

Introduction

Les stations de tourisme, et notamment celles de sports d'hiver dévolues à l'accueil de touristes, ont toujours été définies en référence à la ville. Elles en sont « l'ailleurs compensatoire » (Bourguet & coll.) : pour la société urbaine, la montagne (comme la mer, la campagne, « l'ailleurs ») demeure un pays imaginaire, une utopie. Les citadins y transposent leurs rêves de changement et de dépaysement. Les touristes n'y cherchent pas toujours la réalité de la vie montagnarde (le quotidien des habitants locaux y est plutôt difficile), mais plutôt l'image qu'ils s'en sont faite. Ils y projettent leurs visions, leurs rêves ou leurs nostalgies. Ce statut de « vacancier », fondé sur une déconnexion économique et sociale, a produit en un siècle des « archipels d'altitude », des villes touristiques coupées de l'habitat existant, affirmant symboliquement par leur cadre urbain la transposition de la cité à la montagne. Enclaves en milieu hostile, les stations cultivent davantage de liens avec la ville et le milieu naturel qu'avec la société locale.

Implantées suivant un modèle urbanistique forcément daté sur des sites toujours choisis uniquement pour leurs qualités naturelles, les stations connaissent aujourd'hui des difficultés à s'adapter à l'évolution de la demande, à la modernisation de la vie sociale et donc à fidéliser leurs clientes, à en conquérir de nouvelles, à maintenir leur compétitivité internationale. Originellement conçues pour être hors du temps et de l'espace quotidien, elles offrent un paysage que les urbanistes, les architectes, les ingénieurs, les promoteurs, les publicitaires ont projeté sur elles lors de leur édification, cherchant par l'image à créer des désirs de vacances chez les citadins. La question de l'adaptation à la modernité de leur parc immobilier et de leurs espaces publics, celle de l'ancrage local de leur vie de village se posent aujourd'hui du point de vue symbolique et identitaire : les représentations de la montagne ont évolué vers un retour aux racines alors que la doctrine moderne des programmes de leur édification tendait en même temps vers une uniformisation de leur image. Cette question d'inadaptation est d'autant plus préoccupante que le modèle alpin qui a vu naître et se développer la station a été dupliqué à grande échelle puis copié dans

des massifs dont l'identité en est parfois éloignée. La plupart du temps, presque partout on a construit en long. Il n'y a pratiquement pas de rues, pas de places, pas de vie. Les stations sont souvent devenues des barres d'immeubles sans ville alors que les touristes, les clients, les habitants souhaitent, on le démontrera, un cadre reproduisant l'image onirique de la montagne, une animation, une densité, une qualité et une variété de services égales à celles trouvées dans la cité. Cette déconnexion s'accompagne de toute une série de dysfonctionnements des activités de loisirs qui nous interpellent quant à la réorganisation complète des dispositifs de production des loisirs en montagne : aujourd'hui, pas plus le modèle de la cure thermale que celui du « grand ski » ne répondent à la demande dont on sait qu'elle cherche également ski nordique et randonnée, ski de montagne, promenades à pied et raquettes, chiens de traineaux, engouement pour le bien-être et l'aqualudisme, tourisme culturel basé sur le patrimoine, la vie en village ancien, l'accueil chez l'habitant. L'attente en services y est forte, souvent insatisfaite et porte également sur la vie traditionnelle du lieu, la qualité et la modernité des hébergements et des lieux de vie.

On examine ici en quoi la réorganisation physique, paysagère, fonctionnelle des stations de montagne est nécessaire pour permettre une gestion touristique plus efficace du territoire et lui redonner un sens, à défaut d'une notoriété. On s'interroge sur la notion d'espace touristique sensible en montagne (la prise en compte des capacités de charge, des ambiances, de l'émotion, de l'accessible, du perceptible, de l'image) qui engage la ville ou le bourg touristique dans son rapport au monde et qui devrait déterminer le contenu des projets urbains. Cette question renvoie à des questions peu traitées : l'urbanité, la culture, le patrimoine, la mobilité, la capacité d'accueil, la gestion territoriale, la recomposition des lieux et des réseaux ainsi que la mutation des pratiques des professionnels du tourisme, des responsables et des gestionnaires du territoire montagnard. Elle entrevoit de nouvelles temporalités au sein desquelles temps de travail et de loisirs, mobilité et sédentarité s'agencent en permanence.

