



**HAL**  
open science

# La difficile construction d'une identité touristique dans les stations de moyenne montagne. L'exemple du massif du Sancy

Clémence Perrin-Malterre

► **To cite this version:**

Clémence Perrin-Malterre. La difficile construction d'une identité touristique dans les stations de moyenne montagne. L'exemple du massif du Sancy. Nicolas Peypoch; Jacques Spindler. Le tourisme hivernal. Clé de succès et de développement pour les collectivités de montagne ?, L'Harmattan, 2019. hal-02511354

**HAL Id: hal-02511354**

**<https://hal.science/hal-02511354>**

Submitted on 18 Mar 2020

**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.

# **LA DIFFICILE CONSTRUCTION D'UNE IDENTITE TOURISTIQUE DANS LES STATIONS DE MOYENNE MONTAGNE. L'EXEMPLE DU MASSIF DU SANCY**

Clémence PERRIN-MALTERRE

Aujourd'hui, les destinations touristiques, et notamment les stations de sports d'hiver, sont confrontées à une évolution de la fréquentation et des pratiques de la clientèle (François et al. 2011) avec une importance accordée au côté ludique et émotionnel des activités (Corneloup 2007). De plus, leur gouvernance est rendue difficile par le renforcement de la concurrence (Bourdeau 2009; Botti, Goncalves, et Peypoch 2012) sous l'effet conjugué de l'internationalisation du tourisme et des pratiques touristiques, ainsi que du mouvement de décentralisation. En conséquence, chaque site touristique doit valoriser au mieux ses ressources pour augmenter son attractivité. Cette nécessité est d'autant plus prégnante que les pratiques sportives, support de cette attractivité, se sont multipliées et diversifiées. Dans ce mouvement de recomposition et d'ouverture, la question du positionnement et de l'identité territoriale se pose. La question de l'élaboration d'une identité touristique est d'autant plus prégnante aujourd'hui dans un contexte de recomposition territoriale (Vanier 2010) et de développement de l'intercommunalité dans le secteur du tourisme.

L'objectif de cette contribution est d'analyser la manière dont s'élabore la coopération intercommunale dans le domaine du tourisme hivernal en station de moyenne montagne et ses effets sur la recomposition de l'identité touristique. Nous avons choisi d'étudier deux stations de sports d'hiver, Super-Besse et le Mont Dore<sup>1</sup>, dont les domaines skiables sont reliés par à une jonction au sommet et forment ainsi le domaine du Grand Sancy. Depuis 2000, ces deux entités font partie de la communauté de communes du Sancy qui regroupe les dix communes situées autour du massif. La création de cet Etablissement Public de Coopération Intercommunal (EPCI) a permis une mutualisation des moyens et un allègement des coûts de fonctionnement notamment avec la mise en place d'un office intercommunal du tourisme qui centralise l'ensemble des actions de communication. Ainsi la promotion met en valeur un

---

<sup>1</sup> La méthodologie de l'étude de cas a reposé sur deux modes de récoltes des données : d'une part quinze entretiens semi-directifs réalisés avec les acteurs centraux de chaque station ; et d'autre part, une analyse de contenu sur des documents de promotion touristique (le guide hiver et le Site Internet du Massif du Sancy) et le journal officiel de la communauté de communes du Sancy.

territoire commun : le Sancy. Mais se pose la question de la construction d'une nouvelle identité touristique dans ce territoire en recomposition.

### ***I. L'identité touristique des destinations***

Dans le domaine du tourisme, le risque de banalisation des sites et des expériences touristiques est bien connu (Equipe MIT 2002). Il oblige les destinations à renforcer la cohérence de leur offre « *par son inscription dans une identité territoriale porteuse, assise sur la notoriété d'un ensemble de représentations en accord avec les attentes supposées de la clientèle souhaitée* » (Arcuset, Bachimon, et Derioz 2011, 206). L'identité territoriale n'est pas une entité définie une fois pour toutes, mais une construction sociale et historique dont la fonction est double : construire un sentiment d'appartenance à un territoire et se différencier des autres territoires (Haschar-Noé 2005). Selon Peyrache-Gadeau et Gauchon (2007, 297), « *l'identité touristique d'un territoire est affaire de construit social, de modes de spécification, qui se formulent selon des procédés très variés, plus ou moins institués.* »

Au départ, c'est la mise en tourisme des lieux (Equipe MIT 2005) qui va permettre la construction de l'identité touristique. Ensuite, suivant un processus de stratification progressive, on assiste à un phénomène de complexification des parties constitutives de cette identité (Lageiste 2011). Par exemple, si les éléments fondateurs des stations balnéaires ont contribué à une production identitaire marquée par le loisir, une nouvelle identité touristique fondée sur la mise en valeur du patrimoine est en émergence. Cependant, ces nouveaux éléments s'ajoutent sans pour autant évacuer les premiers. Ainsi, plus la nature du tourisme évolue, plus l'identité touristique des stations balnéaires dispose de matière pour se nourrir et devenir un territoire nettement identifiable. « *Un espace peut donc acquérir une identité très visible, constituée par un ensemble de signes, résultante complexe des apports des individus qui l'occupent et se l'approprient. Il est façonné tel que les individus le vivent, le pratiquent et se le représente* » (Lageiste 2011, 223). L'identité touristique donne « corps au territoire », notamment grâce à la production de marqueurs spatiaux qui permettent de mieux singulariser les lieux, en les distinguant, en particulier, des espaces non touristiques. « *Ils constituent ainsi les révélateurs spatiaux de la fonction du lieu* » (Lageiste 2006, 14).

