

«Les stations doivent revoir leurs priorités»

Comment faire face aux difficultés récurrentes d'enneigement? Selon Christophe Clivaz, professeur à l'UNIL, la saison estivale doit être valorisée

Les domaines skiables doivent actuellement faire face à une double contrainte. Victimes du réchauffement climatique, les stations souffrent de la baisse de la fréquentation. Après un troisième hiver avec peu d'enneigement, les remontées mécaniques s'inquiètent pour leur avenir, menacé par de nouvelles conditions météorologiques. Pour Christophe Clivaz, professeur associé à l'Institut de géographie et durabilité de l'Université de Lausanne, la solution se trouve dans la valorisation des vacances d'été à la montagne.

Les stations de ski sont-elles prêtes à faire face au réchauffement climatique?

Selon une étude de l'Institut fédéral de recherches sur la forêt, la neige et le paysage, il y a actuellement 37 jours de neige en moins qu'il y a quarante ans. A 2500 mètres, on déplore 25% d'enneigement en moins. A cause de la hausse des températures, la limite pluie-neige monte en altitude et ce phénomène devrait encore s'amplifier dans les années à venir. La plupart des opérateurs de remontées mécaniques en ont conscience, malheureusement, ils se contentent trop souvent de prendre des mesures «techniques», en reprofilant les pistes ou en misant sur la neige artificielle. Ils n'envisagent l'avenir qu'à travers le prisme du ski. Or la réflexion à mener mériterait d'être un peu plus large, puisque dans vingt ans on ne skiera plus aussi facilement.

Les stations auraient-elles intérêt à miser davantage sur une offre estivale?

Historiquement, les touristes venaient en montagne durant la saison d'été. Ce phénomène s'est inversé avec l'apparition puis la démocratisation du ski. Mais les variables climatiques et l'évolution actuelle du marché du ski devraient pousser les acteurs concernés à se créer des opportunités sur la saison estivale. Durant l'été 2003, particulièrement chaud, des études ont montré que la fréquentation des stations avait battu tous les records. A l'avenir, les

touristes viendront rechercher la fraîcheur en montagne.

Est-ce à chaque station de s'adapter ou bien faut-il une réflexion plus globale?

Chaque station réfléchit à son échelle, beaucoup pensent qu'elles ont encore une carte à jouer avec le ski. Mais, si on agrandit le périmètre de réflexion, en sachant que le marché du ski est en crise, on voit bien que toutes ne pourront pas s'en sortir et que certaines feraient mieux de revoir assez vite leurs priorités.

Que faire à la place du ski?

Nous n'avons pour l'instant pas encore trouvé une seule activité, comme le ski, suffisamment fun pour justifier à elle seule la venue du public en station durant la belle saison. Du coup, la solution



Christophe Clivaz
Professeur à l'Institut de géographie

se trouve plutôt dans un bouquet de prestations. Certains domaines mènent une réflexion commune autour de la randonnée et du vélo, pour améliorer, adapter ou valoriser ce qui existe déjà. J'estime aussi qu'il reste des points de contact à trouver entre la montagne et la culture. Le potentiel est énorme autour de l'art, des expositions, des festivals... Ça commence à se faire, mais c'est encore timide.

D'autant qu'il n'existe pas vraiment de business model en la matière.

Pour les remontées mécaniques, dégager une rentabilité, même en hiver, s'avère de plus en plus difficile. Je pense que le modèle nord-américain, et ses stations intégrées, représente ce qui se fait de plus efficace pour le moment en termes économiques. Une seule société gère les remontées mécaniques, les restaurants, les magasins de sport, etc. En Suisse, la station de Moléson a pris ce virage et s'est intéressée très tôt à la question des activités estivales. Résultat: son chiffre d'affaires est aussi bon l'été que l'hiver. Par ailleurs, certaines grandes stations comme Zermatt ou Chamonix ne sont pas loin de l'équilibre été-hiver.

Cécile Denayrouse