriser la diversification de l'offre touristique et la conquête de nouvelles clientèles
- Accélérer la transition écologique des activités touristiques de montagne
- Dynamiser l'immobilier de loisir et enrayer la formation de « lits froids »

Ce plan « Avenir montagne » dont un des buts est d'enrayer la formation de « lits froids » n'envisage jamais de régler le problème de logement que connaissent les habitants des lieux touristiques. Il s'agit seulement de ne pas perdre de lits assignés aux touristes, afin de maintenir à minima une économie marchande qui par « ruissellement », nous dit-on, profiterait aux habitants... Hors des discours *économistes*, la réalité est bien évidemment différente. Nous pouvons même penser que ce plan « Avenir montagne » peut aggraver la crise du logement puisque « la diversification de l'offre touristique » prévue comme « la conquête de nouvelles clientèles » augmenteront forcément le nombre de demandeurs de logement (touristes et employés sup-



plémentaires confondus). A moins qu'on imagine de nouvelles constructions de logements. Les bétonneurs écoresponsables se tiendront prêts à « dynamiser l'immobilier » et par conséquent à continuer à artificialiser les sols. Ils seront très vite convaincus qu'il faut « accélérer la transition écologique des activités touristiques de montagne » ; tout le monde doit se retrouver sur le pont et retrousser ses manches lorsqu'il s'agit de « sauver la planète » : habitat et mobilité écoresponsables, ascenseurs valléens et parkings associés, bornes de recharges pour Vélos à assistance électrique (VAE) mais aussi pour les trottinettes électriques tout-terrain et leurs circuits associés, sentiers de montagne et voies douces aménagés (pour marcheurs, pour VTT et pour VAE) et signalisés pour la pédagogie, accès vers les sites d'escalade équipés ou encore murs d'escalade extérieurs ou *indoor*. La montagne ça vous gagne ! Les magasins Décathlon proposeront dans leurs rayons toutes les panoplies qui vous permettront de jouir de toutes ces activités sportives et touristiques... en adéquation avec la transition écologique programmée, bien évidemment !

En dehors des serviteurs et porte-valises des touristes, que feront les autres ? Paysans, artisans et artistes néo-ruraux participeront tout naturellement au développement de cette « touristification structurante » ; comment y échapper ? Beaucoup d'entre eux proposeront – comme certains le font déjà – leur

savoir-faire, leur inventivité et leur production au marché des produits locaux labellisés et conformes à l'identité territoriale et à "l'authenticité" chères aux touristes. Quant aux bergers, on continuera à les faire jouer au berger sur la place publique durant la fête de la transhumance ; les « démonstrations, rencontres, concerts, projections, contes, expositions, balades, dégustations, marché d'été et plein d'autres surprises »⁶ attirent beaucoup de monde et profitent, dit-on, à la montagne.

Est-ce vraiment cet avenir que nous voulons pour les montagnes ?

Henri Mora

-
- [1] Pour ce qui concerne l'histoire des PNR : Nacima Baron et Romain Lajarge, *Les parcs naturels régionaux - des territoires en expériences*, éditions Quæ, 2017.
 - [2] https://actu.fr/ile-de-france/serris_77449/val-d-europe-arret-du-tourisme-des-petits-commerces-quelesont-les-repercussions-economiques_37537209.html
 - [3] <https://www.entreprises.gouv.fr/fr/tourisme/plan-destination-france>
 - [4] https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/destinationfrance_cle0f5dc4.pdf
 - [5] https://www.gouvernement.fr/sites/default/files/document/document/2021/05/dossier_de_presse_-_presentation_du_plan_avenir_montagnes.pdf
 - [6] <https://fete-transhumance.com/>. La page de présentation de la fête de la transhumance de 2022 où a été tirée la citation a été remplacée depuis pour présenter la prochaine édition de la fête de la transhumance de 2023.