

# Aménagement du territoire

## 1.Introduction

### 1.1.Définition : organisation volontariste de l'espace

L'aménagement du territoire est la recherche dans un cadre géographique précis d'une meilleure répartition des hommes en fonction des ressources naturelles et des activités économiques. Plus simplement, c'est l'organisation de l'espace dans lequel vous évoluez. On associe aménagement du territoire à développement du territoire.

L'aménageur doit intervenir sur la mise en œuvre d'un cadre de vie plus harmonieux. Il doit rechercher la compatibilité entre développement économique et protection de la nature.

L'aménagement du territoire est une discipline de synthèse touchant à toutes les disciplines, mêlant les données démographiques, géographiques, historiques et économiques, politiques et sociales.

L'aménagement du territoire est l'organisation globale de l'espace destinée à satisfaire les besoins des populations en mettant en place des équipements répondant à leur besoin.

### 1.2.Les outils

On a besoin d'outils pour aménager le territoire. Ces outils sont

- les lois (loi sur la montagne, loi sur le littoral),
- les décrets d'application de ces lois,
- les plans d'occupation des sols, qui permettent aux communes d'aménager leur territoire (en décembre 2001, ces plans se transformèrent en plans locaux d'urbanisme),
- les institutions pour organiser l'espace (depuis 1967, le Ministère de l'équipement du territoire, qui, à l'origine, était le Ministère de la reconstruction et de l'urbanisme - les services de ce ministère rédigèrent les textes législatifs permettant la création des lois sur l'aménagement du territoire, parmi les codes de l'urbanisme et de l'habitation).

Ces outils évoluent en fonction des choix politiques que l'Etat fait. Veut-on protéger certains territoires ? Veut-on en sauvegarder ? Si on veut sauvegarder un territoire, il faut mettre en place une loi.

Le Ministère de l'équipement du territoire comprend une direction centrale (la direction de l'architecture et de l'urbanisme). Sa mission est de conduire les politiques nationales d'aménagement. Des organismes (des services d'étude) sont mis à la disposition de cette direction centrale. Ces services d'étude comportent des sections dites littorale, de montagne et rurale. Ils sont de la compétence de l'Etat et de la commune.

Il existe des directions régionales de l'équipement. Le rôle des directions régionales est de programmer les équipements sur un plan régional et de diriger la création des logements. Les directions départementales de l'équipement pilotent les plans d'occupation des sols. Elles participent à l'instruction technique et administrative des demandes d'autorisation d'utiliser le sol. Le pouvoir des directions départementales de l'équipement est peu à peu transféré à la compétence des communes (certaines communes instruisent elles-mêmes les permis de construction).

Le Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement (C.A.U.E.) est un organisme indépendant qui conseille les collectivités locales en matière d'aménagement du territoire.

Les P.A.C.T. sont des Centres chargés de la Protection, de l'Amélioration et de la Transformation de l'habitat.

## 2.De l'aménagement du territoire à l'aménagement spécifique de la montagne

### 2.1.Introduction

On parla longtemps d'urbanisme car la population se concentrait dans les villes. Après la guerre, le but était de reconstruire les villes. On s'attacha donc à l'urbanisme, notion apparue dès la fin du XIXème siècle. La notion d'aménagement du territoire apparut après la Seconde guerre mondiale.

Les réflexions concernant la montagne restèrent très longtemps marginales. C'est grâce à différents groupes sociaux qui occupaient la montagne qu'on se pencha sur l'aménagement de ce territoire, sur son organisation, son développement. La définition de l'aménagement spécifique en montagne montre qu'on ne peut parler d'aménagement que s'il y a un intérêt appuyé par des groupes sociaux.

Les interventions sur l'aménagement spécifique en montagne s'inscrivent dans un cheminement de pensée propre à des groupes sociaux plus ou moins importants qui ont ou qui veulent structurer et s'approprier cet espace en fonction de leurs intérêts.

L'espace montagnard est déjà territorialisé par plusieurs groupes sociaux qui en ont un usage et une certaine perception. L'ensemble des groupes sociaux rassemble

- les agriculteurs,
- le groupe social réunissant les résidences secondaires,
- les chasseurs,
- les touristes,
- les professionnels de la montagne (les commerçants, les accompagnateurs, etc.).

Les réflexions à propos de l'aménagement en montagne restèrent longtemps marginales. Une définition de la zone de montagne apparut dans les années 1960. Le décret du 23 juin 1961 définit la zone de montagne comme "le territoire des communes qui sont situées dans une proportion d'au moins 80 pour cent de leur superficie à une altitude supérieure à 600 mètres au-dessus du niveau de la mer ou dans lesquelles le dénivellement entre les limites altimétriques inférieures et supérieures du territoire cultivé n'est pas inférieur à 400 mètres". Les agriculteurs demandèrent de reconnaître la montagne comme un lieu difficile et spécifique. Ils se battirent pour qu'une politique d'aménagement différente soit créée pour la montagne. On percevait la montagne comme un lieu handicapant. La perception de la montagne comme un lieu touristique, d'accueil, de protection apparut très lentement, à partir des années 1960. Ce furent les citoyens qui permirent de considérer la montagne comme un lieu spécifique.