La fréquentation de la montagne diminue, l'économie présentielle augmente

Aujourd'hui la destination montagne se place, toutes saisons confondues, en 3^e position des destinations « attirant les Français » (Atout France 2013). Cette attirance s'exprime particulièrement l'hiver (64 % d'attirance, contre 57 % l'été), même si l'été reste la saison la plus fréquentée (sauf dans les Alpes). Mais cette attractivité vis-à-vis de la destination montagne peine à se concrétiser en fréquentation, qui est même globalement en

baisse, été comme hiver. En 4 ans, la montagne française a perdu près de 6 millions de nuitées, soit 5 % de sa fréquentation. Sur les dix dernières années, ce chiffre est d'environ 10 %. On observe une montée des concurrences à l'échelle internationale, notamment venant de l'Autriche et de la Suisse qui séduisent de plus en plus les clientèles, et, dans une moindre mesure, de l'Espagne. Bien entendu, cette évolution varie fortement selon les massifs et les vallées : on relève une France qui fonctionne volontiers en « modèles » : celui quasi exclusivement hivernal de la Tarentaise avec 4/5 de nuitées hivernales ou, à l'opposé, celui, estival, représenté par la Corse et les Pyrénées. La baisse enregistrée l'été par le modèle alpin affecte peu les entreprises liées au fonctionnement hivernal : cette saison est plutôt en croissance, particulièrement en Tarentaise et dans Haut Chablais. Cependant, compte tenu de son poids dans le volume des nuitées de l'espace montagnard, Atout France (2013b : 45) admet que cette diminution a des impacts sensibles sur l'ensemble national, particulièrement si on y ajoute la tendance négative de l'évolution des nuitées touristiques pour des périmètres périphériques tels que celui des Pyrénées-Orientales, en grande partie liée à des problèmes d'aléas d'enneigement et de températures élevées. Pour autant, éléments supplémentaires d'inquiétude, les tendances d'évolution de la saison d'été indiquent globalement une baisse sur l'ensemble des périmètres, même si les niveaux d'intensité diffèrent largement entre massifs du Nord et ceux du Sud, plus touchés.

Parallèlement à ce phénomène d'érosion de la fréquentation touristique de la montagne à l'œuvre depuis une quinzaine d'années, on constate partout une démographie très contrastée entre piémont et haute montagne, avec une tendance au rajeunissement grâce à une attraction démographique renouvelée dans le piémont et un gain global d'habitants depuis les années 1990 grâce à un important afflux de population dans ces villes de piémont. Le renforcement de l'économie présentielle est avéré partout dans les montagnes périurbaines et de piémont (Davezies 2004 ; Terrier 2006)³. Peut-être est-ce seulement un changement dans notre façon de compter, mais force est de constater que depuis que les scientifiques s'intéressent au développement de la mobilité, la manière d'évaluer la population « présente » en station ou en ville touristique en montagne à un moment donné fait apparaître des changements notables par rapport à celle qu'on évaluait jusque-là comme « résidente » et qui est toujours connue par le recensement général de la population, pour la population permanente et par les fréquentations des seuls hébergements marchands,

3. L'expression économie présentielle est un néologisme utilisé par Laurent Davezies et Christophe Terrier pour décrire une économie basée sur la population réellement présente sur un territoire qui à la fois produit et consomme.

pour la population touristique. La conduite de la gestion publique locale s'est récemment emparée de l'estimation de cette « population présente », peut-être dans le but de mieux réfléchir aux modes d'exploitation des équipements collectifs et d'adapter les services aux publics. Pour répondre à ces préoccupations, la direction du Tourisme a été amenée à calculer une estimation jour par jour, et pour chaque canton des départements de montagne notamment, de la population présente en ville, en village, en station touristique. On n'est pas sûr que cette nouvelle manière de compter change grand-chose aux enjeux urbains en montagne, caractérisés par l'étalement, le vieillissement, l'obsolescence.

Pourtant, dans son *Panorama du tourisme de la montagne*, Atout France (2013) rappelle que 55 % des investissements touristiques et 15 % du chiffre d'affaires touristiques français sont réalisés en montagne. L'investissement touristique y représente près de 5 milliards €/an. Si en moyenne l'investissement touristique annuel par habitant s'élève à 244 €, il est de 1 837 € pour les sites de pratique de sport d'hiver et à plus de 6 217 € dans les stations les plus développées. Le tourisme représente 100 000 emplois salariés ce qui représente 7,8 % du total de l'emploi salarié dans les Alpes et 12,3 % dans les Pyrénées. Ce tourisme est encore d'abord estival, sauf dans les Alpes, où le total d'emplois salariés liés au tourisme est plus important l'hiver que l'été : 6,5 milliards € de dépenses y sont liées aux domaines skiables en Rhône-Alpes, avec une forte concentration géographique (2/3 générées par les grandes stations, 3/5 en Savoie). Les clientèles internationales contribuent largement à ces retombées, avec une dépense moyenne par nuitée de 154,50 € contre 99 € pour les clientèles françaises. Ces flux de capitaux pèsent lourd dans l'aménagement du territoire national et européen.

