



HAL
open science

Les sports de nature comme ressource touristique et outil de structuration territoriale : Le cas de Saint-Pierre d'Allevard

Clémence Perrin-Malterre

► **To cite this version:**

Clémence Perrin-Malterre. Les sports de nature comme ressource touristique et outil de structuration territoriale : Le cas de Saint-Pierre d'Allevard. VIIIe congrès international de la Société de Sociologie du Sport de Langue Française, Université Paul Valéry; 3SLF, Jun 2015, Montpellier, France. <hal-02339039>

HAL Id: hal-02339039

<https://hal.science/hal-02339039v1>

Submitted on 30 Oct 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Les sports de nature comme ressource touristique et outil de structuration territoriale : Le cas de Saint-Pierre d'Allevard

Clémence Perrin-Malterre
Maître de conférences en STAPS
Université Savoie Mont-Blanc
Laboratoire EDYTEM - UMR 5204
Bâtiment « Pôle Montagne »
73376 Le Bourget du Lac Cedex
clemence.perrin-malterre@univ-savoie.fr

Introduction

Le Pays d'Allevard ; destination touristique de moyenne montagne fondée sur le thermalisme et les sports d'hiver se questionne aujourd'hui sur son avenir. Certains acteurs souhaitent notamment emprunter la voie de la diversification touristique en s'appuyant sur les sports de nature. L'objectif de cette contribution est d'analyser les jeux des acteurs autour de cette question de la diversification touristique ; et notamment d'analyser la manière dont ils utilisent le sport, se l'approprient et le transforme en fonction de leurs intérêts.

Nous considérons la destination touristique comme un système touristique localisé dans lequel des acteurs poursuivent leurs propres intérêts.

Nous nous appuyons également sur des travaux (Dissart, 2012 ; François, 2008 ; François, Hirczak et Sénil, 2013 ; Savelli, 2012) qui montrent que la diversification touristique repose sur l'activation de ressources territoriales, définies comme « une caractéristique construite d'un territoire spécifique et ce, dans une optique de développement » (Gumuchian, Pecqueur, 2007, p. 5). La ressource territoriale naît de l'intentionnalité des acteurs et de leur volonté d'agir ; mais surtout, elle résulte de la coordination de ces acteurs (Lamara, 2009). Ces travaux soulignent donc le rôle clé joué par les acteurs dans l'identification, l'« invention » et la valorisation de nouvelles ressources touristiques et leur capacité à faire de ces ressources des leviers de développement territorial (Oiry-Vaccara, 2012).

Le recueil des données repose principalement sur 12 entretiens semi-directifs.

Les deux pôles touristiques majeurs du Pays d'Allevard

Le thermalisme

Le premier pôle touristique est le thermalisme qui s'est développé grâce à la présence d'eau soufrée. C'est en 1837 qu'un premier établissement de bain à vocation médicale est construit, mais sans orientation thérapeutique particulière. Au milieu du XIXe siècle, le Docteur Bernard Niepce spécifie le caractère médical de l'eau thermale d'Allevard dans le but de soigner « *les maladies des voies respiratoires* », mais aussi sur les soins prodigués pour traiter les problèmes de cordes vocales. Cette spécificité des eaux d'Allevard-les-bains attire chanteurs d'opéra, orateurs, hommes d'affaires et hommes politiques. La clientèle de l'époque était très mondaine et donc exigeaient un standing assez élevé en matière d'hébergement et de loisirs. Allevard assiste donc à l'essor de son établissement thermal au milieu du XIXe siècle, par le caractère mondain et élitiste de la clientèle effectuant des cures. Pendant, la période la plus « rentable » pour cet établissement est celle durant laquelle les cures sont entrées dans le cadre des remboursements effectués par la sécurité sociale, de 1950 à 1980. Cependant, ces remboursements ont été peu à peu réduits, ce qui a entraîné une baisse de fréquentation des thermes avec un passage de 12 000 curistes par an dans les années 80 pour des traitements concernant uniquement les voies respiratoires, à une fréquentation de 4000 curistes par an, dont environ 1200 en voies respiratoires. Les 2800 autres curistes viennent pour traiter des pathologies concernant la rhumatologie, orientation de traitement développée depuis les années 90. Ainsi, au-delà de cette baisse de fréquentation, on observe un vieillissement de la clientèle due à cette nouvelle orientation : si auparavant, il y avait une majorité d'enfants (les plus sensibles au niveau des voies respiratoires), aujourd'hui, il y a une majorité de personnes âgées venant pour soigner les problèmes rhumatologiques.