L'application du décret de 1961 amena au classement en zone de montagne de 4263 communes dans 40 départements, dont 2 seulement, les Hautes-Alpes et la Lozère, furent pris dans leur totalité. 24 ans plus tard, le 9 janvier 1985, la loi montagne confirma la spécificité de la zone de montagne. Fut alors mise en place une politique publique pour la montagne.

Selon l'article premier de la loi montagne, "La montagne constitue une entité géographique, économique et sociale, dont le relief, le climat, le patrimoine naturel et culturel nécessitent la définition et la mise en œuvre d'une politique spécifique de développement, d'aménagement et de protection. L'identité et la spécificité de la montagne sont reconnues par la nation et prises en compte par l'Etat, les établissements publics, les collectivités territoriales et leurs groupements dans les actions qu'ils conduisent. La politique de la montagne a pour finalité de permettre aux populations locales et à leurs élus d'acquérir les moyens de la maîtrise de leur développement en vue d'établir, dans le respect de l'identité montagnarde, la parité des revenus et des conditions de vie entre la montagne et les autres régions. Elle se fonde sur la mise en valeur optimale des potentialités locales." Ainsi, le développement de la montagne doit se faire à l'aide des habitants de ce milieu.

## 2.2.L'évolution des perceptions et des politiques sur la montagne

Tour à tour, le corps des forestiers, les agriculteurs, les écologistes et les technocrates tentèrent d'imposer leur représentation de cet espace en proposant leur mode d'usage. Ainsi, la montagne subit l'évolution des pratiques.

Au départ, la montagne était crainte, hostile. On percevait ce lieu comme un handicap. La population ne désirait pas s'y installer. Elle n'attirait pas la population urbaine. Mais elle était aussi perçue comme un lieu de refuge car les bandits de grands chemins pouvaient s'y cacher.

Du XVIIIème siècle au début du XIXème siècle, pendant le Romantisme, la montagne était perçue comme un milieu ludique. De nombreux peintres et écrivains allaient à la montagne pour la décrire.

Au XIXème siècle, la montagne s'inséra dans l'économie nationale. Elle s'ouvrit aux grands axes de circulation. La houille blanche (production d'électricité grâce aux barrages) fut découverte : la montagne devint une ressource économique. L'électricité produite était destinée aux habitants des vallées. La montagne devint touristique pour une élite, en particulier pour l'aristocratie anglaise. La principale activité était le thermalisme. De nombreuses villes thermales se développèrent sous l'impulsion des aristocrates anglais. Il s'agissait au départ d'un tourisme estival et non d'hiver. Chamonix fut une des premières stations qui permirent la découverte du ski. Ce fut le Club Alpin Français (C.A.F.) qui commença à mettre en pratique et à faire connaître le ski. En 1914, le touring club comptait déjà 70 clubs de ski alpin. Dès 1930, la pratique du ski se développa à partir des villages de montagne et au grès des initiatives locales. Le ski ne s'étendit qu'après la Première Guerre Mondiale (chez une minorité, villageois et aristocrates). Il se développa au plan national avec l'apparition des grandes stations, à partir des années 1960.

## **3.L'aménagement touristique**

### 3.1.L'aménagement en montagne : enjeu politique, enjeu touristique

La montagne était marginalisée après la Première Guerre Mondiale dans la nouvelle donne économique : l'Etat s'occupait de la reconstruction. Du fait de ses handicaps naturels (morcellement des territoires, fortes pentes), l'agriculture de montagne ne se prêta pas à la mécanisation et à l'intensification des cultures. Le retard économique de la montagne par rapport aux vallées s'accrut peu à peu. La montagne était uniquement perçue comme une réserve d'énergie. Pour sortir de ce marasme (la population montagnarde vivait mal) fut développé le tourisme. Les géographes grenoblois furent ceux qui mirent en avant le tourisme. Ils pensaient que ce dernier pouvait sauver la montagne. Le développement du tourisme était la seule issue pour maintenir la population (empêcher l'exode rural) et faire venir de la population. Les aristocrates vinrent dans les stations comme Chamonix. Les premières stations de sport d'hiver apparurent autour des villages existants. On se servit de l'urbanisme existant

pour implanter les stations.

Ce fut grâce à l'investissement d'aristocrates sur certains villages qu'on vit apparaître certaines stations. Rotchild permit la création de remontées mécaniques par des investissements privés. Les premiers équipements furent payés par des investissements privés. Ces équipements se greffèrent autour des villages et des stations thermales.

