



**HAL**  
open science

# Changement climatique et développement territorial en montagne : conflictualités et enjeux communicationnels

Mikael Chambru, Jean-Philippe de Oliveira

## ► To cite this version:

Mikael Chambru, Jean-Philippe de Oliveira. Changement climatique et développement territorial en montagne : conflictualités et enjeux communicationnels. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2021, 10.4000/rfsic.10306 . hal-03143989

**HAL Id: hal-03143989**

**<https://hal.science/hal-03143989>**

Submitted on 22 Apr 2021

**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.

---

## Changement climatique et développement territorial en montagne : conflictualités et enjeux communicationnels

Le cas d'une station de moyenne montagne des Alpes du Nord

Mikaël Chambru et Jean-Philippe De Oliveira

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/10306>

DOI : 10.4000/rfsic.10306

ISSN : 2263-0856

### Éditeur

Société Française de Sciences de l'Information et de la Communication

Ce document vous est offert par Université Grenoble Alpes



### Référence électronique

Mikaël Chambru et Jean-Philippe De Oliveira, « Changement climatique et développement territorial en montagne : conflictualités et enjeux communicationnels », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 21 | 2021, mis en ligne le 01 janvier 2019, consulté le 22 avril 2021.

URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/10306> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.10306>

---

Ce document a été généré automatiquement le 22 avril 2021.



Les contenus de la *Revue française des sciences de l'information et de la communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International.

---

# Changement climatique et développement territorial en montagne : conflictualités et enjeux communicationnels

Le cas d'une station de moyenne montagne des Alpes du Nord

Mikaël Chambru et Jean-Philippe De Oliveira

---

- 1 En montagne, les changements globaux induits par le dérèglement climatique sont accrus et ont des conséquences particulièrement visibles bien qu'encore incertaines à long terme (Einhorn *et al.*, 2015). L'élévation de la température est par exemple en général plus forte sur la planète, les signaux climatiques plus extrêmes, les mutations paysagères plus significatives. Une autre conséquence est la durée et la quantité d'enneigement. À l'horizon 2050, les projections de Météo France indiquent une réduction de la durée d'enneigement de plusieurs semaines et une diminution de l'épaisseur des couches hivernales de 10 à 40 %, en moyenne-montagne. Or, l'enneigement est la « matière première » du modèle socio-économique de ces territoires de montagne reposant essentiellement sur l'attractivité de leur station de sports d'hiver et la saisonnalité de cette activité : ils sont donc d'ores et déjà soumis à des enjeux d'adaptation importants. Diverses stratégies ont ainsi été mises en place par les pouvoirs publics locaux depuis plus d'une décennie pour adapter l'économie de montagne face au changement climatique et maintenir les stations comme un « *levier de développement, synonymes d'emplois, de regain démographique* » (Richard *et al.*, 2010). Les études s'intéressant aux enjeux liés au risque climatique et menées sur différents terrains révèlent régulièrement une conflictualité entre les différents acteurs (élus, acteurs socio-économiques, habitants-citoyens, etc.) autour des scénarios de transitions possibles ou souhaitables. Derrière un apparent consensus au niveau national, le problème climatique et les solutions qu'il appelle donnent en effet lieu à une re-problématisation au niveau local où les publics montagnards l'appréhendent de manière spécifique. Ce constat souligne différentes manières de voir le « même »

problème, reflétant elles-mêmes la diversité des positions sociales et idéologiques le plus souvent « invisibilisée » ou circonscrite aux marges du débat public (Chambru et De Oliveira, 2020).