L'ensemble de ces facteurs conduit à une prise en compte de plus en plus forte des ressources territoriales non plus seulement de la « station », mais aussi du territoire dans lequel elle s'insère, qu'on appellera ici « aire touristique ». En montagne tout particulièrement, on est passé d'un système touristique quasiment industriel, fondé sur l'investissement et l'aménagement de lieux fonctionnant assez largement en isolat, à une organisation où la station (dont on verra qu'elle est confrontée à des crises multiples appelant à sa mutation) ne devient peu à peu qu'une des polarités du territoire, l'immatériel offrant un levier majeur d'innovation. Les mutations des systèmes d'acteurs confrontent et reconstruisent en permanence des logiques territoriales de destination, dans lesquelles la station n'est plus le *seul lieu* de la destination touristique. Les phénomènes de migrations d'agrément (« amenity migrations ») privilégient les zones à forte valeur touristique, en montagne comme ailleurs. Les apports de population nouvelle,

néorésidentielle, l'hybridation⁴ des statuts entre « touriste autochtone ou autochtone touriste » modifient la construction sociale de ces stations en profondeur et de l'ensemble de leur aire touristique. L'aire n'est donc plus seulement touristique, elle devient résidentielle (voire « *présentielle* » ?), avec un renouvellement des conflits d'usage et de nouveaux cycles de stratégie foncière (Vlès 2011). Par le passé, les stations obéissaient souvent à une rationalité fonctionnaliste au XIX^e siècle et ont répondu aux impératifs du fordisme au XX^e siècle. L'environnement n'y constituait parfois qu'un simple décor et un terrain de jeu préservé, aménagé et équipé. Leur dimension sociale concernait surtout les touristes, les populations locales restant à l'écart des projets. Aujourd'hui cette donne semble parfois (pas toujours !) radicalement remise en question : de « fordiste », le modèle de développement s'affiche (brusquement) ouvert sur des temps et des modalités chamboulées par les impératifs du développement « durable » (Bourdeau 2007 ; Clarimont & Vlès 2008 ; George-Marcelpoil & Perrin-Bensahel 2010).

Pour appréhender de façon pertinente ces trajectoires, l'étude des systèmes d'acteurs des aires touristiques et de leur articulation avec les différentes gestions territoriales nécessite qu'on retrace de façon conjointe, dans leurs imbrications et rétroactions, les politiques publiques et entrepreneuriales, ainsi que les pratiques des usagers et consommateurs des services des stations.

De la station à l'aire touristique

Dans un premier temps, les stations de montagne ont été approchées comme des unités spatiales organisées d'hébergements et d'équipements offrant un ensemble de prestations diversifiées ; ce sont donc d'abord des sites urbains (Vlès 1996, 2000). L'équipe MIT (2002, 2005) a décrit comment « *tout y était mis en œuvre pour y faciliter l'accès (moyens de communication), assurer le confort du séjour (hébergements) et favoriser les pratiques souhaitées (équipements)* ». Les travaux de Préau montraient déjà en 1968 que les stations étaient *des lieux complexes* dans lesquels convergent quatre séries d'éléments principaux dont *l'évolution propre* devenait, au cours du temps, de plus en plus interdépendante : le *site*, la *clientèle*, *l'équipement* de la station, la *gestion* des collectivités locales (ce que l'on nomme aujourd'hui « *gouvernance* » et à laquelle on dédie une partie entière de cet ouvrage). En ce qui concerne le cas particulier des seules stations de ski et d'alpinisme,

4. Hybridation : croisement fécond entre sujets différant au moins par la variété, 2001, *Le Robert*, Grand dictionnaire de la langue française, Tome 3, p. 1963.

Perret (1992) a distingué dans leurs processus de développement, deux « modèles » qui ont longtemps servi de référence⁵ :

- celui des pôles de croissance touristique délocalisés, dédiés uniquement à la pratique du ski alpin, les *stations créées ex nihilo*, dont l'initiative et la maîtrise ont été le fait d'opérateurs souvent extérieurs à la société locale. Les scientifiques soucieux du traitement de la question des universaux en ont fait l'archétype de la station de ski dite de type « intégré » ou de « 3^e génération » (Guérin 1978, Knafou 1978) ; si pour le ski cette catégorisation ne tient que pour les Alpes, on pourrait l'appliquer également à quelques stations thermales ou hydrominérales des XIX^e et XX^e siècles. Cet ensemble d'urbanisations nouvelles en altitude a formé des isolats urbains noyés dans l'espace naturel que Wosniak (2006) appelle « *archipels d'altitude* ». Dans ce modèle, l'opérateur finance et conduit l'aménagement et l'équipement en remontées mécaniques, mais également le plus souvent la construction de l'hébergement, ce qui lui permet de détenir l'ensemble des fonctions productives de la station (George-Marcelpoil, 2008 : 48). L'implantation dépend d'abord de la qualité du site : un enneigement exceptionnel, une disposition en amphithéâtre permettant de faire converger les pistes vers l'urbanisation, calée juste derrière le front de neige.
- le second type de Perret qui marque encore la production scientifique alpine est celui des *stations en continuité des villages anciens*, les « station-villages ». Issu d'initiatives locales pour pallier le déclin