### 3.2. Les caractéristiques des stations de montagne

Sont actuellement distinguées quatre générations de stations.

- La première génération rassemble les stations greffées aux villages.
- La deuxième génération rassemble les stations impulsées par les collectivités, et plus particulièrement par le conseil général.
- La troisième génération rassemble les stations créées ex-nihilo (créées sur des terrains sans équipement, par des investisseurs privés).
- La quatrième génération rassemble des stations mieux intégrées : elle est une réponse au mauvais aménagement de la troisième génération.

#### 3.2.1. Les stations de la première génération

Leur altitude est modeste. L'ambition de la création de ces stations est d'accueillir des personnes l'hiver mais surtout l'été. Le ski n'est pas privilégié.

Leur situation est stratégique : elles bénéficient des voies de communication. Ainsi, elles sont reliées à l'extérieur, peuplées et actives.

La population locale peut bénéficier des aménagements touristiques puisqu'elle peut travailler grâce aux équipements mis en place.

Etant à une altitude modeste, les problèmes d'enneigement sont importants. Ces stations s'équipent donc de canons à neige.

La fluidité des remontées mécaniques, dont certaines sont obsolètes, n'est pas optimale.

La capacité d'hébergement est importante. Il y a beaucoup de résidences secondaires.

Généralement, l'urbanisation est au fond de la vallée et la station à plus haute altitude. Il y a dissociation entre le domaine skiable et le centre ville.

La clientèle est plutôt familiale car on trouve des pistes de faible pente pour les enfants. Les skieurs avertis ne sont généralement pas intéressés par ces stations.

Ces stations accueillent autant de population en hiver qu'en été. Elles diversifient donc leur activité.

Voici des exemples : Megève, Chamonix, Morzine, Font-Romeu, Saint-Gervais.

#### 3.2.2. Les stations de la deuxième génération

Leur apparition date des années 1950. Leur objectif est triple :

- faire du ski l'un des moteurs du développement économique,
- mettre le ski à la portée du plus grand nombre,
- s'instituer en tant que maître d'ouvrage (ce sont les collectivités territoriales - le conseil général par exemple - qui décident de créer ces stations).

En 1966, le conseil général de Savoie décida de créer une station à Courchevel. L'ingénieur en chef Michaud prit en main la création de la station. Le secteur public créa la station sans investissements privés. Le département dut acheter des terrains. Il fallut exproprier les propriétaires privés de ces terrains. Beaucoup de terrains furent acquis à l'amiable, certains propriétaires voyant dans la création de cette station la possibilité de faire des bénéfices économiques. Il fallut équiper à la fois en remontées mécaniques et en logements. Le conseil général, étant maître d'ouvrage, gère la station.

La plupart de ces stations n'est plus gérée par les collectivités territoriales mais par des entreprises privées. Les capitaux extérieurs privés sont plus importants et permettent de renouveler l'équipement de la station, de l'aménager à plus grande ampleur.

Ces stations furent créées après la Seconde Guerre Mondiale. La population française sortait d'un épisode douloureux. Les élus voulaient prendre en main leur sort en créant des stations. Ils voulaient être maîtres de l'avenir de leur commune. Il y eut un progrès du tourisme social. Les villes organisaient beaucoup de voyages collectifs. Les stations drainaient une clientèle assez modeste, pas seulement une élite financière. Les classes de neige, les colonies de vacances furent créées dans ces stations.

L'urbanisation est étalée, linéaire. Ce type d'urbanisation oblige le déplacement en voiture au sein de la station.

Il y a plus de neige et donc moins besoin de se tourner vers des activités estivales. On recherche un site élevé pour faire du ski l'activité principale et d'ouvrir la station sur une période plus longue.

A partir de la deuxième génération, après la fin de la Seconde Guerre Mondiale, le nombre de stations françaises augmenta considérablement. En 1946, on comptait 30 stations sur le domaine skiable français ; en 1960, 50 stations ; dans les années 1966-1967, 100 stations ; en 1981, 448 stations. En 1966, plus de la moitié des hébergements et des stations se situaient dans les Alpes du Nord.

Voici des exemples : Courchevel, l'Alpe d'Huez, les Deux Alpes, Auron, Val d'Isère.

### 3.2.3. Les stations de la troisième génération

Elles apparurent entre les années 1960 et 1970. Créées ex-nihilo, sur des sites vierges, ces stations recherchent des altitudes élevées, permettant plusieurs mois de neige.

L'hébergement se situe au pied des pistes. Il est loin des premiers villages.

Au moins 2000 lits (hôtels, résidences secondaires et permanentes) sont créés dès le départ. Il y en a souvent plus de 5000.

