

Position de la CIPRA

Solstice dans le tourisme hivernal

Le tourisme a apporté la prospérité aux Alpes. Il reste une importante source de revenus pour de nombreux territoires, mais représente aussi des risques. Le tourisme n'a pas la même place ni la même orientation dans tous les pays alpins, mais la hausse des températures et le changement du comportement des touristes imposent partout de nouvelles approches et de nouvelles stratégies. Une transformation socio-économique est nécessaire. Elle devra tenir compte des expériences du passé, de la situation actuelle et des futures potentialités du tourisme.

La Commission Internationale pour la Protection des Alpes (CIPRA) conçoit le présent document de position comme une contribution positive pour susciter le changement dans les destinations touristiques. Il n'existe pas de recettes générales pour un tourisme hivernal soutenable et viable. Les propositions exprimées ici sont donc destinées à alimenter la réflexion. La CIPRA est convaincue qu'un tourisme intelligemment conçu et mis en œuvre peut conjuguer différents espaces de vie dans les Alpes et les exigences multiples des populations locales et des hôtes, et contribuer ainsi à la qualité de vie. Car l'enjeu final est là : une vie de qualité dans les Alpes, en été comme en hiver.

Situation de départ et tendances

Le nombre de nuitées recule depuis des années dans les Alpes, y compris dans les grandes destinations de sports d'hiver¹. Le nombre des journées-skieurs diminue lui aussi depuis cinq ans dans tous les pays alpins², tout comme la longueur des séjours. Entre un tiers et un quart des stations sont déficitaires³. Les attentes des touristes se sont diversifiées : ils ne sont plus forcément focalisés sur le ski, mais veulent aussi faire des raquettes, aller à des concerts, se détendre dans des espaces de bien-être ou à des stages de méditation, savourer des spécialités régionales et découvrir les coutumes locales. Les jeunes, en particulier, ne pratiquent plus les sports d'hiver qu'occasionnellement⁴ (au mieux).

Dans le cadre de la concurrence globale, la spirale d'investissements s'accélère. Les prestataires de tourisme alpins misent souvent sur une seule carte : plus grand, plus

¹ International Report on Snow & Mountain Tourism 2016. Overview of the key industry figures for ski resorts www.vanat.ch/RM-world-report-2016-vanat.pdf.

² Martin Falk 2017: Gains from Horizontal Collaboration among Ski Areas, Tourism Management. Exemple de la Suisse : en 1994, les remontées mécaniques ont enregistré 34 millions de journées-skieurs contre 23,9 millions en 2014, soit 25 % en moins. Source : Remontées Mécaniques Suisses, rapport d'activité 2014.

³ Martin Falk, A Survival Analysis of Ski Lift Companies, 2011.

⁴ Macchiavelli et Pozzi 2014.



vite. Ils ratissent des marchés éloignés et attirent avec des mises en scène spectaculaires des clients venus de loin, souvent pour un seul séjour. Les budgets marketing, infrastructures et entretien grimpent.

Cette tendance se renforce avec le changement climatique. En dessous de 1000 m d'altitude, le nombre de jours de pluie dépasse déjà le nombre de jours de neige⁵. La saison de ski est de plus en plus courte⁶. La neige artificielle n'offre qu'un soulagement partiel. Avec les moyens d'enneigement conventionnels et autorisés, il faut trois à cinq jours consécutifs avec des températures négatives pour pouvoir fabriquer de la neige artificielle. Cela se produit de moins en moins souvent⁷. Selon les pronostics, à l'avenir, seuls les domaines situés à plus de 1800 mètres d'altitude pourront encore miser sur le ski en 2050⁸. Que feront les autres ?

Certaines mesures destinées à faire face à ces défis contribuent à leur tour à renforcer le changement climatique, par exemple lorsqu'on attire des touristes de pays lointains qui voyagent en avion. Elles ont parfois de lourds impacts sur l'environnement et sur le bien-être des populations⁹. L'utilisation de canons à neige, par exemple, entraîne une augmentation exponentielle de la consommation d'eau et d'énergie. Des études réalisées en France ont montré que dans certaines stations de ski, la qualité de l'eau potable est dégradée par le prélèvement d'eaux contaminées des retenues collinaires, par les apports d'eau prélevés dans d'autres réserves et par les additifs utilisés pour les grands événements sportifs. Les impacts sur les paysages et les systèmes hydrologiques peuvent provoquer une érosion des sols et des glissements de terrain qui menacent la sécurité des personnes¹⁰. Le bruit et les émissions de particules fines engendrés par le trafic touristique affectent la qualité de vie non seulement dans les destinations de sports d'hiver, mais aussi le long des itinéraires d'accès aux stations.