5. Fondé sur les recherches de Jacques Perret, le modèle théorique de système touristique local (STL), revisité et développé dans la thèse d'Emmanuelle George-Marcelpoil en 1997 et dans son HDR en 2008, a parfois été présenté comme un outil d'analyse applicable à tous types de stations, c'est-à-dire comme un des paradigmes pour la compréhension et la description de la production de l'aménagement touristique ; en la matière, le concept de système productif local appliqué aux territoires touristiques (le SPL est alors nommé « STL ») a permis de vérifier que le fonctionnement et les faits d'une économie et d'une société touristiques peuvent être directement comparables aux résultats prédits par cette théorie-paradigme. Cependant, les analyses d'exploration et de description de terrain des chercheurs, et notamment celles développées dans les travaux d'Emmanuelle George-Marcelpoil, ont mis en avant quatre mutations essentielles des territoires touristiques locaux et ont révélé les insuffisances du modèle des STL pour expliquer l'apparition de faits nouveaux qui se sont reproduits avec régularité : ces quatre facteurs enrichissent le paradigme en suggérant de prendre également en compte la profonde évolution des services touristiques qui impose aux territoires de se « professionnaliser », l'importance déterminante du comportement du touriste, plus exigeant et évoluant dans un marché fragmenté et mouvant, la généralisation d'une approche stratégique et « qualité » dans les politiques de développement touristique, et, enfin, la prise en considération des réflexions et des politiques publiques menées à des niveaux d'intervention supérieurs et qui exigent une meilleure planification du développement économique et touristique.

d'activités traditionnelles (agriculture, artisanat, industrie notamment métallurgique dans les Alpes et les Pyrénées), ce type est censé représenter une société paysanne, artisanale (voire industrielle) traditionnelle peu à peu remplacée par celle du tourisme et des services. Dewailly et Flament (2000) insistent sur le caractère structurant de l'activité touristique dans l'espace qui permet de parler de station touristique pour qualifier un village, une ville.

On verra, tout au long de cet ouvrage, pourquoi et comment cette distinction formelle entre « station intégrée » et « station village » peine à rendre compte aujourd'hui des transformations en cours dans les stations pyrénéennes. Notamment parce que leur cadre bâti s'insère dorénavant dans un ensemble de fonctions et d'activités qui dépassent la seule activité de ski ou de thermalisme. Ces activités sont dorénavant articulées (et parfois intégrées) verticalement (en relation amont-aval), et horizontalement, en relation de support ou de complémentarité (Boutroy et coll. 2013). Elles produisent des « combinaisons de proximité géographique et socio-économique » qui font de la station en montagne un *territoire touristique transformé*⁶, une construction résultant d'interactions localisées d'acteurs extrêmement disparates. Compris comme un tout social et non plus seulement spatial, « *le territoire touristique est à l'évidence un fournisseur privilégié de ressources relationnelles* » (Veltz 2002). L'économiste et gestionnaire du tourisme Laurent Botti (2011) assimile d'ailleurs la station comme destination touristique à un système, ce qui lui permet de la considérer comme une entreprise virtuelle réalisant une activité de transformation de ressources, « *proposant des produits adaptés aux attentes du marché* ». Son approche évalue la compétitivité de la station en fonction de celles des opérateurs qui y exercent leur activité (2012). Les aménageurs et les gestionnaires du tourisme considèrent en effet que les secteurs de l'hébergement, de la restauration, du transport et plus largement l'ensemble des commerces ont une influence sur la communauté locale et sont liés par des dépendances systémiques dont le fonctionnement détermine en partie la « *performance* » de la station. Dans cette perspective opérationnelle, chaque composant du produit touristique ne peut percevoir que vaguement le rôle qu'il joue dans le produit touristique global local. Un repas dans un restaurant gastronomique peut en effet jouer un rôle important dans un package nuptial, mais il peut tout aussi bien n'avoir qu'une fonction utilitaire pour d'autres produits, plus classiques. Dans cette perspective,

6. Le terme polysémique de « territoire » traduit l'exercice d'un pouvoir d'organisation ou hiérarchique sur un espace politique, économique et/ou social, il est caractérisé avant tout par des continuités à l'intérieur du territoire.

les échelons « micro » et « macro » cohabitent étroitement dans le développement touristique des territoires et dans l'élaboration des stratégies des *Destination Management Organizations* (DMO, en Français : les Organismes de Gestion de Destination, OGD). En France, le concept d'organisme de gestion de destination renvoie aux Offices de tourisme des stations, mais aussi aux organismes institutionnels départementaux, régionaux ou nationaux. Ceux-ci sont amenés à penser des stratégies qui visent la compétitivité de leur territoire (niveau « macro ») tout en se basant sur les opérateurs touristiques (hôtels, gestionnaires de sites : niveau « micro »), comme l'exposent les démarches qualité territoriales mises en place par les régions. De plus, poussés par la désintermédiation de la filière touristique (due à Internet), les organismes de gestion de destination commercialisent des produits issus du regroupement d'opérateurs touristiques de leur territoire (qui déborde en général la station, ce qui pose la question de « l'ancrage » de la station dans son territoire, le passage de la station à l'aire). Ceci permet à des destinations ou des petites stations de montagne ne méritant pas droit de cité dans les catalogues des voyageurs d'exister sur le marché.