Ces stations sont créées à partir de la maîtrise du foncier par un seul organisme, souvent privé, avec un plan de masse unique fixant les règles de l'urbanisation. L'organisme décide de tout.

Les années 1960-1970 sont appelées la période de l'or blanc. Il s'agissait d'une période euphorique, où les gens avaient plus d'argent et plus de temps consacrés à leurs loisirs. Ce fut une nouvelle ère de la montagne, l'ère économique des stations nouvelles. Les stations sont complètement intégrées, très fonctionnelles, spécialisées dans le ski. On emprunte de moins en moins la voiture grâce à elles.

Le rôle des collectivités est variable. On essaie de les mettre de côté mais elles ont tout de même leur mot à dire car la station est installée sur la commune.

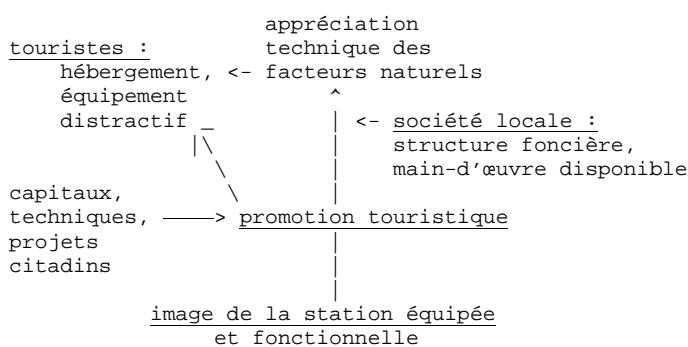
Ces stations fixent peu une population permanente. Les retombées pour les communes environnantes sont donc peu importantes.

Ces stations sont assimilables à des villes nouvelles, fonctionnant sur une période courte - la saison hivernale - et n'ayant pas besoin de l'extérieur. Ce sont de véritables entreprises commerciales, performantes. Leur domaine skiable tombe sur la grenouillère - le bas des piste, le front de neige. La grenouillère est une zone centrale limitant la zone des appartements. Y est organisée la plupart des activités.

L'opération est réalisée par des capitaux extérieurs, souvent pour une clientèle extérieure. L'intérêt de la population locale n'a pas été pris en compte dans les documents préparatoires.

En résumé, le rôle de la collectivité est variable, souvent subordonné. Elles sont assimilées à des villes nouvelles. Elles sont intégrées structurellement. Elles se veulent fonctionnelles.

Voici la typologie d'une station de troisième génération :



L'image des stations de la troisième génération, de gros ensembles urbains ressemblant aux villes, était dans les années 1960-1970 une demande des citadins. Elles connurent un grand succès jusqu'aux années 1970-1975. Aujourd'hui, les citadins ne souhaitent plus retrouver la même structure urbaine en montagne. Ces stations sont donc un échec au niveau de l'urbanisation : elles ne répondent plus à la demande, bien qu'elles soient très fréquentées à cause des activités sportives. Beaucoup de petites stations essayèrent, dans les années 1970, d'imiter les stations de la troisième génération. Elles créèrent plus d'installations en pensant attirer plus de monde. Ce fut en échec. Toutes les collectivités de montagne essayèrent de tirer parti de l'or blanc et la plupart s'endettèrent, parfois très lourdement, dans des programmes d'équipement très ambitieux.

En 1964, l'Etat créa la Commission Interministérielle pour l'Aménagement en Montagne (C.I.A.M.). Cette commission devint, en

1970, le Service d'Etude d'Aménagement Touristique en Montagne (S.E.A.T.M.), service d'Etat qui avait pour rôle de distribuer les crédits aux stations de sport d'hiver. Le seul objectif de l'aménagement était, à l'époque, de tirer des bénéfices économiques. Aujourd'hui, le S.E.A.T.M. a pour rôle de guider et de conseiller les stations lorsqu'elles veulent mettre en place des programmes d'aménagement. Il permet également de faire des diagnostics des stations pour résoudre les problèmes.

Le plan neige (l'idée de mettre en place tous les moyens pour développer les stations de troisième génération et l'or blanc) ne fit pas l'objet de déclarations officielles. Trois hommes en furent à l'origine : Maurice Michaud (directeur du C.I.A.M.), Maurice Fontanet (président du conseil général de Savoie) et Albin Chalandon (ministre de l'équipement et du tourisme). Ils livrèrent une véritable bataille de la neige, en ayant comme argument que la France disposait des plus beaux sites de montagne et qu'elle avait la capacité de mettre en place ces ensembles pour attirer la clientèle française et étrangère. Les stations de la troisième génération furent définies dans les années 1970 comme des locomotives de l'aménagement en montagne. On ne concevait l'aménagement en montagne qu'à travers les stations de la troisième génération. On parlait essentiellement du mono-produit ski. Cette définition de l'aménagement en montagne a changé aujourd'hui. En réponse au développement des stations de la troisième génération, le discours environnement se développa et apparurent les stations de la quatrième génération.