Depuis 1997, l'établissement thermal est géré par une société d'économie mixte (SEM), détenue à 80% par les mairies des communes du Pays d'Allevard, dont Allevard représente la part la plus importante, 15% sont détenus par l'ancien propriétaire et le reste est distribué entre différents actionnaires privés. Ainsi, le secteur public détient la majeure partie des décisions concernant l'établissement et les offres proposées ou à développer.

La station de sports d'hiver

Le deuxième pôle touristique est la station de sports d'hiver du Collet d'Allevard localisée sur les territoires de La Chapelle-du-Bard et d'Allevard. Elle a été rée en 1955 sur d'anciens pâturages communaux réservés à l'estive des troupeaux collectifs de la communauté

d'Allevard. La station a atteint sa taille actuelle en 1975. Elle est aujourd'hui considérée comme station de moyenne montagne, avec 23 pistes comptant un total de 35 kilomètres balisés et 11 remontées mécaniques. Aujourd'hui la station représente un volume d'environ 250 000 journées skieurs par saison. Cette station se trouve dans une catégorie de station vulnérable au changement climatique et au potentiel manque de neige dans les prochaines décennies. Elle n'échappe pas aux difficultés que l'ensemble des stations de ski rencontrent actuellement dans les Alpes du Nord, notamment le vieillissement du parc de remontées mécaniques, ainsi que la nécessité de rénover les logements devenus obsolètes et ne correspondant plus aux critères de la clientèle actuelle. Elle subit également la fragmentation des séjours touristiques avec le développement des courts séjours et de l'excursionnisme (Knafou et Violier, 2005). Selon M. Jérôme Pierre, la situation financière de la station du Collet est difficile malgré un chiffre d'affaire de 2 200 000 € en 2013.

Comme pour l'établissement thermal, les remontées mécaniques sont gérées par les acteurs publics, via un SIVOM.

Ainsi, le pays d'Allevard s'illustre comme une destination touristique sur laquelle deux pôles moteurs permettent de générer des flux de visiteurs durant les saisons d'été et d'hiver. Cependant, la situation économique des thermes et de la station, les effets du changement climatique sur les conditions d'enneigement ainsi que la situation économique locale avec la liquidation judiciaire de l'entreprise Ascométal, poussent les acteurs publics locaux à trouver des solutions afin de pérenniser l'activité locale. Certains acteurs locaux ont choisi de se lancer sur la voie de la diversification touristique pour renouveler l'attractivité du territoire. Pour cela, ils ont utilisé le sport dans l'objectif de la transformer en un produit touristique.

Le projet d'implantation d'une station de trail

Plus précisément, les acteurs se sont positionnés sur une activité en plein essor : le trail et ont monté un projet pour l'implantation d'une station de trail. Le concept, né à Saint Pierre de Chartreuse et imaginé par le gérant de l'entreprise Raidlight réside sur l'utilisation de différents outils : des parcours de trail balisés aux niveaux de difficulté variés (une dizaine en moyenne), un stade de trail avec des ateliers pour s'entraîner, une base d'accueil comprenant douches et vestiaires, et un site Internet. Ce concept est vendu clé en main aux collectivités pour un coût de 40 000 euros. Il existe désormais un réseau de stations de trail.

A l'origine de la décision d'implantation d'une station de trail en Pays d'Allevard, il y a eu le succès d'un événementiel : l'Echappée belle ou ultra trail de Belledonne dont une partie du

parcours se déroule sur ce territoire. Les organisateurs et les acteurs locaux ont saisi l'opportunité de cette course et se sont mobilisés pour réfléchir à la mise en place d'une activité pérenne autour du trail. En parallèle, l'entreprise Raidlight souhaitait implanter une nouvelle station de trail, en lien avec une initiative du CG de l'Isère. Cette concomitance a conduit à la décision d'implanter la station en Pays d'Allevard.

L'intérêt des acteurs porteurs de projet

Une fois cette décision prise, un comité de pilotage a été créé, avec à sa tête, François Nicot, lui-même pratiquant de trail et élu au conseil municipal de St-Pierre d'Allevard. Ce comité avait pour but de réfléchir à la mise en place du projet, de coordonner les acteurs, de réunir les professionnels du tourisme et les élus du canton d'Allevard. Plusieurs acteurs locaux issus du domaine sportif et touristique en faisaient partie dès sa constitution, notamment Youcef Tabet, président de l'association « Bel'donne Running » et élu au conseil municipal de St-Pierre d'Allevard, et Laurent Doussot, salarié de l'office de tourisme du Pays d'Allevard et accompagnateur en montagne.