La construction de l'identité touristique repose sur la mobilisation de ressources territoriales (Gumuchian et Pecqueur 2007). Elle s'appuie sur des composantes géographiques (patrimoine naturel et culturel) et idéologiques (histoire, valeurs), propres au territoire concerné et renvoie à une intentionnalité des acteurs. Elle repose en effet « *sur la multiplicité des acteurs, la définition d'un espace identitaire et l'élaboration d'actions, de productions communes* »

(Gumuchian et Pecqueur 2007, 107). L'élaboration de cette identité touristique ne va pas de soi car elle est le produit d'acteurs territorialisés (Gumuchian et al. 2003) qui projettent leurs propres représentations sur cet espace ; les représentations étant des codes qui servent « à décrypter notre environnement géographique, mais aussi à communiquer avec autrui, à rêver, imaginer, planifier et orienter nos conduites et nos pratiques les plus diverses » (Di Méo 2007, 15). Ces représentations vont influencer sur leur vision de ce que doit être l'usage du lieu et sur les conceptions de son aménagement (Gumuchian 1991). Or, souvent, ces représentations diffèrent et peuvent conduire à des affrontements entre « les aménageurs des lieux de notre imaginaire » (Debarbieux 2001, 9).

L'identité touristique souhaitée de la station est envisagée ici comme un construit d'acteurs territorialisés qui s'appuie sur les représentations que ces derniers se font du territoire. Elle repose sur la mise en avant des spécificités du territoire érigées en ressources territoriales et qui résultent du jeu des acteurs constitués en territoire. Et elle participe à la production de marqueurs spatiaux visant à établir une distinction avec les autres lieux.

Si l'identité touristique n'est pas fortuite, elle n'est pas non plus définie une fois pour toute, notamment dans un contexte de recomposition territoriale, comme c'est le cas en France avec la réforme des collectivités territoriales contenue dans la loi du 16 décembre 2010 et prévoyant la réorganisation des périmètres intercommunaux. Selon Vanier (2010), cette recomposition peut entraîner la tentation du « *sur-territoire* », celui-ci n'étant pas conçu pour articuler les territoires existants, mais pour le fondre dans une nouvelle communauté. Dès lors, la superposition des territoires administratifs et des territoires de projets pose problème. Par ailleurs, les nouveaux territoires intercommunaux ne présentent pas toujours de cohérence touristique évidente (Lewy et Doria 2006). De plus, il peut exister un décalage entre la construction d'entités territoriales supra-communales et la communication touristique. « *Dès lors, en dépit de supports de communication qui sont en partie les mêmes, les deux logiques de production d'identité territoriale ne fonctionnent pas forcément en parfaite synergie* » (Arcuset, Bachimon, et Derioz 2011). Enfin, comme le montre l'exemple de l'aménagement de chemins de randonnées, l'intérêt communautaire se confronte souvent aux intérêts communaux et les enjeux identitaires restent centraux dans les décisions concernant l'intercommunalité (Haschar-Noé 2009). Tous ces éléments sont susceptibles de rendre difficile la construction d'une nouvelle identité touristique dans un territoire en recomposition.

Pour débiter, nous proposons une lecture historique de la genèse et du développement de chaque station car le « système-station » et l'identité touristique des destinations ne sont pas des données extérieures aux acteurs, mais des constructions sociales et historiques. Cette lecture

est nécessaire pour comprendre les différences territoriales et leurs représentations auprès des acteurs locaux.

