

CROISSANCE SANS CONSCIENCE N'EST QUE RUINE DE L'ÂME

Contribution aux réflexions sur le développement
durable en stations de montagne

Laurent Reynaud*

Espérons que Rabelais pardonnera ce titre en forme de clin d'œil !
« Développement durable », voilà bien une expression galvaudée par
les temps qui courent. En accolant ces deux mots, on sort de la religion
de croissance qui a marqué le XX^e siècle, pour mettre l'accent sur la
qualité de la croissance que nous voulons pour nous et nos enfants.

Par ces mots « développement durable », la croissance est mise
sous surveillance, en même temps qu'elle est consacrée comme vecteur
de progrès pour le plus grand nombre (progrès technologique, progrès
social, progrès économique).

Il paraît utile de revenir à la source de ce concept, pour éviter
l'amalgame bien souvent fait entre des notions proches : le dévelop-
pement durable, l'écologie, la décroissance, ou le changement climatique.

Le développement durable, ce n'est pas stopper la croissance.

Le développement durable, ce n'est pas non plus faire de la
montagne un gigantesque parc national.

Enfin, le développement durable intègre les changements pré-
visibles dans le climat, sans pour autant se limiter à ce seul aspect.

Le développement durable implique qu'il y a une bonne et
une mauvaise croissance. Et c'est là sans doute que les ennuis
commencent... Comment reconnaître l'une de l'autre ? À quelle échelle
de temps se place-t-on ? Comment valorise-t-on des atouts non mar-
chands comme la biodiversité, la beauté des paysages ou la qualité de vie ?

Pour comprendre la place que prend le ski dans le débat sur le
développement durable, il faut tordre le cou à un certain nombre
d'idées reçues. Tout d'abord, nous affirmons que le ski est un tourisme
de masse. Pas seulement dans les très grandes stations ! Examinons le
modèle économique d'un domaine skiable : il faut des capitaux (un

* Directeur SNTF, Syndicat national des téléphériques de France.

télesiège débrayable à 6 places coûte 5 M€ à l'achat). En face nous avons des recettes constituées d'un grand nombre de forfaits vendus avec des paniers moyens qui sont très faibles au regard des capitaux immobilisés (recette moyenne par journée de ski vendue : 20 €). D'autres facteurs comme la durée d'enneigement (quelques mois) ou l'organisation des flux des skieurs jouent encore dans le sens de la concentration de la fréquentation touristique, dans le temps et dans l'espace.

Le ski présente toutes les caractéristiques d'un tourisme de masse. En tant que tel, il en a les avantages et les travers. Les avantages : générer une activité économique de grande ampleur fournissant à des vallées entières un travail et un revenu : 18 000 emplois dans les entreprises de domaines skiables génèrent 100 000 emplois en stations dans l'hébergement, la restauration, les leçons de ski, les commerces, etc. Autre avantage : les retombées fiscales avec 5% de taxe loi montagne versée aux communes et aux départements, mais également d'autres redevances qui représentent ensemble 10 à 20% des recettes des délégataires gestionnaires de domaines skiables.

Le ski est un des fleurons du tourisme français, qui attire une clientèle internationale à hauteur du quart de sa fréquentation (50% dans les très grandes stations). La France a conquis en 2009 la première place mondiale par la fréquentation de son domaine skiable, devant l'Autriche et les États Unis. Le ski a prouvé son utilité comme outil de développement des territoires de montagne répondant aux aspirations de la population locale pour l'amélioration de la desserte en transport, pour la mise en œuvre de services au public rendus possibles par les retombées de l'activité sur la collectivité, et bien d'autres choses encore.

Mais pas de tourisme de masse sans impact environnemental. Infrastructures de transport, ensembles immobiliers, remontées mécaniques et pistes : tous ces équipements ont une empreinte écologique qui s'ajoute à l'impact environnemental d'une fréquentation touristique, tels que la consommation énergétique ou les émissions de gaz à effet de serre – GES – dus au transport et au chauffage.