Voici des exemples : la Plagne, Méribel, Val Thorens.

#### 3.2.4. Les stations de la quatrième génération

La quatrième génération n'est pas vraiment officielle.

Les stations de cette génération tirent les conséquences des difficultés engendrées par le plan neige en revenant au modèle des stations villages fondées sur quelques principes.

- La commune est le principal maître d'ouvrage et, plus encore, le maître d'œuvre de l'opération. Elle définit ses objectifs selon ses moyens, programme son développement dans le temps et l'espace (plans locaux d'urbanisme). Elle surveille l'urbanisation, gère les remontées mécaniques et les équipements pour le tourisme estival (piscines, terrains de tennis).
- Les structures financières associent commune et particuliers pour la maîtrise d'ensemble.
- Pour les équipements plus lourds, on mise sur la rentabilité à long terme en négociant les emprunts.

La population locale participe à l'aménagement, à la gestion, aux emplois.

Le tourisme s'insère parmi d'autres activités. Il est un moyen pour la communauté de vivre mieux, de se développer, non une fin en soi. Il s'associe à l'agriculture et à l'artisanat, qui lui sont nécessaires comme environnement : il s'intègre dans le paysage et l'architecture locale.

On ne cherche plus à faire du ski le seul moteur de l'activité de la station.

Une nouvelle conception de l'aménagement apparaît, prenant en compte deux paramètres :

- le développement économique,
- la protection de l'environnement.

Les aménageurs ne sont plus assimilés à des urbanistes mais à des personnes pouvant protéger l'environnement et permettre l'intégration d'activités économiques dans l'environnement.

On ne propose plus à la clientèle de petits appartements mais des résidences secondaires plus spacieuses. On ne construit plus d'immeubles mais de petits chalets.

Créées après les années 1970, les stations de la quatrième génération servent de modèles aux stations de la première génération.

Voici des exemples : Valmorel, Bonneval sur Arc, Vars, Luz Saint Sauveur.

### 3.3. Stations de montagne et produits

#### 3.3.1. Introduction

La demande s'exerce sur deux saisons.

- Pour la saison d'été, l'image de la montagne estivale s'est transformée. On est passé de la montagne hostile à une nature riante et préservée. La montagne est le domaine de ceux qui gagnent ou vivent mieux.
- Pour la saison d'hiver, l'or blanc a été surévalué. Les aspirations de la clientèle tiennent en trois formules : le ski en liberté, le ski parmi les humains, la montagne l'hiver à côté de ses skis.

Les thèmes publicitaires utilisent la montagne pour mettre un produit en avant. Aux évocations d'une montagne hostile ont succédé celles d'une nature préservée, un lieu de vitalité. C'est dans le cadre de cette nouvelle image et de cet environnement psychologique nouveau que s'est développée la demande sportive.

#### 3.3.2. La clientèle estivale

Elle recherche des activités variées.

La demande sportive n'est pas récente. L'alpinisme fut la première forme de tourisme en montagne. Mais la clientèle était restreinte.

Pour allonger les saisons, certaines stations développèrent le ski d'été sur glacier (Tignes, la Plagne, Val Thorens, Chamonix) puis les stages de golf, de tennis, de natation. L'équitation fut développée car elle mettait en avant les bienfaits de l'altitude.

Aujourd'hui explosent les activités mettant en valeur les immenses possibilités du milieu (le parapente, le canyoning, le trekking, le rafting, l'hydrospeed, l'escalade, le V.T.T.). Ces activités sont fondées sur des techniques empruntées à des disciplines non montagnardes. Ces nouvelles pratiques sportives suivent l'évolution des tendances de la culture sportive. Les sports individuels se développent. Les modèles de pratique sportive se diversifient. Les stations développèrent donc un panel d'activités, notamment après les années 1970, pour attirer la clientèle estivale (piscines, golf, stages d'activités). Il existe aussi des activités douces, où l'on peut pratiquer la contemplation.

Dans une enquête, sur une liste de 63 mots proposés à la clientèle estivale,

- 7 mots étaient en relation avec la nature et l'espace,
- 4 avec l'émotion et l'aventure (rafting, escalade),
- 7 avec le dépassement de soi-même et la maîtrise de soi-même.

La plupart des lieux recherchés sont qualifiés de naturels. Ces lieux doivent rester naturels mais permettre également la pratique d'une activité sportive. Actuellement, la plupart des stations mesurent l'intérêt de cette nouvelle demande. Beaucoup d'entre elles ont adapté leur équipement. La prise en compte de cette demande permet un rééquilibrage entre la saison d'hiver et la saison d'été. Les stations ne misent donc plus uniquement sur la saison d'hiver mais aussi sur la saison d'été.