## ***II. Historique de la genèse des stations***

### ***A. Le Mont-Dore : une station thermale***

L'histoire touristique du Mont Dore est fortement marquée par le thermalisme. Le premier établissement thermal date de l'époque gallo-romaine et il en reste encore aujourd'hui des vestiges. Si « *l'invention des lieux touristique résulte de combinaisons variées de jeux d'acteurs* » (MIT, 2002, p. 210), plusieurs types d'acteurs ont participé à la mise en tourisme du Mont-Dore. Il s'agit d'abord des médecins et des malades qu'ils envoyaient se soigner et dont le nombre augmenta à partir du 18<sup>e</sup> siècle, alors même que les conditions d'accès et de séjour étaient précaires. Il s'agit également du Conseil Général qui devient propriétaire des sources thermales en 1812 et fit construire un établissement thermal achevé en 1823. Il s'agit également des entrepreneurs, à commencer par les premiers aubergistes qui accueillaient les malades, mais également ceux qui ont permis le développement d'infrastructures hôtelières, de loisirs (comme le Casino en 1881) et de transport. C'est ainsi que l'arrivée du chemin de fer en 1899 permettait d'atteindre le Mont-Dore en neuf heures depuis Paris. Il s'agit enfin des personnes et artistes célèbres qui ont séjourné au Mont-Dore et notamment des écrivains qui, « *par leurs productions ont porté à la connaissance de leurs contemporains les mystères et merveilles de la nature et du passé, et fait naître le désir de les découvrir* » (MIT, 2005, p. 264). Si avant le XIX<sup>e</sup> siècle, la montagne était encore considérée comme pleine d'embuche, le regard porté sur elle va se modifier et sa fréquentation va augmenter peu à peu. A la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, le Puy de Sancy devient même l'excursion vedette de la plupart des estivants. Cependant, les pentes enneigées restent peu fréquentées l'hiver, et ce jusqu'au 20 janvier 1902 lorsque le prêtre de Besse-en-Chandesse entreprend de faire venir d'Allemagne deux paires de ski. Cette pratique va trouver des adeptes, notamment au Mont-Dore où fut créé en 1907 le premier ski club régional. Cinq ans plus tard, la station de sports d'hiver est lancée avec l'arrivée de 45 trains spéciaux depuis Paris au cours de l'hiver. Mais ce sont surtout les années trente qui vont voir la consécration du Mont Dore comme « *grande station de ski* » (Sauvagnat, 1966) : d'abord grâce au déroulement de la Coupe Sardier en 1936, mais surtout grâce aux investissements de l'aviateur Dieudonné Costes qui permirent en 1937 la construction d'un téléphérique et de deux téléskis sur les pentes du Puy de Sancy. Cet équipement considérable pour l'époque permis au Mont Dore de se positionner en troisième position des stations des sports d'hiver du moment,

après Chamonix et Megève. Le Mont Dore a connu une nouvelle phase d'expansion dans les années soixante avec la construction d'un deuxième téléphérique par la société privée qui gérait le premier et avec des investissements de la commune dans la construction de nouvelles remontées mécaniques.

Le Mont Dore est donc une « *station traditionnelle* » (Knafou 1978) avec un domaine skiable qui est venu se « greffer » en périphérie du village existant, mais éloigné du centre qui était déjà organisé autour des Thermes et à proximité de la gare. Dans ce cadre, les sports d'hiver sont venus compléter une activité touristique estivale déjà importante. « *La neige a donc complètement transformé la vie hivernale du Mont Dore qui se trouve dès à présent, en puissance de deux saisons importantes* » (Sauvagnat 1966, 199). Ainsi, la mise en tourisme du Mont Dore est déjà ancienne et aux éléments fondateurs de son identité touristique qui reposent sur le thermalisme, sont venus s'ajouter de nouveaux éléments, notamment liés aux sports d'hiver, aboutissant à un phénomène de complexification de cette identité.

### *B. Super-Besse : une station nouvelle*

Si le ski a été introduit en 1902 par le prêtre de Besse-en-Chandesse, il faudra attendre la deuxième partie du XXe siècle pour voir la construction d'infrastructures permettant la pratique du ski sur ce versant sud-est du massif du Sancy. Ceci s'explique en grande partie pour des raisons d'accessibilité. En effet, ce versant n'est pas desservi par le chemin de fer et au début de ce siècle, l'état des routes n'était pas favorable à la venue de touristes en automobiles. Le projet de station de ski est né dans les années cinquante à la fois sous « *la pression exaspérée de la masse, toujours grandissante, des skieurs* » (Sauvagnat, 1966, p. 198) et sous l'impulsion de Germain Gauthier agriculteur à la ferme des Ribages au pied du sanctuaire de Vassivière et moniteur de ski au Mont Dore l'hiver. Il sera le premier à croire en la viabilité d'une station sur ce versant du Sancy, et plus précisément dans le cirque d'origine volcanique de la Biche, à 7 km au-dessus du village de Besse. Il finalise son projet en 1959 et fait alors appel à des promoteurs de Clermont-Ferrand et obtient également le soutien du maire de Besse. Pour réaliser le projet, ces acteurs créent une société privée, la société Pavin Sancy qui, avec la municipalité de Besse, construit une route d'accès et réalise les premières installations : remontées mécaniques et hébergements. La station de Super-Besse voit le jour le 21 décembre 1961.

Super-Besse est donc une station nouvelle « *fonctionnelle* » (Knafou, 1978) qui a existé sur le papier avant d'être créée en vue de la pratique du ski. Comme pour les stations des Alpes créées ex-nihilo en milieu vierge, l'aménagement devait être rationnel, c'est-à-dire répondre au mieux