Ces impacts, les externalités négatives disent les économistes, n'ont pas été pris à leur juste mesure lors du plan neige il y a 40 ans. Aujourd'hui, ils le sont beaucoup plus, et les opérateurs de domaines skiables y ont largement contribué. Ils sont pour la plupart engagés dans des démarches de certification ISO 14001, qui impliquent entre autres l'intégration paysagère des équipements, la réduction de l'empreinte carbone, le tri des déchets, ou encore l'implication dans la préservation des espèces animales ou végétales. Ces démarches, souvent

pionnières dans les stations, inspirent les initiatives collectives qui demeurent indispensables aujourd'hui pour proposer un management environnemental cohérent à l'échelle de la station, voire du territoire.

Certains impacts sont l'objet d'une attention particulière... C'est bien entendu le cas de la neige de culture au sujet de laquelle une large méconnaissance a permis que se répandent des idées reçues fausses. Qu'il nous soit rapidement permis de rappeler que la neige de culture, c'est de l'eau, de l'air et c'est tout ! Aucun adjuvant n'est utilisé, et les gouttelettes d'eau projetées par les « enneigeurs » gèlent simplement sous l'effet des températures extérieures négatives. L'eau qui gèle repartira dans le milieu naturel à la fonte du printemps. Dès lors, il convient essentiellement de se préoccuper de la prévention des conflits d'usage lorsque d'aventure, la ressource en eau disponible n'est pas excédentaire, à certains endroits, à certains moments de l'année. La puissance publique dispose de tous les outils pour réguler entre les différents usages (agriculture, industrie, eau potable toujours prioritaire, etc.). De fait, les arrêtés préfectoraux autorisant les prélèvements sont devenus très précis, et une redevance est perçue sur l'eau.

En vérité, ce qui est le plus souvent reproché à la neige de culture, c'est qu'elle semble un pis aller face au changement climatique : si les températures augmentent, l'eau des enneigeurs ne gèle plus !

Pour bien comprendre les aspects liés au changement climatique, il faut savoir que les opérateurs de domaines skiables ont parfaitement conscience que le changement climatique est en marche, et qu'il aura un impact sur nos domaines skiables. Alors, regardons-nous ailleurs tandis que notre maison brûle ?... Bien sûr que non. En fait, il faut bien distinguer l'adaptation au changement climatique de la question de l'atténuation du changement climatique.

L'atténuation, c'est le défi qui nous est lancé à tous pour réduire nos émissions de GES qui sont responsables du changement climatique. Il y a urgence : des actions entreprises dans les 20 prochaines années dépend l'augmentation moyenne de température à laquelle l'écosystème planétaire va se stabiliser. Nous agissons :

- Dans nos entreprises en achetant de l'énergie verte, en réduisant la consommation énergétique des chenillettes, des installations d'enneigement ou des remontées mécaniques.
- Autant que possible au-delà de nos entreprises. En effet, 90% des GES d'un séjour au ski proviennent du transport (70%) et du chauffage des bâtiments (20%). Nous pouvons apporter notre expertise de transport par câble pour proposer des solu-

tions propres de transport sur le « dernier kilomètre ». D'autres initiatives, comme l'offre de tarifs préférentiels pour les clients qui covoiturent, montrent que les entreprises de domaines skiables contribuent activement à atteindre les objectifs de réduction de GES (lois Grenelle et accords de Kyoto).

Paradoxalement, il est plus facile pour une entreprise de domaines skiables d'agir pour l'atténuation que pour l'adaptation. L'adaptation, c'est « Qu'est-ce qu'on fera quand le changement climatique sera là ? ». Cette question est plus délicate pour deux raisons. D'abord, toutes les études (ex : OCDE 2007) montrent que là où l'activité ski est intensive, elle n'est menacée ni à court terme, ni à moyen terme. Il n'y a donc pas la même urgence que pour l'atténuation. Et en même temps, tant mieux ! Car, et c'est la seconde raison, nous n'avons pas trouvé d'activité de substitution au ski.

