

Les images de la Mer de glace au début du XXe siècle contrastent avec la réalité d'aujourd'hui. Pour de plus en plus de touristes, le but est d'être des témoins de la disparition du glacier. INFONF



## RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

Le recul des glaciers, attraction touristique douteuse ou sensibilisation sincère? Un chercheur valaisan y voit un tourisme de la dernière chance. Exemple à Chamonix.

Être témoin de l'agonie des glaciers vous coûtera une trentaine d'euros. Vingt minutes, c'est le temps d'un voyage en train à flanc de montagne pour se laisser porter par la promesse d'un spectacle au nom évocateur: la Mer de glace. Mais, après vingt minutes et un paysage qui reste grandiose, l'imaginaire laisse place à la désillusion pour qui s'attendait à être submergé par les vagues des glaces bleu turquoise qui semblaient gifler l'hôtel du Montenvers, image devenue un pan d'histoire collective. De ce paysage sublime et tourmenté de la vallée de Chamonix qui a inspiré les écrivains, il n'en reste aujourd'hui qu'une preuve inéluctable du réchauffement climatique. Et, pour les touristes, c'est parfois le désenchantement. «J'ai rencontré sur place plein de gens qui avaient rêvé de cela toute leur vie et qui étaient choqués du

# A Chamonix, les touristes viennent voir les glaciers mourir



**«La même logique conduit des touristes à photographier des ours polaires à la dérive sur la banquise.»**

ALEXANDRE SAVIOZ  
DOCTORANT À L'UNIVERSITÉ DE LAUSANNE

paysage qu'ils découvraient», souligne le chercheur valaisan Alexandre Savioz qui réalise une thèse en anthropologie sur le paradoxe qui secoue le site.

### 700 mètres de recul en trente ans

Car, là-haut, c'est marée basse. A la hauteur de la gare d'arrivée, la houle figée et hostile des images d'autrefois laisse place à un champ d'éboulis recouvrant le glacier qui reste, avec ses 7 kilomètres, le plus long de France. Plus haut, l'écume blanche serpente et résiste encore à l'assaut des blocs de roche en surface. Mais le combat est perdu d'avance.

En trente ans, le glacier qui menaçait la vallée au XIXe siècle, a reculé de 700 mètres. Sur les deux prochaines décennies, la Mer de glace pourrait encore se retirer d'un kilomètre et quitter le champ de vision des visiteurs. Haut lieu touristique de Chamonix où se rendent chaque année près d'un demi-million de personnes, le site se trouve pris en tenailles entre la réalité du bouleversement climatique et la nécessité de maintenir une activité économique.

### Tourisme de la fin du monde

«Nous faisons face à un double conflit de représentation et d'image en sachant que le lieu n'est plus ce qu'il incarnait autrefois», explique le chercheur de l'Université de Lausanne. Pour autant, personne à Chamonix, à commencer par la Compagnie du Mont-Blanc qui exploite le lieu, ne semble prêt à remettre en cause l'avenir du site. Mais, conscients des effets du réchauffement, les acteurs de la vallée opèrent ce qui s'assimile à un repositionnement touristique. On ne vient plus observer l'immensité glaciaire, on vient être les témoins du réchauffement climatique.

On appelle ce phénomène le tourisme de la dernière chance ou, en plus brutal, le tourisme de la fin du monde. «C'est la même logique qui conduit des visiteurs à aller photographier un ours polaire dériver sur la banquise, ou à espérer filmer l'effondrement d'un iceberg, la chute de glaciers dans l'océan. Ce n'est pas très louable, mais c'est une tendance qui existe», détaille encore Alexandre Savioz.

### Tirer sur la corde ou sensibiliser?

L'escalier qui amène les visiteurs dans la grotte de glace creusée chaque année – l'activité phare du lieu – s'apparente ainsi à un voyage dans le temps à faire pâlir les climatosceptiques. Le long des 450 marches de la descente à flanc de moraine se succèdent les panneaux marquant la hauteur du glacier les années passées. Depuis 2003, la Mer de glace a perdu quatre à cinq mètres d'épaisseur par an. Pour y parer, on rajoute des marches, inéluctablement.

La réalité même des travaux projetés sur le site met également en évidence toute

l'ambiguïté des enjeux. La Compagnie du Mont-Blanc veut construire une nouvelle télécabine et créer un nouveau site pour la grotte de glace, plus en amont. En parallèle, on envisage la création d'un centre international d'interprétation des glaciers et du climat au Montenvers. Tirer sur la corde du réchauffement climatique pour faire venir des touristes du monde entier, on ne marcherait pas sur la tête? «Je crois que la démarche est sincère. Chaque été, des glaciologues sensibilisent les visiteurs sur le site. Dans le même temps, les Chamoniards s'inquiètent davantage du problème quotidien de pollution aux particules fines qu'aux enjeux à long terme. Face aux glaciers qui ont joué un rôle important dans l'histoire de la vallée, ils en appellent toujours au même discours: «On s'en est toujours sorti», analyse Alexandre Savioz. Signe de cette volonté, les régions du pied du Mont-Blanc, dont le Valais, ont annoncé fin octobre leur intention d'inscrire le massif au patrimoine mondial de l'UNESCO.

### Un instrument politique

Ce nouveau tourisme prend même une tournure politique. Eric Fournier, maire de Chamonix, a pris la plume pour écrire à Jamie McCourt, ambassadrice des Etats-Unis en France nommée par Donald Trump. Ne se privant pas de regretter le retrait de l'accord sur le climat des Etats-Unis, estimant que cette décision est le «reflet des prises de positions du président Trump quant à la réalité du changement climatique», il a invité l'ambassadrice à venir constater, au cœur des Alpes, «la réalité du phénomène.» Vous avez dit «dernière chance»? JULIEN WICKY

### Le recul des glaciers, une évidence pour les locaux, pas pour les visiteurs

En Valais, aucun site touristique n'est strictement comparable à celui de la Mer de glace, où le glacier est un produit en soi. Aucun, sauf peut-être le glacier d'Aletsch. Car même si le temps avant de le voir disparaître du champ de vision des touristes semble loin, son recul est aussi une réalité. Surplombant le plus long glacier des Alpes, la villa Cassel de Pro Natura est un lieu d'observation privilégié. «La mission de Pro Natura concerne moins l'évolution des glaciers que la préservation du biotope, mais il est clair que si la population locale est sensibilisée à ce recul, c'est moins le cas des touristes étrangers», explique Nicolas Wüthrich, porte-parole de l'organisation. A ses yeux, si la sensibilisation au phénomène est importante, elle doit passer par un message positif. «Il ne s'agit pas de culpabiliser les touristes qui viennent voir ces glaciers ou, à l'inverse, de vendre ce recul comme quelque chose de spectaculaire.»



Le glacier d'Aletsch a reculé de 800 mètres en trente ans. BITTEL