Les images alléchantes de montagnes enneigées et de paysages intacts que les prestataires touristiques font miroiter à leurs clients correspondent de moins en moins à la réalité. Or, pour de nombreuses destinations et opérateurs touristiques, remettre en question le ski alpin reste un sacrilège. Malgré les perspectives incertaines, ils continuent de miser sur le développement des infrastructures de ski. L'appel au financement public des activités de marketing et des infrastructures s'intensifie, le risque est reporté sur la société.

⁵ Marty et Meister 2012.

⁶ Université de Neuchâtel / WSL Institut pour l'étude de la neige et des avalanches SLF / Institut fédéral de recherches sur la forêt, la neige et le paysage WSL 2016.

⁷ Falk et de Jong 2015.

⁸ Bürki, Elsasser, Abegg 2003: Climate Change and Winter Sports: Environmental and Economic Threats.

⁹ [Hamberger, Doering : Der gekaufte Winter. Gesellschaft für Ökologische Forschung 2015. www.goef.de/media/der_gekaufte_winter_20151212.pdf](http://www.goef.de/media/der_gekaufte_winter_20151212.pdf); Iseli 2015 : Künstliche Beschneigung in der Schweiz: Ausmass und Auswirkungen. Université de Berne et Mountain Wilderness Suisse 2015. http://mountainwilderness.ch/fileadmin/user_upload/pdf/kommunikation/aktuell/2015/2015_Iseli_Kuenstliche_Beschneigung_01.pdf

¹⁰ de Jong 2011.



1. Un tourisme soutenable respecte les limites des ressources disponibles et favorise les approches innovantes !

Il existe de multiples possibilités de pratiquer un tourisme hivernal soutenable dans les Alpes, que ce soit au niveau de la mobilité, des hébergements, de la restauration ou des activités de loisirs. Repenser le tourisme hivernal signifie utiliser les ressources locales pour développer des offres holistiques et penser aussi le tourisme « quatre saisons ». De telles offres permettent de valoriser le patrimoine naturel et culturel et d'impliquer les touristes, les locaux et les propriétaires de résidences secondaires. Elles prennent en compte les comportements de mobilité et créent un lien entre le tourisme et d'autres secteurs tels que l'agriculture, l'artisanat, l'éducation, les offres de bien-être ou le patrimoine culturel. Cet échange peut devenir un moteur d'innovation sociale et économique bien au-delà de la simple performance économique, et constituer une source d'enrichissement pour l'ensemble du territoire. Pour ce faire, les destinations touristiques doivent porter un regard critique sur leurs valeurs et leurs potentiels et développer des stratégies holistiques. Cela implique la mise en place d'espaces où les habitants et les visiteurs pourront expérimenter ensemble la participation et l'innovation, et la présence d'élus qui facilitent ce processus et en pérennisent les résultats.

La CIPRA appelle les élus locaux et régionaux à ne pas perdre de vue leurs responsabilités à l'égard de la société : au lieu de chercher à obtenir des succès rapides, ils doivent s'attacher à mettre en place les conditions nécessaires pour garantir une bonne qualité de vie aux Alpains et à leurs hôtes, et pour les motiver à œuvrer eux aussi pour cette qualité de vie. Les conditions requises se basent sur trois principes fondamentaux : la protection et la valorisation de l'environnement ; la diversification et la spécialisation de l'offre ; le renforcement de la qualité à tous les niveaux, qu'il s'agisse de l'hospitalité, des paysages ou du service public.

2. Pas d'exploitation des glaciers et des paysages encore intacts !

Le paysage alpin est le capital du tourisme. Des enquêtes réalisées auprès des touristes montrent que l'expérience de la nature et de la montagne est tout en haut de leur liste de vœux, avant l'hospitalité¹¹. Pourtant, cette expérience n'est pas garantie. La remontée de la limite de la neige liée au réchauffement climatique et l'enneigement incertain ne doivent pas avoir pour conséquence l'aménagement de nouveaux domaines skiables et l'utilisation intensive par l'Homme des glaciers et de paysages jusqu'ici préservés.