Mutations et ancrages, un jeu de déconnexion des temps

Des recherches récentes dans différentes disciplines envisagent désormais les territoires touristiques de montagne comme des *systèmes en mutation* qui échappent largement à l'approche simplificatrice des typologies anciennes de la littérature scientifique (les « 4 générations » de Cumin ou de Knafou), tout particulièrement dans les Pyrénées, où la station intégrée n'existe pas et où les stations relèvent souvent de deux ou trois types à la fois. La transformation de ces espaces de vie sous la pression dynamique des activités, mais également de la sollicitation résidentielle exogène remet en cause les hiérarchies à la fois urbaines (villageoises, d'urbanisations limitées en altitude) et d'activités traditionnelles (notamment agropastorales) de la montagne. Cette transformation se traduit par des modifications *d'ancrage fonctionnel*, des modifications *d'ancrage territorial*, des modifications *d'ancrage temporel*. Mobilisée par George-Marcelpoil (2007) pour désigner l'ensemble des liens tissés entre le tourisme et son territoire support et par Vlès (2007) pour les rapports entre la station, son territoire environnant et son évolution dans le temps et dans le marché, la notion *d'ancrage fonctionnel* renvoie à des questions d'adéquation du lieu productif (la station) au sein de son système productif, comme *l'implication économique* que font Zimmermann et coll. (1995, 2000) de la firme au sein de son système productif ou de la *territorialisation* d'une activité économique en termes de ressources décrite par Colletis et Pecqueur (1993). La notion *d'ancrage*

territorial renvoie à l'ensemble des liens tissés entre la station de tourisme, son territoire originel et son espace de déploiement désormais élargi et modifié. Cette modification est l'œuvre de *temps* en déconnexion parfois forte : le *temps figé* est traduit par la matérialité de la station dans le béton, le bois, l'aménagement initial ; le *temps en mouvement* plus dynamique, marqué par l'évolution des pratiques touristiques et de loisirs.

Initialement, l'aménagement urbain a été convoqué dans les stations de montagne puis de sports d'hiver pour produire des hébergements, des équipements de sports et de loisirs fonctionnels, dans une logique de tourisme de séjour. Dans ce contexte, certaines stations se sont étendues, des noyaux urbains ont germé dans les communes limitrophes, gagnant parfois, sous forme d'excroissances, des vallées ou des plateaux entiers. La complexité de ces nouveaux espaces urbanisés en montagne a rendu difficile tant leur définition géographique et statistique que leur gouvernance. Dans d'autres cas, le canevas initial issu des plans-masses et des décisions d'aménagement est resté quasiment inchangé. Dans *ce jeu de déconnexion des temps*, de relations entre permanences et changements, des problèmes d'étalement spatial, d'emploi saisonnier, de vieillissement des populations nouvelles et de requalification économique, paysagère et urbaine des stations ont émergé qui ont projeté la station dans un « après⁷ ».

Métastations

À l'origine, les stations de sports d'hiver ont tout particulièrement participé au renouvellement de l'image de la montagne. L'aménagement urbain y a été mobilisé pour produire des hébergements, des équipements fonctionnels et peu pour mettre en valeur un décor et une symbolique valorisant l'identité et l'attrait de la montagne et de ses sociétés. Le système de production fordiste et mimétique de quelque 300 à 350 stations françaises⁸ a produit à partir de 1960 une série d'espaces urbanisés de plus en

7. En grec, *μετά* (*meta* : après, au-delà de) exprime le changement, la succession, le fait d'aller au-delà, à côté de, la transformation. La *metastation* est une station confrontée au changement, aux mutations.

8. La catégorie ancienne des stations classées d'alpinisme et de sports d'hiver ne couvre pas tous les sites urbains à partir desquels on pratique les sports d'hiver ou d'été, le thermalisme ou l'aqualudisme, la villégiature et le climatisme en montagne en France (cas de la carte en figure 1, où de nombreuses stations de ski ne figurent pas, car les communes qui les portent ne sont pas classées à ce titre). Pourtant, le chiffre exact de stations ne peut être approché que par le type de classement d'avant la réforme de 2006 : la zone des massifs de montagne totalise plus de la moitié des stations classées au niveau national (286 sur un total de 525 en 2012). On évalue le chiffre total des stations françaises (classées et non classées) dont l'activité est liée à la pratique des sports d'hiver à environ

plus vastes en altitude, parfois des paysages de villes nouvelles hétérogènes créées *ex nihilo*.

La notion de station, utilisée jusqu'à présent pour décrire ces urbanisations nouvelles, semble aujourd'hui assez inadaptée pour qualifier ces espaces de vie en montagne⁹ : d'une part, elle évoque plutôt pour les uns une urbanisation agglomérée restreinte à la seule fonction productive des sports d'hiver (ce qu'aujourd'hui elles ne sont plus seulement) et créée selon un modèle d'inspiration « *taylor-ford-keynesio-corbusienne* » (Hatt 2011), d'autre part, elle occulte l'idée d'une nouvelle structuration des espaces montagnards. Ces milieux en urbanisation constante organisés autour d'hébergements et d'équipements sont aussi des bassins d'emploi, des bassins de vie. L'arrivée de nouvelles populations, l'affaiblissement des systèmes notabiliaires classiques ont distendu les liens entre les élus locaux et leur population, et ce d'autant plus que le *turn-over* des élites locales est réel dans les communes supports de stations (Gerbaux & George-Marcelpoil 2006). Ces habitants nouveaux vivent de moins en moins dans une seule commune : leur logement, leurs emplois, leurs lieux d'approvisionnement, ceux des pratiques de loisirs sont généralement situés sur plusieurs territoires communaux, à l'image des tendances nationales. Conjointement, les nouveaux équipements publics ne sont plus conçus et ne fonctionnent plus à l'échelle d'une commune, mais impliquent une gouvernance intercommunale. La complexité de ces nouveaux espaces urbanisés en montagne rend donc difficiles tant leur définition géographique et statistique que leur gouvernance (George-Marcelpoil 2003 ; Gerbaux 2004). L'histoire de l'aménagement touristique de la montagne et l'évolution de ses modèles économiques ont contribué à la production d'une grande diversité de formes urbaines et d'organisations spatiales des stations.