à la pratique intensive du ski. Ainsi, le front de neige d'où partent les remontées mécaniques et où convergent les pistes se situe à proximité des principaux hébergements et des parkings. Dans ce cadre, « la volonté de l'usage » de la montagne pour la pratique du ski (MIT, 2002) a primé sur la dimension esthétique du lieu. Et comme pour les stations des Alpes (Knafou, 1978), l'idée sur laquelle reposait la volonté des acteurs de créer Super-Besse était que le marché des sports d'hiver, alors en forte croissance, ne pouvait que continuer à se développer. Super-Besse est donc une station créée par le tourisme (MIT, 2002) et conçue au départ uniquement pour la pratique du ski avec des remontées mécaniques, des pistes, des hébergements et des parkings. Aujourd'hui encore, la station s'étire de part et d'autre d'une rue principale qui aboutit au front de neige. Ce qui la caractérise, c'est sa fonctionnalité et sa ressemblance avec les autres stations nouvelles des Alpes. Comme pour ces stations, « *la logique financière et immobilière prime sur la logique sportive et culturelle dans un contexte de forte standardisation urbanistique et touristique de l'offre* » (Bourdeau 2008, 23). De plus, Super-Besse se vit au présent et fait peu de place à l'histoire, contrairement au Mont-Dore où les vestiges des thermes romaines constituent un marqueur spatial important du lieu touristique (Lageiste, 2006). Cette station est donc un lieu touristique standardisé et normalisé et cette conception fonctionnelle initiale rend difficile l'affirmation d'une identité propre.

### ***III. Deux stations à la gestion « communocentrée » au sein d'une intercommunalité***

Les stations de Super-Besse et du Mont-Dore sont toutes les deux caractérisées par une gestion communocentrée (Gerbaux, Boudières et Marcelpoil, 2004) puisque les communes de Besse-Saint-Anastaise et du Mont-Dore sont propriétaires des Sociétés d'Economie Mixte (SEM) des remontées mécaniques à 80%. Outre leur implication dans les SEM, les communes jouent un large rôle dans le fonctionnement des stations, d'une part en tant « *qu'authorités organisatrices* » selon la loi montagne de 1985, mais également comme aménageurs et gestionnaires de services. Ces deux stations font partie de la communauté de communes du Sancy qui s'est substituée en 2000 au syndicat intercommunal de promotion touristique du Sancy, créé en 1972. Selon les élus politiques, cette création s'est faite sur le seul projet d'un développement économique reposant sur le tourisme, et ceci sous la forte impulsion du président du Conseil Général de l'époque qui œuvrait pour la généralisation des structurations en communauté de communes, et du directeur du Comité départemental du tourisme qui a joué un rôle très actif dans l'organisation touristique. Ainsi, l'EPCI s'est constitué dès le départ sur la base d'un projet

touristique. Une des conséquences de la priorité donnée au tourisme dans la création de la communauté de communes est le découpage géographique de celle-ci, qui n'épouse pas un bassin de vie, mais au contraire est centrée sur un massif montagneux : le Sancy. Pour les élus des deux communes-supports des stations, il s'agissait de saisir l'opportunité offerte par la coopération intercommunale pour le développement touristique des stations, ce qui n'est pas le cas dans les Pyrénées où les jeux d'acteurs ne favorisent pas l'insertion des gestions des stations dans les ententes intercommunales (Clarimont et Vlès 2009). Le projet majeur qui a motivé la structuration en communauté de communes a été la restructuration du domaine skiable et le renforcement de la capacité des remontées mécaniques, notamment à Super-Besse, avec l'investissement dans le remplacement d'une télécabine par un funitel<sup>2</sup> ouvert en décembre 2008 (pour un coût de 13,8 millions d'euros). La deuxième grande décision fondatrice dans la structuration de l'action touristique a été la création d'un office de tourisme communautaire, qui vise notamment une réorganisation du travail avec le regroupement des personnels des différents bureaux existants au sein d'une même entité. C'est ainsi que chaque responsable de bureau s'est vu confié une mission spécifique. La mise en commun a également permis des actions plus importantes en termes de communication et de promotion. Mais surtout, la promotion touristique met désormais en avant un territoire commun qui est le Sancy. L'objectif des élus est en effet de faire venir les touristes sur le territoire du Sancy pour ensuite les inciter à en faire le tour. La volonté affichée est de passer « *d'un tourisme de sites à un tourisme de territoires, indissociable de l'affirmation de l'activité touristique en tant que levier de développement local* » (Arcuset, Bachimon, et Derioz 2011). Le processus de recomposition territoriale du Massif du Sancy a donc abouti à la construction d'un EPCI qui s'est constitué d'emblée sur un projet touristique. Il est né d'une réelle volonté politique des élus communaux qui y ont vu une opportunité de développement. Pour ces derniers, les apports de l'intercommunalité reposent sur une mutualisation des moyens, mais surtout sur la mise en place d'un projet global de territoire autour du tourisme permettant de « *faire coïncider la gestion de la destination touristique avec le territoire de sa mise en production* » (Clarimont et Vlès 2009, 6). On quitte ici la simple coopération intercommunale « fonctionnelle » ou « de gestion », pour tendre vers une intercommunalité « de projet » qui vise la mise en place de projets de développement économiques et territoriaux (Dall'Aglío et Petitot 2000). Cependant, contrairement à la supracommunalité (Vanier 2002), l'intercommunalité laisse tout le pouvoir de délégation des compétences et de dotation financière afférente aux communes adhérentes de

---

<sup>2</sup> Le funitel est un téléphérique bi-câble offrant une meilleure résistance au vent qu'un téléphérique mono-câble et un débit de 1500 personnes par heure



groupements. Et dans le cas du Massif du Sancy, il est possible de constater la persistance de l'échelle communale dans la gestion de chaque station avec un poids important des communes dans les Sociétés d'Economies Mixtes (SEM) des remontées mécaniques<sup>3</sup>. Chacune d'elles conserve donc une autonomie de fonctionnement. C'est notamment l'exemple de Super-Besse où la municipalité a décidé d'embaucher un animateur sportif pour proposer des animations sur le domaine skiable et en station. Or, cette persistance de l'implication des communes n'est pas sans conséquence sur la construction d'une nouvelle identité territoriale.

