La montagne à vivre doit être notre futur !

VINCENT NEIRINCK
Chargé de mission MW

ENTRETIEN AVEC JOËL GIRAUD, PRÉSIDENT DE LA COMMISSION PERMANENTE DU CONSEIL NATIONAL DE LA MONTAGNE.

« LE TOURISME EN MONTAGNE N'EST PAS UN PRODUIT FINANCIER, MAIS UN ÉLÉMENT D'UNE MONTAGNE À VIVRE »
JOËL

TGV Magazine n°170, page 57, une publicité pour une station de ski. En photo, une jeune femme tout de rouge vêtue vous invite dans « *la station qui annonce la couleur* ». Quelques pages plus loin, un jeune homme lui aussi habillé de couleurs vives, vous offre un séjour trois nuits à un prix imbattable[1]. « *Des publicités incompatibles avec notre vision d'une station inscrite dans le territoire, dans son "espace valléen". Pas étonnant avec l'image véhiculée par ces pubs qu'on vive des blocages comme celui du 27 décembre dernier, avec des milliers de personnes coincées dans des voitures aux pneus lisses sur des routes de montagne.* »

« *Ces touristes ne viennent pas dans un territoire mais dans un parc de loisirs. Ils viennent consommer un produit, ils ne savent pas qu'ils viennent en montagne. C'est irréel. Ces publicités sont d'ailleurs symptomatiques et révélatrices. Elle est où la montagne ?* »

METTRE EN AVANT LES SPÉCIFICITÉS DE NOS MASSIFS

C'est dans son bureau de l'Assemblée nationale que Joël Giraud fait ces commentaires. Maire de l'Argentière-la-Bessée, député des Hautes-Alpes, président des commissions permanentes du Comité de Massif des Alpes et du Conseil national de la Montagne (CNM), il est « Monsieur Montagne » dans les institutions françaises. Pour lui, la vision qu'on donne de nos territoires est banalisée. « *C'est une montagne d'activités et pas une montagne à vivre qu'on présente, une photographie en réduction de nos espaces ! On a banalisé un territoire autour d'une activité, qu'on peut pratiquer aussi à Dubaï. Quelle spécificité ?* »

INVESTIR LES PROCESSUS INSTITUTIONNELS

Les lignes directrices sont pourtant tracées pour que soit pris en compte l'ensemble des atouts de la montagne : Convention alpine, schémas de massifs, Stratégie macro-régionale alpine ou encore tout le récent Pôle "Tourisme de montagne" du ministère des Affaires étrangères et du Développement international. Même si « *avec ce pôle, on a pris un peu les choses à l'envers : le concept a été construit au niveau national sans y associer les instances représentatives de la montagne. On risque des déconvenues, même si le constat est juste. Il y a moyen de réinvestir la démarche : aujourd'hui, on a au moins une définition. En ce qui concerne la Stratégie macro-régionale alpine, la vision non fédéraliste de la France amène une articulation différente entre l'État et les territoires de ce qu'elle est dans les autres pays de l'Union ou en Suisse. Nos montagnes risquent donc d'être défavorisées, car la gouvernance mise en place risque de conduire à la politique du "premier arrivé, premier servi", sur le modèle d'une féodalité régionale portée par les régions les plus fortes (Bavière ou Lombardie). La Convention alpine était au bout d'un certain chemin, il fallait cette stratégie qui investit les collectivités régionales, mais on a raté le coche de la gouvernance. Les territoires français doivent réinvestir ce processus.* »

UN ÉTAT FORT DANS SON JUSTE RÔLE

« *En France, l'État ne sait plus trop où il en est, entre une politique du "pas de vague" et la perte des moyens de l'expertise et de l'analyse. Le Service d'étude et d'aménagement touristique de la montagne, service d'État, est devenu un groupement d'intérêt économique dans lequel siègent les grands groupes du tourisme, la non pérennité des structures n'incite pas les gens à s'engager dans ces carrières, on perd des compétences. En Allemagne et en Italie, c'est clair et net depuis longtemps, en France, on a un problème avec une décentralisation qui ne veut pas en être une, un manque d'ingénierie, et des maires lâchés dans la nature.* » Ainsi, le suivi (ou plutôt le manque de suivi) des délégations de service public illustre bien le problème pour Joël Giraud.

Pour avancer ? « *Un état régalien qui joue le jeu au niveau départemental, qui peut le cas échéant saisir le niveau supérieur, et qui dispose d'un pouvoir d'analyse : il faut suffisamment d'emplois pour assurer cette ingénierie qualifiée et indépendante.* »

POUR UNE "MONTAGNE À VIVRE"

« *Le CNM va pousser auprès du ministère des Affaires étrangères l'idée que le tourisme n'est qu'une des composantes de l'avenir de la montagne, qu'il faut une politique d'aménagement du territoire qui prenne en compte l'ensemble des enjeux, dont le tourisme, mais pas que le tourisme. C'est le rôle des instances représentatives et des associations de porter cette parole. Il faut décliner la feuille de route du Pôle "Tourisme de montagne" de manière suffisamment large pour qu'y soient inclus les services à la population. On rejoint les enjeux de la ruralité, en pente certes, mais de la ruralité. C'est plutôt une chance de voir apparaître ainsi la thématique montagne. A nous d'expliquer que le tourisme en montagne n'est pas un produit financier, mais un élément d'une montagne à vivre qui fait déjà le futur d'un certain nombre de pays comme la Suisse ou l'Autriche.* »

1. Sous conditions !