On voit que les acteurs initiateurs du projet sont également pratiquants, voire même ont un métier en relation avec cette activité. Ils se sont donc servis de leur position d'élus pour faire avancer le projet, ce qui était dans leur propre intérêt. D'autres acteurs se sont mobilisés pour ce projet, notamment le propriétaire du gîte de la Martinette et les guides et accompagnateurs en montagne.

Le projet a donc été porté par des acteurs pratiquants qui y trouvaient leur intérêt. Leur objectif est de transformer une pratique sportive en un produit touristique afin de pouvoir bénéficier de l'arrivée d'une nouvelle clientèle. Par exemple, François Nicot propose des stages d'initiation ou de perfectionnement à la pratique du trail. De même, le gîte de la Martinette a la volonté de proposer une « offre spéciale trailers » sur plusieurs jours, en lien avec certains accompagnateurs en montagne comme Laurent Doussot.

Le sport est donc envisagé ici comme une ressource touristique, pouvant bénéficier à l'attractivité du territoire. En effet, selon le directeur de l'OT, l'intérêt de ce projet est d'attirer une population des pratiquants qui vont rester plusieurs jours sur le territoire, cad des touristes sportifs qui vont contribuer à l'économie locale et vont dynamiser les commerces, les hébergements, et l'ensemble des professionnels du tourisme. Le sportif est donc vu comme un touriste consommateur. La création de la station de trail peut également avoir un rôle de « capteur » de clientèle plus large, permettant à d'autres structures touristiques de fonctionner. En effet, les trailers peuvent venir accompagnés de leur famille ou d'amis, qui, eux ne sont pas

forcément intéressés par cette activité, mais potentiellement consommatrice d'autres produits touristiques de nature, ou culturels, comme les chemins du fer et de l'eau situés sur les communes de St Pierre d'Allevard et Pinsot, ou encore des prestations de bien-être et de détente grâce aux thermes. Le sport devient alors un produit d'appel.

Ce projet de station de trail a aussi vocation à modifier l'image touristique du Pays d'Allevard, considérée comme une destination touristique pour « personnes âgées », dû à la présence de l'établissement thermal et de la fréquentation de curistes âgés. « *La directive, aujourd'hui, c'est de développer une nouvelle clientèle plus jeune, plus sportive, plus dynamique ; de rajeunir cette image et de s'orienter plus vers la montagne.* » Le sport est donc utilisé à des fins de communication et de marketing.

Le dernier objectif est de structurer le territoire et de renforcer les liens au sein de l'intercommunalité avec une pratique itinérante qui puisse s'exercer sur tout le territoire du Pays d'Allevard. C'est ainsi que les parcours ont été pensés puisqu'ils empruntent des chemins sur quatre communes du Pays. Les communes du Moutaret et de la Chapelle du Bard ne sont en effet pas concernées par le projet. De plus, comme l'explique le directeur de l'OT, même si la base d'accueil est à Allevard, l'objectif est de mettre en place des points d'accueil relais sur les autres communes. On observe donc une volonté de ne pas concentrer l'offre uniquement sur la commune d'Allevard qui est déjà dotée de nombreux équipements touristiques.

Cependant, ce projet, même s'il a pu aboutir, est loin d'avoir obtenu l'adhésion de tous les acteurs du territoire

Les résistances au projet

On peut d'abord observer un clivage entre les acteurs pratiquants et non pratiquants. En effet, les acteurs à l'origine du projet sont pratiquants de l'activité et sont conscients qu'un potentiel touristique existe, mais le reste des acteurs touristiques potentiellement concernés ne se sentent pas impliqués dans cette activité nouvelle, en témoigne Thierry Thomas, directeur des Thermes d'Allevard : « *j'ai assisté à une réunion, mais ils parlaient entre eux, moi j'adore courir, mais bon en tant que directeur des thermes, les problèmes de dénivelés, de techniques, de piste etc, ça ne m'intéresse pas..* » Ici, on comprend qu'il existe un clivage entre acteurs pratiquants et acteurs non pratiquants. De plus, pour le directeur des Thermes, le sport reste un domaine peu connu par l'établissement thermal, « *avant d'aller dans les domaines que l'on ne connaît pas, essayons de travailler dans les domaines qu'on connaît* »