Ainsi, la construction d'un territoire commun est une volonté forte des élus communaux qui ont un poids important dans le pilotage de chaque station, alors même que celles-ci restent concurrentes.

### *A. A la recherche d'un positionnement spécifique*

Pour faire face à ce risque de concurrence entre les deux stations qui font désormais partie du même territoire de projet, les élus ont exprimé leur volonté de les différencier l'une de l'autre et de faire jouer la complémentarité entre elles. Dans ce cadre, la communauté de communes a commandité en 2006 une étude de positionnement touristique qui avait pour objectif de « *dégager des positionnements propres pour chacune des entités touristiques de la destination Sancy, tirant parti de leurs spécificités respectives et assortis d'orientations stratégiques claires en matière d'équipement, d'animation ou d'organisation* »<sup>4</sup>. En d'autres termes, il s'agissait pour les acteurs d'ériger des spécificités locales en ressources territoriales (Gumuchian et Pecqueur 2007).

#### **1. Le Mont-Dore, station montagne et thermale**

En ce qui concerne les deux stations étudiées, le Mont Dore est positionné « Station montagne et thermale ». Elle offre en effet la possibilité de pratiquer d'autres activités sportives hivernales que le ski alpin, et notamment la randonnée en raquettes, le chien de traîneau, le ski joëring, et l'escalade de cascade de glace. L'ensemble des acteurs de la station s'accorde pour dire qu'il leur faut développer le potentiel de ski hors-piste de la station en proposant notamment des espaces sécurisés. Autour de ces activités hivernales, une journée de découverte est organisée par le Club Alpin Français (CAF) et la Fédération Française de la Montagne et de l'Escalade (FFME) : Auverglace. Ainsi, le Mont-Dore est perçu par les acteurs sportifs mais aussi

---

<sup>3</sup> Les communes de Besse-Saint-Anastaise et du Mont-Dore sont chacune propriétaires des Sociétés d'Economie Mixte (SEM) des remontées mécaniques à 80%

<sup>4</sup> Journal officiel de la communauté de communes du Sancy

touristiques comme « le petit Chamonix », avec la présence de couloirs à la pente raide et de cascades de glace, offrant la possibilité de pratiques de ski et de grimpe similaires à celles que l'on peut retrouver dans les Alpes.

Par ailleurs, le Mont Dore est également une station thermale et le directeur des Thermes du Soleil propose désormais des soins de bien être thermal à la journée en saison hivernale, ainsi que des forfaits jumelés « Hauts d'forme » entre des soins de remise en forme thermique et des activités sportives présentes sur la station (le ski alpin, la randonnée en raquette et le ski joëring). Ainsi, le Mont Dore développe des activités hivernales annexes au ski alpin ; ceci en complémentarité avec la deuxième activité phare de la station : le thermalisme. Le positionnement adopté repose sur une complémentarité entre les activités sportives hivernales et le thermalisme. Le Mont Dore a réussi à exploiter des spécificités locales que sont l'eau thermale, les pentes raides du versant nord du Puy de Sancy et un enneigement hivernal de qualité pour les ériger en ressources territoriales. Et si d'autres stations comme Brides-les-bains ou Saint-Gervais dans les Alpes proposent également ce type de produits, le Mont-Dore conserve une spécificité qui est le ski de couloirs et de pentes raides. Sur la base de ces ressources territoriales qui reposent notamment sur des composantes géographiques, mais aussi idéologiques (liées à l'histoire du lieu), le Mont Dore a su se construire une identité touristique différenciée de celles de la plupart des autres stations de sports d'hiver et devenir un territoire identifiable.

La construction de cette identité touristique repose sur une réelle volonté politique à laquelle adhèrent les acteurs économiques. L'ensemble des acteurs a su mettre des moyens en place pour aller dans le sens du développement de la station, ce qui a permis de modifier son image. Ainsi, au Mont Dore, il n'y a pas de décalage entre la volonté de la sphère politique et des acteurs économiques pour le développement de la station et entre les moyens mis en œuvre. Comme c'est le cas dans certaines stations des Alpes, on observe « *une véritable articulation entre les différentes dimensions aboutissant à l'émergence d'une atmosphère territoriale et d'une culture touristique locale* » (Marcelpoil et François 2008, 181). De plus, grâce au thermalisme, le Mont Dore a depuis longtemps pris en compte les enjeux de complémentarité entre les saisons hivernale et estivale. C'est d'ailleurs lors de la saison estivale qu'avaient été mis en place les forfaits jumelés « Hauts d'forme » entre des soins de remise en forme thermique et des activités sportives présentes sur la station (golf, accrobranche, équitation, randonnée). Cette expérience concluante a ensuite été étendue à la saison hivernale. La station du Mont-Dore se situe donc dans une trajectoire de relais qui « *se caractérise par la pérennisation du caractère dominant de la fonction touristique de la station, ceci grâce à des processus d'adaptation et d'innovation*

*constants de l'offre touristique. Il correspond à une tentative (réussie) de passer le relais en continu entre des pratiques touristiques successives et complémentaires* » (Darbellay 2011, 38).