295 correspondant à 329 domaines skiables (DEATM-Audit France 2008), selon que l'on associe ces villes ou villages à une plus ou moins grande diversité de sites depuis les stades de neige jusqu'aux grandes stations d'altitude. Cependant, le modèle des stations intégrées n'a concerné que peu de sites, surtout concentrés dans les Alpes et c'est plutôt la diversité des types de stations qui prévaut aujourd'hui. Par ailleurs, il convient de rajouter à ces quelques 300 stations de ski 50 stations thermales (23 dans les Pyrénées) et une majeure partie des 278 « Stations vertes de vacances » et des 72 « Plus beaux villages », soit environ un total de 650 *unités urbaines qui vivent du tourisme de montagne* en France et qui font vivre nombre de vallées.

9. « L'espace de vie » est à l'origine un concept développé par l'INSEE à la demande du ministère de l'Environnement qui devait aider à connaître et à analyser « la perception de l'environnement collectif et planétaire selon l'espace de vie individuel ». Espace concret du quotidien, la notion s'appuie très explicitement sur les travaux d'Armand Frémont sur « l'espace vécu ».

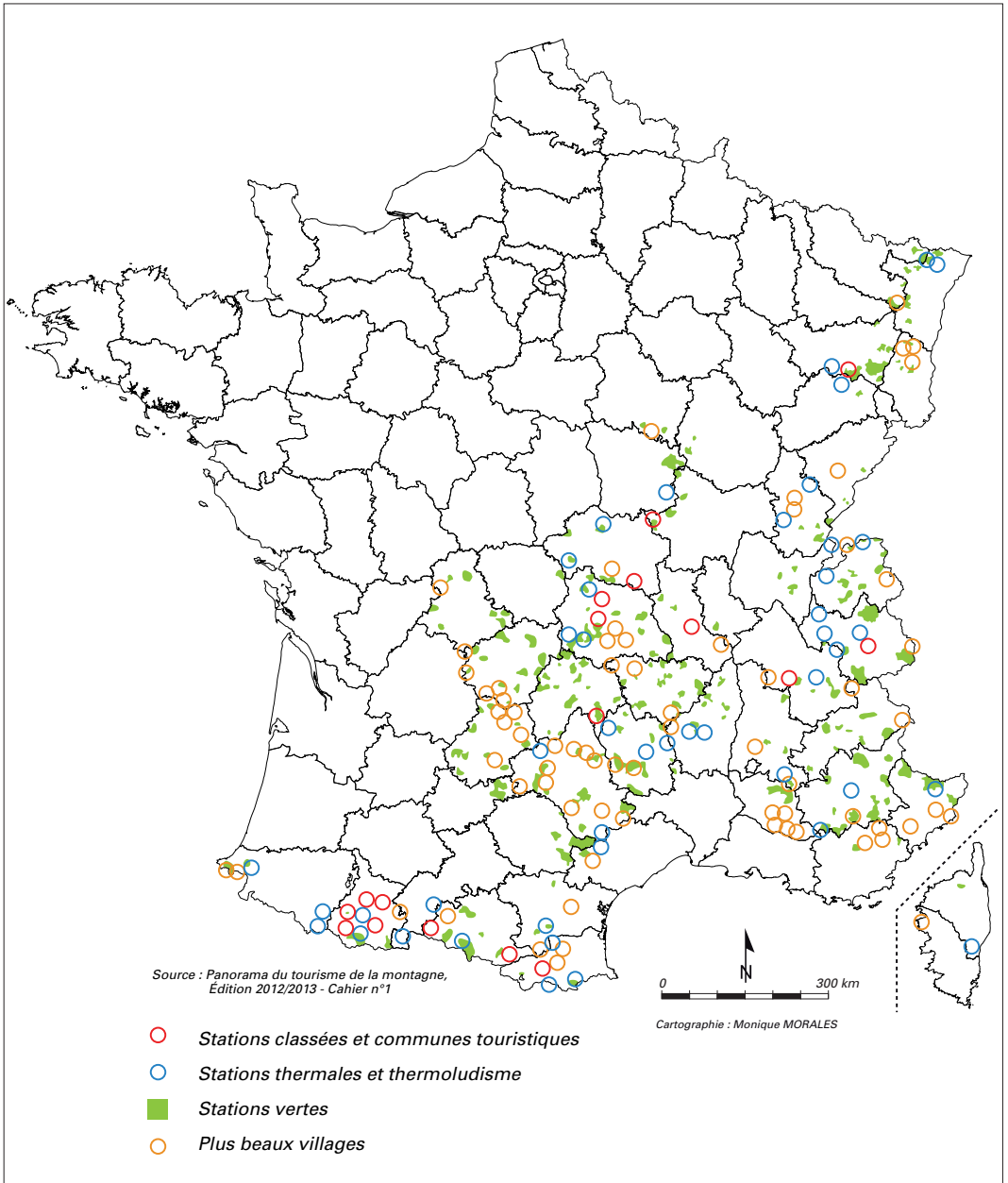


FIGURE 1a – Les stations classées et les villages labellisés en montagne française, auteur : V. Vlès.