Par ailleurs, on constate que la perception des trailers par les hébergeurs traditionnels n'est pas la même que pour les acteurs impliqués dans le projet. En effet, pour ces acteurs traditionnels,

le trailer reste un sportif qui ne consomme pas sur le territoire ; et non un touriste. Dans leur esprit, les utilisateurs de la station ayant un haut niveau de pratique, ont tendance à venir seul, à suivre un régime alimentaire parfois drastique et très spécifique, ne consomment pas forcément sur place dans les restaurants, et ne ressentent pas le besoin d'effectuer de « stage découverte ou de perfectionnement » dans l'activité. Ce type de visiteurs consomme finalement peu sur place et ne génère pas de retombées économiques visibles. C'est la raison pour laquelle aucun acteur traditionnel ne s'est impliqué dans le projet car ils n'y voyaient pas leur intérêt.

On observe également des réticences vis-à-vis de la modification de l'image de la destination touristique par le biais d'une nouvelle activité sportive, notamment de la part du directeur des Thermes « *Ils n'ont pas compris qu'à Allevard, on est une station de ski familiale l'hiver et une station de personnes âgées l'été. On n'est pas du fun. (...) On est ce qu'on est, il faut rester ce qu'on est.* » Du coup, une certaine réticence est observable vis-à-vis du projet. Et selon le directeur des Thermes, il faudrait d'abord prendre en compte la spécificité de la clientèle déjà présente et notamment proposer des activités et des animations en phase avec cette clientèle. « *Aujourd'hui, il faut voir que la clientèle (des thermes) a besoin d'activités et d'animations en phase avec son âge, et je reconnais que pour l'OT, développer des activités pour les personnes âgées, ce n'est pas évident* ».

Enfin, on constate des problèmes au niveau de l'intercommunalité dans le Pays d'Allevard. C'est notamment le cas des communes situées dans la vallée du Haut Bréda qui ne se sentent pas réellement concernées par le projet. Concernant la commune de Pinsot, le maire Mr Vaussenat, avait donné un avis favorable pour lancer sa commune dans le projet. Mais à la suite des élections municipales de 2014, le nouveau conseil municipal s'est opposé à ce projet, en avançant l'argument de la non-viabilité et du manque de visibilité à moyen terme de ce projet. Ici, on retrouve la question de rentabilité économique de cette activité. Est-ce que les trailers vont consommer ? Ce refus de participer au projet est aussi le signe d'une défiance plus générale vis-à-vis de la politique menée par l'OT qui est implantée à Allevard : « *disons que l'OT, c'est surtout Allevard. Nous, on nous oublie complètement, ils prennent « les bons billets » comme on dit, mais on n'a pas de retour.* »

On peut donc constater que les tensions au sein de l'intercommunalité sont issues d'une impression d'inégalités au sein de l'association de l'Office de tourisme du Pays d'Allevard. Le déséquilibre entre les actions touristiques menées principalement sur les communes d'Allevard et de St- Pierre-d'Allevard et les communes qui se sentent délaissées telle la commune de Pinsot a provoqué une situation de rupture au sein du regroupement de communes du Pays d'Allevard.

Cette situation se répercute sur le projet de station de trail, considéré comme marginal et générant peu de retombées économiques.

Actuellement, les communes de Pinsot et La Ferrière ont créé plusieurs connexions entre elles en travaillant sur différents domaines, notamment pour le développement de l'animation sur leurs territoires, et ont monté récemment « Les nuits du Haut Bréda », qui sont des concerts qui se déroulent tout au long de l'été.

Conclusion

Au sein d'un système touristique, le basculement d'une offre touristique cloisonnée entre les thermes et la cure pour la saison estivale, et la station de ski du Collet ou du Pleynet pour la saison hivernale, vers une offre quatre saisons, dont les retombées économiques sont actuellement difficilement mesurables génère des réticences de la part d'acteurs privés et publics. Dans les esprits, la pratique du trail, est synonyme de sport « d'élite », avec des pratiquants qui ne consomment pas ou peu sur le territoire. Ceci ne crée pas les conditions favorables à la valorisation de nouvelles ressources touristiques qui pourraient permettre de renouveler l'attractivité du territoire.