## **2. Super-Besse, station multi-loisirs**

Pour sa part, Super Besse est positionnée « Station d'hiver et d'été multi-loisirs ». En hiver, cette destination touristique propose une offre importante de pratiques sportives compétitives. Super Besse accueille chaque année, depuis 1994, un événementiel d'envergure nationale : le Trophée Andros<sup>5</sup>. La station organise également un événement depuis 2005 : la nuit de la glisse au cours de laquelle la SEM met en avant ses différents services et organise des animations autour du ski. De plus, la mairie a embauché en 2006 un animateur sportif pour proposer des animations à la fois sur le domaine skiable, mais aussi dans la station. Cette décision allait dans le sens du directeur de la SEM. Pour renforcer son image de station sportive, elle souhaite également développer l'accueil de grandes équipes sportives de haut niveau. Il existe également une offre d'activités nordiques, sachant que la zone nordique est considérée comme la troisième de France. En définitive, la station de Super Besse est centrée sur l'activité ski alpin avec une orientation compétitive. Cette orientation choisie pour Super-Besse correspond au fait que comparativement à d'autres stations de sports d'hiver, elle n'a pas de spécificités territoriales reposant sur des composantes naturelles qui soient distinctives, d'autant moins que la qualité de l'enneigement est moindre que celle du Mont Dore. Pour faire face à cela, la station a très tôt investi dans la production de neige artificielle. Quoiqu'il en soit, ses ressources naturelles en font un territoire de montagne « *générique* » (Dissart 2012). Elle pallie ce manque grâce à des aménagements permettant de renforcer la dimension sportive du territoire et en particulier du domaine skiable, et avec la mise en place d'animations.

Les acteurs de Super Besse sont satisfaits du positionnement adopté car il correspond aux caractéristiques de la station et à l'offre sportive proposée. Cependant, il est possible de repérer des dysfonctionnements. Le premier est le manque de coordination entre certains acteurs, notamment au niveau des horaires entre la fin des cours de l'ESF et le service des navettes ou entre ceux des équipements indoor et des remontées mécaniques. Pour le directeur de la SEM, cela peut être préjudiciable pour la clientèle. Le fait que chacun travaille « tout seul dans son coin », a été une difficulté pour la mise en place d'animations pour lesquelles il fallait coordonner les actions de tous. Une autre difficulté est le risque de démobilité des acteurs privés<sup>6</sup> qui, face à la prise en charge par la mairie du développement de la station, ont tendance

---

<sup>5</sup> Le Trophée Andros est un championnat de compétition automobile de type rallycross sur glace disputé en France depuis 1990.

<sup>6</sup> Il s'agit notamment des propriétaires d'hébergements

à se retrancher dans leur seul domaine de compétence sans être incités à une action collective efficace. Ainsi, à Super-Besse, la gouvernance territoriale pose problème, celle-là même qui permettrait de définir un espace identitaire et d'élaborer des actions communes (Gumuchian et Pecqueur 2007).

Mais il apparaît aussi que les représentations que les acteurs ont du territoire et de ses usages divergent. Et comme le montre Gumuchian (1991), ceci a une incidence sur leurs conceptions de l'aménagement de la montagne. Pour les élus, le développement d'une « station-sport » passe avant tout par des investissements dans les remontées mécaniques et ils ont ainsi lourdement investis dans la construction du funitel. Mais pour le directeur de l'ESF et surtout pour l'animateur sportif, il s'agirait davantage de développer des espaces ludiques. Elle devrait également développer les activités annexes au sein de la station pour éviter que les clients ne rentrent dans leur appartement à la fin de leur journée de ski. Et même si le funitel a permis une progression de la fréquentation de 35 % sur la saison 2008/2009 par rapport à l'année précédente, certains acteurs craignent que le manque d'espaces ludiques et d'animation risque à terme de ne pas permettre de fidéliser cette clientèle. Ainsi, les représentations des acteurs sur ce que doit être une « station sport » divergent, ce qui rend difficile la construction d'une véritable identité touristique et sportive.

Au-delà des différences dans la construction de l'identité touristique et de la gouvernance territoriale qui la sous-tend, la question qui se pose également est de savoir comment parvenir à faire jouer la complémentarité entre les deux stations pour construire un territoire commun, alors même que chacune d'elles souhaite d'abord se différencier.