- 2 À partir du cas d'un village de moyenne montagne de 1 200 habitants des Alpes du Nord<sup>1</sup>, cet article a pour objectif d'analyser les jeux d'acteurs et les stratégies communicationnelles autour de l'avenir du modèle du développement de ce territoire « questionné » par le contexte du changement climatique. Cette recherche a été financée par le Programme Interrégional du Massif Alpin (POIA) du Fonds européen de développement régional (FEDER) sur une durée de trois ans. L'équipe municipale en place a signé une manifestation d'intérêt pour cette recherche (pièce indispensable pour la complétude de la réponse à l'appel à projets) afin d'alimenter leur réflexion sur des orientations stratégiques d'adaptation au changement climatique. Toutefois, une première enquête exploratoire sur le terrain a permis de constater que la question du changement climatique, sans être écartée ni par les habitants ni par les élus, restait secondaire par rapport à des enjeux socio-économiques. L'essentiel des revenus des habitants repose en effet sur une activité touristique liée à la pratique des sports d'hiver, que ce soit par les emplois directement créés par l'accueil, l'encadrement et la gestion des équipements que par les activités périphériques (hôtellerie, restauration, commerces, services de location, etc.). Dans un contexte de forte concurrence entre les stations de ski et de recompositions territoriales de leurs identités (Perrin-Malterre, 2014), la pérennité de son attractivité en tant que destination touristique hivernale représente un enjeu d'autant plus primordial qu'il y a un « effort » à faire pour s'y rendre et s'y « arrêter », du fait de sa position en fond de vallée. En ce sens, la territorialisation du problème climatique au Villard d'Aulp soulève les paradoxes et les difficultés de mettre en œuvre des solutions alternatives au développement économique fondé sur l'attractivité touristique. S'observe notamment une conflictualité entre enjeux environnementaux et enjeux socio-économiques simultanément à des enjeux socio-politiques sur la question de la préservation de la biodiversité et des paysages. Celle-ci n'est toutefois pas radicalement nouvelle puisque la mise en tourisme des espaces ruraux de montagne est historiquement traversée par une tension entre aménagement et protection de la nature, particulièrement visible à travers la cohabitation entre l'(hyper)anthropisation des stations de ski et la (pluri)labellisation d'espaces naturels protégés (Mauz, 2005).
- 3 L'analyse porte sur la période 2014-2019 et s'appuie sur un corpus d'entretiens semi-directif menés avec des acteurs politiques et socio-économiques du territoire ainsi que sur un corpus exhaustif de la production éditoriale de l'équipe municipale en place<sup>2</sup>. Au cours cette période, une équipe municipale nouvellement élue a proposé aux habitants un autre mode de gestion de la commune, en rupture de la dynamique institutionnelle en vigueur depuis plusieurs décennies. Cette rupture annoncée se caractérise par un moindre soutien au développement de la station de sport hiver et de ses infrastructures... sans pour autant inscrire l'action publique communale dans un changement de paradigme en faveur d'une transition écologique envisagée comme une sortie du « tout ski », du « tout neige » et du « tout tourisme » (Bourdeau, 2009). Le but est d'analyser le déploiement par la municipalité du Villard d'Aulp d'une communication « descendante » autour de ces mutations en « train de se faire » entre le choix d'une intensification des équipements touristiques, estivaux et en station de ski, et le choix d'un modèle de développement valorisant l'« authenticité » et la nature,

plus respectueux de l'environnement et compatible avec un « tourisme doux ». Il s'agit de montrer que cette logique communicationnelle, façonnée par l'action publique autour d'un développement touristique en rupture de dynamique institutionnelle, tend paradoxalement à invisibiliser les convergences s'opérant au sein du territoire sur les scénarii de développement économique à privilégier face aux effets socio-environnementaux du changement climatique.

## Un village de montagne en rupture de dynamique institutionnelle

### Action publique et « système touristique localisé »

- 4 L'analyse de l'action publique communale sur le temps long donne à voir le village du Villard d'Aulp comme un « système touristique localisé » – STL (Gaido, 2002). Ce concept propose une grille de lecture permettant d'appréhender les stations de sport d'hiver à travers une vision plus globale que la seule focale économique et commerciale, sans pourtant écarter la dépendance de ces territoires à un modèle économique dépendant et dominé par l'attractivité touristique. Les stations sont ainsi considérées comme un « système productif » ancré dans un espace spécifique, avec des relations entre acteurs privés et publics, une culture locale du tourisme et une histoire (Marcepoil et Boudières, 2006). C'est donc la combinaison de ces dimensions économiques, politiques et institutionnelles, sociales et culturelles, territoriales qui façonnent les formes de chaque STL, donnant à voir autant de STL que de stations villages existantes. Marcepoil et Boudières en donnent la définition suivante : « *Le STL peut être défini comme un tissu d'entreprises touristiques indépendantes avec une forte proportion de travailleurs indépendants. Au sein de ce système, les entreprises sont étroitement interdépendantes et liées à une dynamique d'ensemble en termes commercial et organisationnel. Le STL comprend des réseaux de solidarités, des partenariats et des stratégies d'insertion, qui impliquent aussi des pratiques d'exclusion, consistant à se protéger de concurrents, d'acteurs « étrangers », et à sélectionner les acteurs économiques performants (notamment sur le marché du travail salarié)* » (2006). Outre cet ensemble complexe de relations d'acteurs, les STL sont le résultat d'un long processus socio-historique et d'une dynamique collective parfois conflictuelle : elles sont marquées par une « *configuration sociale* » renvoyant à « *un système culturel et identitaire qui soude la communauté* » ; configuration qui influence « *les formes d'organisation du travail, les rapports entre les firmes et le territoire, les relations entre celles-ci et l'environnement externe* » (Ferguère, 2013 : 36). Villard d'Aulp s'est en effet structuré depuis les années 1950 économiquement et socialement sur les activités de sports d'hiver, et cette logique de développement s'est poursuivie en conservant des traits culturels propres au village.
- 5 Deux traits de cette STL sont identifiables. Premièrement, le village est tirillé depuis la deuxième partie du XX<sup>e</sup> siècle entre la volonté de préserver le paysage (« la vue magnifique » est présentée presque unanimement par l'ensemble des interrogés comme un atout du village et l'avantage majeur d'y vivre) et celle de développer la station pour rester une destination touristique attractive. Ce processus a été à l'origine de dissensions entre ceux qui souhaitent développer encore la station et ceux qui souhaitent investir (ou voir investir la commune) dans d'autres projets. La création de la réserve naturelle, qui occupe la moitié du territoire, est par exemple née de ces