Le sport, pour 95 pour cent de la clientèle estivale, est une composante du séjour. 5 pour cent seulement sont de véritables sportifs. Pour répondre à cette demande estivale, le tourisme climatique a changé. Les stations thermales ont modifié leur structure d'accueil.

### 3.3.3. La clientèle hivernale

#### 3.3.3.1. Le ski en liberté

Il attire une clientèle refusant les contraintes engendrées par le système actuel.

- La contrainte de temps entraîne une fréquentation sans réservation.
- La contrainte d'espace entraîne le développement du ski hors-piste.

Cette clientèle recherche de nouvelles sensations. Ainsi sont développés les nouveaux sports de glisse.

Les stations se demandent si elles doivent aménager les espaces hors-pistes.

#### 3.3.3.2. Le ski parmi les humains

Pour cette clientèle, le cadre est primordial : on recherche les villages, les habitations ayant un caractère traditionnel.

Le ski cesse d'être l'unique activité. Le ski alpin est remplacé par le ski nordique. Ces pratiques permettent de mettre en valeur des montagnes dites moyennes (Vosges, Jura, Massif Central).

Les stations de moyenne altitude mettent en place des zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager pour mettre en valeur leur site et attirer cette clientèle.

#### 3.3.3.3. La montagne l'hiver à côté de ses skis

La montagne a été assimilée aux sports d'hiver, à la pratique du ski.

Or, dans les stations du plan neige, on recense 70 pour cent de pratiquants réels des pistes et 30 pour cent de contemplatifs.

Pour répondre à cette clientèle, on crée des équipements distrayants (promenades en raquettes, en chiens de traîneaux), on anime.

### 3.4. Les difficultés rencontrées par les stations

Pendant la fièvre de l'or blanc (1960-1970), une grande partie des équipements fut réalisée par des équipes inexpérimentées, jeunes, soutenues par des banquiers séduits par la croissance du marché. Ce fut une époque bénie pour les promoteurs, qui pouvaient faire n'importe quoi. Les banquiers cautionnaient en pensant que cela pouvait rapporter. Par exemple, les premiers immeubles créés à Avoriaz furent conçus avec des ouvertures au rez-de-chaussée, ne prenant pas en compte la neige.

En 1969 et en 1970, des avalanches meurtrières montrèrent que l'on avait construit dans des zones à risques.

### 3.4.1. Les constats

La crise est inégale selon les régions.

La crise est inégale selon les stations. Les stations de basse altitude rencontrent de gros problèmes à cause du faible enneigement. Les grosses stations s'en sortent mieux grâce à leurs équipements attractifs.

La crise de la fréquentation est inégale selon les saisons et les pratiques. Les stations de la première génération sont peu ébranlées par la crise de la fréquentation. Les stations de montagne sont plus fréquentées depuis 1991 en saison estivale.

La crise immobilière est due au problème de commercialisation des lits.

### 3.4.2. Les causes avancées

Il existe la concurrence du soleil sous d'autres cieux, souvent moins chers.

Les conditions climatiques jouèrent un rôle évident dans les hivers sans neige (1988, 1989, 1990).

Il existe des problèmes financiers.

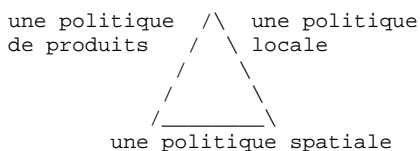
- Les grandes stations investirent sans fonds propres en comptant sur l'immobilier pour assurer les rentrées financières. Beaucoup de stations s'appuyèrent sur les collectivités locales.
- Les moyennes et petites stations ayant financé par l'emprunt les investissements réalisés sont au bord du gouffre.

Il existe différents types de difficultés :

- les difficultés financières,
- les difficultés d'image marketing,
- les difficultés humaines,
- les difficultés spatiales.

### 3.4.3. Les conditions nécessaires pour que les stations affirment leur identité

Les efforts sont à porter sur trois points.



Les solutions pour sortir des difficultés sont les suivantes :

- examiner les potentialités de la station en tenant compte de la concurrence,
- connaître qualitativement et quantitativement la clientèle présente et potentielle,
- réfléchir avec la population locale aux choix que l'on peut proposer à la clientèle (il semble toujours important de conforter l'existant - faire avec ce que l'on a - tout en l'améliorant et en l'organisant),
- gérer le domaine (la gestion est un problème humain, elle dépend des équipes de travail que l'on a voulu mettre en place).