### *B. La difficile construction d'une nouvelle identité territoriale*

Si les élus des deux communes sont largement impliqués dans la réflexion sur l'avenir de l'activité touristique à l'échelle du massif, celle-ci porte essentiellement sur des aménagements du domaine skiable (comme ce fut le cas pour le funitel à Super Besse), et non sur des caractéristiques communes aux deux stations qui pourraient être érigées en ressources territoriales. Cela pourrait être par exemple le Puy de Sancy, qui avec un relief façonné par l'activité volcanique est une caractéristique naturelle distinctive par rapport aux Alpes. Ainsi, pour le moment, il n'y a pas d'identité « Sancy » clairement formulée, d'autant plus que les positionnements communaux sont marqués. On peut donc affirmer que le processus de recomposition territoriale qui en réalité a créé un double niveau de destinations – les destinations locales (les stations) et la destination globale (la communauté de communes) –

pose problème pour la construction d'une identité propre au territoire du Sancy. L'analyse des supports de communication met en évidence la recherche d'un équilibre entre la promotion du territoire commun et la mise en avant des spécificités locales des stations, mais sans véritablement faire de choix entre les deux. De plus, certains acteurs ne voient pas forcément la construction d'un nouveau territoire touristique supra-communal comme une opportunité car il y a un risque, selon eux, de perte d'identité. Si, comme les résultats le montrent, ce risque n'est pas avéré actuellement, ces propos mettent en évidence le fait que tous les acteurs n'ont pas la même perception de ce que devrait être l'échelle pertinente de la destination touristique.

Enfin, au-delà de l'étude de positionnement qui a eu lieu en 2006, les acteurs privés ne sont plus sollicités pour participer à une réflexion portant sur l'ensemble du territoire. Or les études menées sur les stations des Alpes (Marcelpoil et Boudières 2006), montrent qu'il est nécessaire de favoriser l'expression des logiques et des représentations de chacun sur le devenir de la destination. Mais, pour le moment, il n'y a pas de vision partagée chez les acteurs sur ce que doit être l'identité touristique de la destination Sancy et la composante identitaire du territoire relève davantage de chaque commune. En définitive, se pose la question de l'avenir commun des deux stations qui irait au-delà d'une simple interconnexion des deux domaines skiables. En effet, la construction d'un territoire unique n'est pas forcément le souhait de tous les acteurs, et il apparaît que les deux stations restent finalement concurrentes et surtout, que chacune d'elle possède sa propre identité touristique qui est le fruit d'une lente construction, notamment en ce qui concerne le Mont-Dore.

#### ***IV. Conclusion***

Au cours du XXe siècle, les pratiques sportives hivernales sont devenues un élément d'attractivité touristique et ont participé au développement des territoires de moyenne montagne en Auvergne. Cependant, sous l'effet de l'internationalisation du tourisme, la concurrence entre les stations de sports d'hiver se renforce. Chacune d'elle est alors amenée à valoriser ses propres ressources touristiques et à se construire une identité locale différenciée de celle des autres territoires afin de conserver son attractivité. Cette problématique est d'autant plus prégnante dans un contexte de recomposition territoriale, comme c'est le cas dans le Massif du Sancy. Cette étude a mis en évidence la difficulté de parvenir à (re)construire un territoire commun et une nouvelle identité territoriale alors même que les identités touristiques de chaque station restent marquées. Et si les élus locaux sont conscients des opportunités offertes par le regroupement des territoires, ce n'est pas le cas de tous les acteurs. Cela met en évidence les

différences de représentations des acteurs et les difficultés de gouvernance territoriale qui en résultent.

Cette étude a été menée avant la mise en place de la loi NOTRE qui modifie l'organisation territoriale, notamment en matière de tourisme, avec le renforcement des intercommunalités. Une piste de recherche serait alors d'étudier les effets de la mise en application de cette loi sur l'identité touristique des destinations de montagne. En effet, selon la loi, la promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme, figure désormais parmi les compétences que les communautés de communes et d'agglomération exercent de plein droit en lieu et place des communes membres. Par ailleurs, une analyse comparative avec des stations de moyenne montagne alpine permettrait de mettre en évidence les spécificités liées à chaque massif.