La CIPRA demande l'interdiction des nouveaux aménagements touristiques sur les glaciers ou dans les paysages encore intacts dans toutes les Alpes. Cela implique une harmonisation des politiques d'aménagement et de développement au niveau alpin.

¹¹ Suisse Tourisme 2013.



Les instruments éprouvés tels que le Plan alpin bavarois doivent être respectés et consolidés, tout comme les protocoles d'application de la Convention alpine.

La concentration du tourisme de ski sur les domaines déjà aménagés sans extension des capacités peut contribuer à réduire la pression sur les zones jusqu'ici non aménagées. Pour cela, un moratoire doit être instauré sur l'extension des domaines skiables, afin de développer des perspectives pour un tourisme soutenable. La CIPRA rappelle notamment que la tendance actuelle à relier les stations n'est pas une garantie de hausse de la fréquentation touristique¹². Ces liaisons inter-stations n'ont pas seulement de graves répercussions écologiques, elles sont aussi discutables du point de vue économique.

Pour développer le tourisme, il faudra concevoir un instrument d'aménagement du territoire simple qui permette une coexistence harmonieuse entre des activités de loisirs intensives et un tourisme soutenable, en respectant les zones peu ou pas aménagées.

3. Démanteler les installations désaffectées et réduire les zones constructibles surdimensionnées !

Dans certaines régions touristiques, les plans d'urbanisme et les infrastructures datent de l'époque euphorique de la croyance en une croissance illimitée. Certaines remontées mécaniques et autres installations sportives sont aujourd'hui fermées. Elles tombent en ruine et enlaidissent le paysage. Les zones surdimensionnées affectées il y a des décennies à la construction de résidences secondaires et de complexes hôteliers constituent un obstacle à un aménagement du territoire sobre en consommation foncière. Les résidences secondaires contribuent à la surchauffe du marché de l'immobilier et rendent les logements inabordables pour la population locale. Bien qu'elles ne soient occupées que quelques semaines par an, les communes doivent fournir les infrastructures nécessaires pour leur viabilisation.

La CIPRA demande que les installations touristiques obsolètes soient reconverties, ou bien démantelées lorsqu'une reconversion n'est pas possible ou pas souhaitée, par exemple lorsque des bâtiments sont situés en dehors des zones constructibles. Des modèles innovants doivent être développés et mis en œuvre pour valoriser et utiliser les résidences secondaires. L'aménagement du territoire doit viser à assurer une consommation maîtrisée d'une ressource en sols limitée et ouvrir de nouvelles perspectives de développement. Cela implique de réduire les zones constructibles surdimensionnées, et de définir l'étendue des surfaces constructibles sur la base de scénarios réalistes.

¹² Martin Falk 2017 : Gains from horizontal collaboration among ski areas.



4. Créer et diffuser des offres de mobilité compatibles avec l'environnement !

Sans mobilité, pas de tourisme. Les modes de transport utilisés par les touristes pour rejoindre leur lieu de destination, mais aussi leurs déplacements au sein d'un lieu ont de lourds impacts pour les humains et pour l'environnement. Il est impératif de proposer des solutions pour ces deux types de mobilité. En effet, s'il n'y a pas sur place des offres sans voiture, personne ne viendra sans son véhicule individuel. Les émissions de CO₂ sont l'un des principaux impacts avec le bruit. 75 % des émissions de CO₂ liées au tourisme sont générées par le trafic. Et 84 % des voyages touristiques dans les Alpes sont effectués en voiture personnelle¹³. La situation est bien sûr contrastée dans les différents pays alpins. En Suisse, par exemple, les touristes profitent – comme les locaux – d'un réseau de transports publics très étendu. Mais de façon générale, l'offre de transports publics tend plutôt à diminuer dans les Alpes, en particulier dans les zones rurales.

La CIPRA demande la mise en place de meilleures offres de transports publics, adaptées à la fois aux besoins des touristes et des locaux. Lorsque l'extension du réseau de transports en commun n'est pas une option pour des raisons pratiques, on peut proposer des modèles de transport adaptés aux besoins tels que les bus citoyens ou les bus à la demande. La numérisation croissante offre de nouvelles possibilités jusqu'alors insoupçonnées. Des formules incluant le transport des bagages et des systèmes de réservation simples doivent être mis en place pour permettre aux touristes de rejoindre confortablement leur lieu de vacances en empruntant les transports publics. La priorisation des transports publics doit être combinée avec une information détaillée des visiteurs et des activités de marketing efficaces.