## **4. Une approche différente de l'aménagement en montagne, le discours environnement**

Dans les années 1960-1970, époque où l'on équipa le plus la montagne, deux discours opposés existaient. En réponse au discours de développement de la montagne par une urbanisation des sites vierges, un autre discours cherchait à protéger l'environnement. Le discours environnement signifiait la reconnaissance des qualités esthétiques et écologiques de certains secteurs mais, en même temps, de leur fragilité et des risques qu'ils encourent. Un certain nombre d'intellectuels se positionnèrent en affirmant qu'on ne pouvait plus aménager les sites comme on l'avait fait jusqu'à présent (exemple des stations de troisième génération). On devait prendre en compte la gestion de l'environnement.

### 4.1. Sauvegarde ou mise en valeur ?

Dans la sauvegarde, on met à l'écart, on ne fait aucun aménagement, on ne prévoit aucun développement économique.

Dans la mise en valeur, on prend en compte l'environnement en le protégeant et en le développant, on organise le territoire.

Selon le discours environnement, en marge et au-dessus de l'espace habité, il y a des niches écologiques qui risquent de se dégrader si les touristes ou les visiteurs se font trop nombreux. La mise en valeur du territoire permet d'attirer plus de clients.

#### 4.2.La politique des parcs nationaux

C'est un des outils qui permettent de mettre en valeur le territoire.

La loi du 22/07/60 fixe la politique des parcs nationaux.

Le parc national est un instrument de protection servant à la mise en valeur du territoire (le parc national de la Vanoise fut créé par décret en 1963 et inauguré en 1965). Le parc est le fruit d'une loi. Les objectifs poursuivis pour le classement d'un parc sont

- la protection de la faune et de la flore,
- la préservation du sol et du sous-sol.

Dans un parc, on trouve trois zones réglementées ou interdites :

- la réserve intégrale (elle préserve une espèce ou un milieu en danger),
- le parc (établissement public visant la protection de la nature, ayant une mission éducative et une fonction touristique - les agents du parc surveillent que la réglementation du parc soit respectée),
- la zone périphérique (elle fait l'objet d'un programme d'équipement et d'accueil - on crée de l'habitat et des hébergements touristiques).

Entre la zone périphérique et le parc, on peut créer des remontées mécaniques par exemple. La vocation de sauvegarde pure du parc est donc très limitée.

Les parcs nationaux français sont particuliers par rapport aux parcs nationaux étrangers. Aux Etats-Unis, l'étendue des parcs et le caractère récent du peuplement permettent de préserver et d'offrir à l'administration et aux touristes d'immenses espaces riches (Yellowstone présente 900 000 hectares). En France, l'espace est exigu, les territoires sont limités. Les parcs nationaux français sont souvent des territoires fortement aménagés.

#### 4.3.Les parcs naturels régionaux

Ils sont nés il y a 30 ans d'un constat : en France, de vastes zones rurales sont directement et gravement menacées par la désertification, par la pression urbaine et par la fréquentation touristique incontrôlée, qui risquent de détruire en quelques années ce que la nature et les hommes ont façonné au cours des siècles. Pour inverser ce processus, les collectivités publiques s'engagent, au travers d'un parc naturel régional, dans une politique contractuelle de sauvegarde et de développement de ces territoires.

Comment procède-t-on ? On choisit un territoire. On fait un diagnostic, à partir duquel on établit des objectifs précis à atteindre. Le parc naturel régional a pour objectif de mettre en place un label de qualité. C'est ce label qui doit permettre d'attirer une population touristique plus importante de façon contrôlée, en la guidant.

Le classement d'un territoire en parc naturel régional se fait par décret du Ministère de l'environnement. Il suppose la mise en œuvre par les élus locaux et les responsables professionnels d'une politique de gestion intégrant les préoccupations d'environnement, d'économie, de tourisme et d'aménagement du territoire. Il faut que les territoires choisis aient une identité forte, un patrimoine naturel et culturel riche et un équilibre menacé.

Les missions du parc naturel régional sont

- de protéger le patrimoine,
- de contribuer à l'aménagement du territoire (conseiller les collectivités locales en matière d'aménagement du territoire en leur obtenant des subventions - Le parc naturel régional permet de faire le lien entre les collectivités locales et les administrations.),
- de contribuer au développement économique et social (en obtenant des aides),
- de contribuer au développement culturel et à l'amélioration de la qualité de vie des habitants (par l'aménagement du territoire, par le développement économique et social),
- d'assurer l'accueil, l'éducation et l'information au public,
- de réaliser des actions expérimentales et de contribuer à des programmes de recherche.

Pour que ces missions soient réalisées, une équipe pluridisciplinaire (biologistes, sociologues) est mise en place.



## **5.La relation entre le sport et l'environnement, les conséquences sur l'aménagement en montagne**

### 5.1.L'impact des activités sportives sur l'environnement

Définissons la notion d'environnement. De nos jours, la référence à l'environnement est fréquente et multiforme. Les idées véhiculées par la notion d'environnement renvoient à d'autres termes.