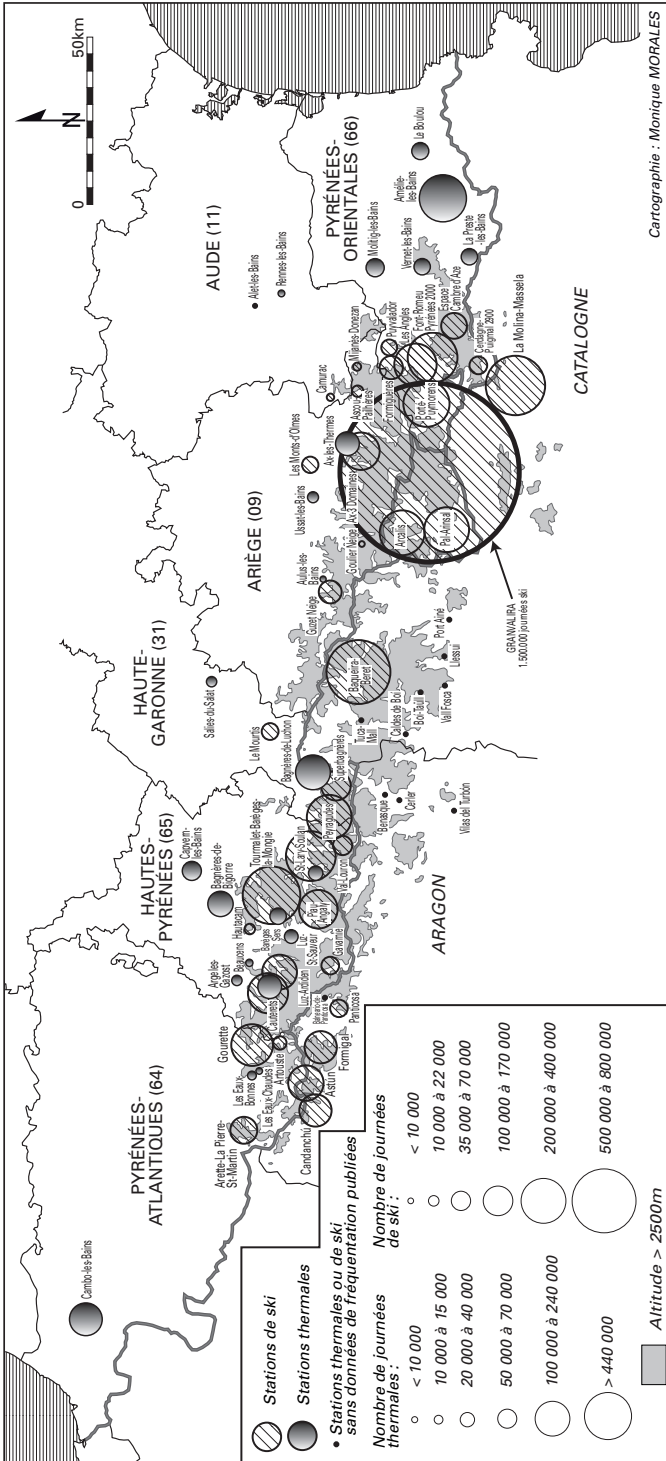


FIGURE 1b – Les stations thermales et de ski dans le massif des Pyrénées, auteur : V. Vlès.

Dans ce jeu de relations entre permanences et changements, le tourisme a transformé depuis une trentaine d'années les paysages montagnards en chapelets urbanisés. De la station, pôle urbain jadis isolé dans un ensemble agrosylvopastoral, les transformations résidentielles liées aux différentes formes de tourisms ont produit des « meta-stations¹⁰ » qui sont plus qu'une excoissance : elles englobent, se superposent, dépassent, modifient la station de sports d'hiver et d'alpinisme, la station climatique, la station thermale ou celle de simple villégiature. À l'instar de l'hypothèse de travail proposée par François Ascher pour les métropoles (Ascher 1995 : 34), ces *métastations* seront provisoirement approchées comme l'ensemble des espaces, monos ou polynucléaires, agglomérés ou éclatés, denses ou étales dont les habitants et les activités économiques sont intégrés dans le fonctionnement ordinaire d'un ou de plusieurs noyau urbain originel. On va le voir, ces lieux de séjours initiaux ont particulièrement vieilli en France, plus que les produits touristiques « montagne ». Les transformations de la mobilité, qui ont été autrefois la clef de la rupture dans la quotidienneté, ont fait évoluer les stations de montagne en même temps que la mondialisation prenait le contrôle de la gestion des temps et des espaces. François Ascher (2005) explique qu'aujourd'hui, dans un même espace urbanisé, différents phénomènes ont lieu à différentes échelles spatiales au même moment. Pour lui, notre société hypermoderne produit des lieux où les liens sociaux ne sont plus basés sur la concentration et la proximité géographiques. Ce phénomène transforme aussi les stations de montagne en *métastations*. Les espaces de vie qui les englobent remettent en cause les hiérarchies à la fois urbaines (villageoises, d'urbanisations limitées en altitude) et d'activités traditionnelles (notamment agropastorales) de la montagne.