## **Bibliographie**

- Arcuset Laurent, Bachimon Philippe et Derioz Pierre, « Construction politique et communication au service du tourisme : deux logiques distinctes et pas toujours articulées de l'affirmation d'identités locales ». In Annie Bleton-Ruget, Nicole Commerçon, et Isabelle Lefort (dir.) *Tourismes et territoires*, Institut de recherche du Val de Saône Mâconnais, 2011, 201-214.
- Botti Laurent, Goncalves Olga et Nicolas Peypoch, « Analyse comparative des destinations « neige » pyrénéennes ». *Journal of Alpine Research / Revue de géographie alpine* 100 (4), 2012
- Bourdeau Philippe, « Les défis environnementaux et culturels des stations de montagne. Une approche à partir du cas français ». *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 27 (2), 2008, 23-30.
- Bourdeau Philippe, « De l'après-ski à l'après-tourisme, une figure de transition pour les Alpes ?. Réflexions à partir du cas français ». *Journal of Alpine Research / Revue de géographie alpine*, 97(3), 2009.
- Clarimont Sylvie, et Vlès Vincent. 2009, « Le tourisme pyrénéen face au développement durable : une intégration partielle et hésitante ». *Journal of Alpine Research / Revue de géographie alpine*, 97(3), 2009.
- Corneloup Jean, « Ambiance et univers culturels dans les stations de sports d'hiver ». In Philippe Bourdeau (dir.), *Les sports d'hiver en mutation. Crise ou révolution géoculturelle ?*, Paris: Lavoisier, 2007, 183-93..
- Dall'Aglio Sandrine, et Petitet Sylvain, « Territoire communal et solidarité territoriale, le cas de Villefranche-sur-Saône (Rhône) », *L'Espace géographique*, 29 (2), 2000, 170-83.
- Darbellay Frédéric, « Vers une théorie de l'interdisciplinarité? Entre unité et diversité ». *Nouvelles perspectives en sciences sociales : Revue internationale de systémique complexe et d'études relationnelles*, 7 (1), 2011, 65-87.
- Debarbieux Bernard, *Chamonix-Mont-Blanc, 1860-2000: les coulisses de l'aménagement*. Edimontagne, 2001.
- Di Méo Guy. « Une géographie sociale entre représentations et action ». *Montagnes méditerranéennes et développement territorial*, 23, 2007, 13-21.
- Dissart Jean-Christophe. « Co-construction des capacités et des ressources territoriales dans les territoires touristiques de montagne. Étude de cas sur l'Oisans ». *Journal of Alpine Research / Revue de géographie alpine*, 100(2), 2012.

- Equipe MIT, *Tourismes 1 : Lieux communs*, Paris, Belin, 2002.
- Equipe MIT, *Tourismes 2 : Moments de lieux*, Paris, Belin, 2005.
- François, Hugues, Frochot Isabelle, Marcelpoil Emmanuelle, et Kreziak Dominique. « De l'adéquation de la conception des stations de sports d'hiver à la demande touristique contemporaine ». *Mondes du Tourisme*, Hors série « Tourisme et mondialisation », 2011, 267-75.
- Gumuchian Hervé, *Représentations et aménagement du territoire*, Paris, Economica, 1991.
- Gumuchian Hervé, Grasset Eric, Lajarge Romain, et Roux Emmanuel. *Les acteurs, ces oubliés du territoire*, Paris, Economica, 2003.
- Gumuchian Hervé, et Pecqueur Bernard. *La ressource territoriale*, Paris, Economica, 2007.
- Haschar-Noé Nadine. « Sport et "identité locale" : l'exemple de deux projets d'aménagements sportifs et touristiques intercommunaux ». In Claude Sobry et Patrick Bouchet (dir.) *Management et marketing du sport : du local au global*, Lille, Septentrion, 2005, 199-215.
- Haschar-Noé Nadine, « L'aménagement des chemins de randonnée: un instrument d'identification et de « gouvernance » territoriales », *Espaces et sociétés*, 138, 2009, 115-33.
- Knafou Rémi, *Les stations intégrées de sports d'hiver des alpes françaises*. Paris, Masson, 1978.
- Lageiste Jérôme, « Les marqueurs spatiaux des lieux touristiques. Conceptualisation, typologie et portée symbolique ». In Jean Rieucou et Jérôme Lageiste (dir.) *L'empreinte du tourisme. Contribution à l'identité du fait touristique*, Paris, L'Harmattan, 2006, 11-43.
- Lageiste Jérôme, « De l'identité au territoire : l'exemple des stations balnéaires ». In Annie Bleton-Ruget, Nicole Commerçon, et Isabelle Lefort (dir.) *Tourismes et territoires*, Institut de recherche du Val de Saône Mâconnais, 2011, 215-25.
- Lewy Richard, et Doria Marc, « Tourisme et intercommunalité. Enjeux et problématique ». *Cahier Espaces*, 91, 5-12. 2006
- Marcelpoil Emmanuelle, et Boudières Vincent, « Gouvernance touristique des grandes stations et durabilité. Une lecture en termes de proximité », *Développement durable et territoires. Économie, géographie, politique, droit, sociologie*, 7, 2006.
- Marcelpoil, Emmanuelle et François Hugues. « Les processus d'articulation des proximités dans les territoires touristiques. L'exemple des stations de montagne ». *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 2008 (2), 2008, 179-91.
- Peyrache-Gadeau Véronique, et Gauchon Christophe. « Tourisme durable et vulnérabilité des identités territoriales : propositions théoriques en appui sur les contextes de tourisme en montagne ». In Christian Bataillou et Bernard Schéou (dir.) *Tourisme et développement. Regards croisés*, Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan, 2007, 291-324
- Sauvagnat Armand. *La fabuleuse histoire du Mont-Dore*. Clermont-Ferrand, Sauvagnat Editeur, 1966.
- Vanier Martin, « Recomposition territoriale : la voie française », *L'Information Géographique*, 66 (2), 2002, 99-112.
- Vanier Martin, *Le pouvoir des territoires*, Paris, Economica, 2010.