Il ne s'agit bien entendu pas de dire qu'on ne peut rien faire d'autre que du ski en montagne. Mais, malgré nos efforts (VTT, piétons, luges d'été, etc.), quelle activité est susceptible de générer autant d'emplois que le ski ? Aucune.

Nous poursuivons les efforts de diversification des usages de nos remontées mécaniques et pistes, mais il faut être réaliste : la montagne l'hiver sans neige ce n'est pas « vendable ». C'est ce qui explique que pour l'instant, en matière d'adaptation, nous nous sommes organisés pour exploiter les domaines skiables en situation ponctuellement d'enneigement déficitaire, et garantir l'emploi dans les vallées pour plusieurs dizaines d'années, et sur des durées supérieures à celles du retour sur investissement des équipements mis en place.

Car oui, notre travail des pistes, la neige de culture, le damage, sont autant de facteurs qui améliorent la garantie du travail de nos salariés, et de l'ensemble des emplois en station. L'emploi : le dernier pilier du triptyque économie – environnement – social, qui forme la base du développement durable.

Les salariés de la branche des domaines skiables et remontées mécaniques sont au trois quart des saisonniers. Sont-ils pour autant précarisés ? Avec la reconduction automatique des contrats saisonniers prévue par notre convention collective, avec plus de la moitié d'entre eux qui habitent leur logement personnel, une ancienneté moyenne de 8 ans, et 90% qui sont actifs l'été, il convient de réviser les préjugés. Le CDI n'est pas, ou n'est plus, la seule forme noble de contrat de travail. Notre économie en mouvement fait surgir de nouvelles formes de travail, qui se mêlent à des formes plus traditionnelles comme le contrat saisonnier, qui ne sont pas synonymes de précarité.

La branche des remontées mécaniques et domaines skiables est régulièrement citée en exemple par les organisations syndicales elles-mêmes pour la qualité du dialogue social et les progrès prévus par notre convention collective (pendant la durée du CDD et même au-delà avec la portabilité de certaines dispositions).

Ayant passé en revue ces différents aspects, il convient de nous projeter dans l'avenir et de prendre la mesure des défis de demain. Ces défis sont nombreux. Citons-en trois pour les toutes prochaines années :

- L'immobilier touristique de montagne. Il est temps de s'interroger sur le moteur de croissance de nos stations : un couple remontées mécaniques/lits chauds. Cette dynamique, basée principalement sur l'accession à la propriété, convertit irrémédiablement les lits chauds d'hier en lits tièdes, voire froids d'aujourd'hui. La raréfaction du foncier en station oblige à s'interroger.
- L'augmentation des charges des entreprises. Depuis 2000, les charges des entreprises (prix d'achat des remontées mécaniques, salaire minimum de la convention collective) croissent deux fois plus vite que le prix du forfait. D'ailleurs, les forfaits en France sont moins chers que dans la moyenne des pays européens et des États-Unis (cf. recueil indicateurs SNTF 2008 disponible en ligne sur www.sntf.org).
- La nécessité de sécuriser une jeunesse de skieurs, qui formera le cœur de cible de demain.

Face à ces défis, nos atouts sont :

- Notre territoire, ses hommes, sa richesse naturelle et sa culture, qui forment le socle de son attractivité, et la ressource où puiser l'inventivité et la capacité d'adaptation qu'il nous faudra.
- France Montagnes, la collective unique de promotion des montagnes françaises, qui inclut désormais un volet prospectif et un volet communication, que nous avons appelée de nos vœux.
- La solidarité montagnarde, à l'image de notre assurance mutualisée des aléas d'exploitation Nivalliance, et qui s'exprime au plan politique par l'ANEM, qui a fêté ses 25 ans cette année.