On présente ces modifications en trois volets successifs, le premier étant presque entièrement consacré à un état de l'art scientifique et à son interprétation – parfois polémique – en regard de ce qu'en pense le touriste.

Ces trois parties traduisent les transformations des modalités d'*ancrage* de la station :

1. *Les modifications de l'ancrage fonctionnel et temporel des stations de montagne.* Elles ont pu rendre la fonction des stations obsolète par décalage entre l'activité qui a fondé le produit bâti à l'origine et son évolution dans le temps. La *fonction* (initiale) de la station peut ainsi être remise en question par une inadaptation grandissante au marché (de l'offre et de la demande immobilière, ou de l'offre et de la demande en pratiques

10. Voir note 7.

de loisirs, ou même parfois les deux). Dans ce cas, les relations qu'entretient alors l'autorité organisatrice avec la sphère économique et la société civile se détériorent ou doivent s'adapter. Cette dynamique dépend à la fois de la genèse de la station et de la constitution d'un système productif local (George-Marcelpoil 2002 : 191). La première partie de l'ouvrage est donc consacrée aux enjeux contemporains et futurs de ces mutations liées à *l'ancrage fonctionnel* des stations et à l'image qu'en *perçoivent* les touristes.

2. Le second facteur qui impose, par ses dynamiques, des logiques d'innovation est lié à *l'ancrage territorial* de la station de montagne, historiquement conçue en France par un système d'acteurs implanté sur une commune. Ce schéma, qui est resté longtemps immuable, car inscrit dans les lois, notamment la « loi montagne » qui fait de la commune le maître d'ouvrage incontournable de tout aménagement et montage d'opération, évolue rapidement dorénavant, comme en Italie ou en Espagne, vers un système d'acteurs élargi à un échelon partagé, parfois à l'échelon pluricommunal. Les dernières lois d'urbanisme (2013) précipitent cette mutation de la *gouvernance*. Les premiers schémas de cohérence territoriale (SCOT) voient le jour dans les massifs. Ces mutations induisent des modifications du jeu politique local, de l'activité touristique et des finances locales, des stratégies patrimoniales. *L'ancrage territorial* des stations se modifie ou va rapidement modifier la mise en réseau, par les acteurs et grâce à l'intercommunalité, des produits de loisirs traditionnels et actuels, souvent très éclatés dans l'espace et dans leur organisation (sauf dans quelques sites de très forte notoriété et organisation), dont les producteurs s'ignorent lorsqu'ils restent isolés. Ce *management des interdépendances* transpose la gestion des stations dans un « après » qui va encore être bouleversé par le *changement global* (tout autant que *climatique*) et soumis à un tourisme toujours plus *polymorphe*.

3. La dernière partie de l'ouvrage tente une synthèse de ces déséquilibres, des blocages, des adaptations et des mutations des stations de montagne envisagées à travers les difficultés très concrètes, cruciales et contemporaines de la *requalification de l'immobilier de loisirs*, de la résolution des *problèmes fonciers* et de l'apparition de *friches touristiques* en nombre. Pour qualifier cette période de nécessaire *adaptation* à un environnement économique et financier difficile, l'idée d'une *apoptose*¹¹ dans le système

11. Le terme *apoptose* est utilisé en biologie pour désigner la mort génétiquement auto-programmée d'une cellule. Cette image de la capacité qu'ont les arbres à perdre leurs feuilles en automne afin de résister à la déshydratation et au gel en hiver avant de reverdir au printemps est utilisée par Marc Guillaume, membre du Cercle des économistes, pour qualifier la nécessaire transformation de l'économie et de la finance (*Le Monde*, 11 juillet

de production de l'aménagement de la montagne se fait progressivement jour pour sortir de la fuite en avant immobilière. Il s'agit de mieux associer dorénavant des fonctions multiples, transformées par des clientèles de plus en plus variées, sans doute différentes dans leurs pratiques et leurs attentes de celles qui avaient présidé à l'édification des lieux touristiques originels. Et d'atteindre une maturité urbaine qui harmonise et métamorphose, dans ce massif pyrénéen, le fonctionnement des stations, devenues stations en mutation, *métastations*. Une utopie, sans doute.

2013, sup. Éco&entreprise, p. 3). Les crises immobilières qu'ont à affronter les stations pyrénéennes appellent également à une mutation des stratégies urbanistiques et immobilières des acteurs.