La notion d'environnement peut signifier

- le milieu dans lequel on se trouve,
- l'entourage, le voisinage.

Ces termes impliquent à la fois une certaine idée de proximité et une référence à quelqu'un. L'environnement est ici déterminé par rapport à un sujet.

La notion d'environnement peut signifier l'espace, l'étendue. On pense ici aux espaces naturels. L'environnement signifie ici le territoire.

La notion d'environnement peut signifier l'aspect temporel, faisant référence à l'Histoire (un environnement de crise, un environnement de guerre).

La notion d'environnement peut signifier le cadre de vie, le décor, le paysage.

La notion d'environnement peut signifier les aspects proprement humains, les conditions sociales, économiques, culturelles, politiques liées à l'action des hommes et aux ressources qu'ils produisent.

Sur le plan scientifique, la notion d'environnement peut signifier l'écologie, la branche de la biologie qui étudie les interactions entre les êtres vivants et leur environnement.

Sur le plan scientifique, la notion d'environnement peut signifier la géographie, l'étude de la Terre en tant qu'environnement de l'Homme.

La relation d'un sport à l'environnement se traduit essentiellement par la forme donnée à un espace qui est le lieu où l'activité se pratique. Cette forme se présente sous de multiples aspects : un terrain, une piste de ski, un stade, une salle, une piscine. La forme donnée à l'espace peut être éphémère (un sentier de randonnée) ou durable (piscine, stade couvert) dans le temps. Les constructions portent toujours l'empreinte d'une société ou d'une culture. La définition et l'appréhension de l'impact sportif sur l'environnement dépend de la culture et de la société dans laquelle on évolue. Un type d'espace sportif reflète l'identité des hommes qui y évoluent. Les équipements sportifs qui envahissent des espaces se dévoilent dans leur architecture et leur aménagement. Pendant très longtemps, l'Homme a lutté contre les forces de la nature (l'environnement naturel). Il a cherché à canaliser, à défricher, à urbaniser, à assécher, à irriguer certains territoires. Il a modifié l'équilibre de certains espaces naturels. Depuis une cinquantaine d'années, un phénomène nouveau intervient. L'Homme s'est rendu compte que les conditions de sa survie sont liées à la gestion intelligente de son environnement.

Les rapports existant entre pratiques sportives et environnement préoccupent aussi bien les sportifs que les écologistes car, dans certains cas, les pratiques sportives créent des problèmes pouvant faire surgir des conflits entre les sportifs et les écologistes.

- Certains sportifs ont un aspect envahissant sur le milieu naturel (4x4, ski, sports d'eau vive).
  - Le 4x4 a un impact de pollution.
  - Les sports d'eau vive entraînent le ravinement car les berges des rivières sont piétinées.
  - On retrouve des déchets.
- Certains sportifs sont pollueurs mais d'autres sensibilisent leur entourage au milieu naturel grâce à leur pratique.

Depuis le milieu des années 1975, d'autres modalités de pratique sportive se sont développées. Leurs caractéristiques sont

- une forte tendance à utiliser le milieu naturel plutôt que des installations construites (stades, piscines, gymnases),
- une tendance à la création d'espaces sportifs en complément des équipements sportifs traditionnels.

Pour conclure, tout aménagement a un impact qui est à relativiser.

### 5.2.L'impact des Jeux olympiques sur l'environnement

Il existe deux théories.

- Les J.O. sont un apport à la montagne.
- Les J.O. aggravent les problèmes financiers des collectivités locales.

Selon la première théorie, la réussite sportive et médiatique est évidente. Les collectivités locales qui ont accueilli les J.O. gagnent en réputation. Les stations des Alpes ont un savoir-faire, des compétiteurs et une image de qualité. Les J.O. assurent l'équipement des collectivités peu équipées. Ils entraînent la modification des routes. Ils permettent d'améliorer les infrastructures routière, immobilière et sportive.

Une ambiguïté surgit en aménagement.

- Si on aménage trop, il y a impact sur l'environnement et c'est donc un mauvais aménagement.
- Mais si on n'aménage pas, certains villages se meurent.

Il ne faut pas perdre de vue le développement, mais il faut protéger l'environnement.

Selon la seconde théorie, les J.O. comblent le retard de certaines régions mais les investissements extravagants ont aggravé les finances des communes.

- Pour les stations de sport d'hiver, plus de la moitié des travaux a été confiée à des entreprises régionales. Ceci implique des retombées fiscales dans les grandes villes.
- Les communes de montagne n'ont pas bénéficié de nouveau emplois.
- Certains équipements n'avaient qu'une vie provisoire. D'autres ont été modifiés par la suite. D'autres sont restés en place sans que la collectivité ne puisse s'en sortir.

autres cours disponibles sur : <https://bernard-lefort.pagesperso-orange.fr/>