5. Les aides au tourisme doivent s'inscrire dans des stratégies territoriales holistiques !

Les aides publiques accordées au tourisme sont décisives pour le développement d'un tourisme soutenable. Chaque euro investi dans l'enneigement artificiel renforce par exemple la dépendance vis-à-vis du tourisme de ski. Dans les territoires de basse altitude, de tels investissements n'ont pas de sens en terme économique. De plus, l'argent ainsi investi fait défaut pour engager des investissements qui ouvriraient des perspectives à long terme dans d'autres domaines.

La CIPRA demande une réorientation des politiques d'aides publiques. Les aides accordées au niveau international, national et régional doivent être guidées par des stratégies basées sur les critères du tourisme soutenable. On a besoin de programmes d'aides spécifiques adaptés à la situation locale et ayant pour vocation d'encourager l'innovation et la transition touristique, voire l'abandon du tourisme hivernal intensif, en transformant par exemple en logements les hôtels en surcapacité.

¹³ Compact CIPRA « Le tourisme face au changement climatique » 2010



Cette approche demande la définition de standards de qualité cohérents sur la base des connaissances scientifiques disponibles.¹⁴

L'objectif doit être d'axer les politiques d'aides publiques sur des mesures en réseau et viables à long terme favorisant un tourisme soutenable en hiver ou à l'année, et de conserver la valeur ajoutée sur le territoire. On aura besoin dans tous les cas de stratégies territoriales holistiques prenant en compte la consommation énergétique, la mobilité touristique et d'autres secteurs concernés tels que l'agriculture ou la biodiversité. Dans le cadre de l'élaboration de ces stratégies, il faudra aussi envisager l'éventualité d'une sortie du tourisme. La CIPRA demande également aux pouvoirs publics de rendre publique l'attribution d'aides et de réexaminer régulièrement l'utilisation et l'efficacité des critères d'attribution.

6. S'inspirer des pionniers !

Certaines destinations ont déjà commencé à repenser le tourisme. Ces exemples de bonnes pratiques doivent être encouragés et diffusés. Les parcs nationaux et les parcs naturels peuvent jouer le rôle de territoires modèles pour une gestion raisonnée des ressources naturelles, lieux d'expérimentation d'une nouvelle culture de l'hospitalité et de la coopération.

La CIPRA demande aux décideurs du secteur touristique d'encourager et de diffuser les approches alternatives et innovantes. Cela implique une redistribution des budgets marketing : plutôt que de courtiser les touristes d'Asie et d'outre-mer avec des images irréalistes et des kilomètres de pistes de ski, il convient de privilégier des offres adaptées à la vie locale, qui attirent des visiteurs épris de nature et de culture et en quête d'une expérience authentique de la montagne. De nouveaux modèles touristiques basés sur le respect et la valorisation de l'environnement et de ses ressources sont expérimentés dans des territoires pilotes. Les formes d'expression locales de la culture alpine connaissent ainsi une nouvelle reconnaissance et un nouveau dynamisme. Les échanges entre les pionniers de ce tourisme innovant et les représentants d'autres secteurs renforcent la coopération supra-territoriale et interdisciplinaire et favorisent un développement continu.

Schaan, février 2017

La CIPRA, une organisation aux visages et formes multiples

La Commission Internationale pour la Protection des Alpes, la CIPRA, est une organisation faîtière non gouvernementale avec des représentations nationales et une représentation régionale dans les sept pays alpins. Elle regroupe plus de cent associations et organisations. La CIPRA œuvre pour un développement durable dans les Alpes, comprenant la préservation

¹⁴ Siegrist, Gessner, Ketterer Bonnelame 2015 : Naturnaher Tourismus. Qualitätsstandards für sanftes Reisen in den Alpen.



CIPRA
VIVRE DANS
LES ALPES

du patrimoine culturel et naturel et de la diversité régionale ainsi que la proposition de solutions transnationales répondant aux problèmes rencontrés dans l'espace alpin.

www.cipra.org