dissensions entre les promoteurs d'un prolongement des équipements de ski sur cette partie du territoire et les défenseurs de sa préservation de toute industrialisation touristique supplémentaire. Ces tensions perdurent encore aujourd'hui, évoquées au cours de l'enquête comme des « histoires de famille » ou de « clans ». Deuxièmement, Villard d'Aulp est structuré par des logiques relationnelles fortement conflictuelle entre les acteurs. Celles-ci sont notamment observables à travers les tensions qui ont suivi l'arrivée de la nouvelle équipe municipale en 2014 et de son projet de développement pour la commune. Ainsi, elle a été élue à la suite d'une campagne électorale particulièrement véhémente avec l'équipe sortante et ses partisans. Ces tensions se sont cristallisées autour de la proximité entre l'exécutif local alors au pouvoir et la direction des remontées mécaniques, dont fait partie des membres de sa famille avec lesquels le nouveau maire était en conflit. L'élection s'est par ailleurs jouée à une voix près, ce qui fait qu'elle est considérée comme un « accident » par ceux l'ayant perdu. Elle continue ainsi de diviser profondément les habitants du village dans leur vie quotidienne. Les témoignages recueillis au cours de l'enquête l'illustrent de façon significative, entre ceux qui changent de trottoir pour ne pas avoir à saluer un membre de la majorité ; le « boycott » des fêtes de village par les opposants à la mairie ; les courriers anonymes ; les chantages au « huis clos » lors des conseils municipaux quand les oppositions sont trop fortes ; etc.

- 6 Autrement dit, les relations informelles entre les habitants, les acteurs privés et publics du Villard d'Aulp (souvent opaque pour l'observateur extérieur) ont une influence non négligeable sur l'organisation et la gouvernance locale de la STL, dans les processus de prise de décisions et leur mise en œuvre, mais aussi sur le devenir même de la station de sport d'hiver. L'ensemble de ces relations est en effet structuré par des logiques marchandes et concurrentielles ou de coopérations. Elles sont très dépendantes des accointances entre l'acteur « remontées mécaniques » et la commune, surtout depuis la loi Montagne de 1993 et le « *renouvellement des référentiels de l'action publique issus de la décentralisation* » qui ont accentué le poids du pouvoir local : « *à travers le contrôle des deux piliers majeurs de l'outil de production touristique, immobilier d'une part, et remontées mécaniques d'autre part, les collectivités supports de stations disposent désormais d'une capacité à réguler localement leurs stratégies de développement* » (Marcelpoil et al., 2016 : 8 ; cf. aussi Marcelpoil & François, 2008 : 181). De là découle une configuration sociale marquée par des tensions « historiques » et un délitement d'une domination de l'opérateur des remontées mécaniques (qui reste malgré tout un acteur majeur du territoire) au profit de la commune mais également des échelles territoriales « *suprastation* » qui « *contribue[nt] à diluer le poids structurant de l'acteur remontées mécaniques, à l'origine constitutif d'une station comme destination touristique dédiée aux sports d'hiver* » (Marcelpoil et al., 2016 : 5). Les évolutions socio-politiques ne représentent pas le seul facteur de ce relatif affaiblissement de l'opérateur « remontées mécaniques » sur la commune du Villard d'Aulp. Les évolutions sociétales liées à la protection de l'environnement en montagne (Bourdeau, 2009) tendent aussi à révéler et à creuser les attentes et les tensions entre les habitants, selon leur appartenance à un « clan » ; les intérêts qu'ils ont (ou pas) à conserver un modèle fondé sur le « tout-ski » mais aussi à leur degré d'adhésion à des scénarii de développement prenant en compte les enjeux du changement climatique. Cela peut alors infléchir les positions des élus de la commune, pourtant favorables à « miser » sur l'activité « ski d'hiver », quant aux projets de développement de celle-ci (cf. *infra*).

## Des jeux d'acteurs renouvelés et une triple rupture

- 7 Cette forme de gouvernance locale du territoire sous-tend une proximité organisationnelle et cognitive : la proximité organisationnelle est celle qui lie les parties prenantes par des contrats formalisés, des engagements légaux tout en étant indissociable de la proximité cognitive qui rapproche les parties prenantes par le partage d'un ensemble de valeurs (Marcelpoil et François, 2008 : 182-183). Suite à la mise en place de la nouvelle équipe municipale en 2014, une triple rupture (assumée par les élus et leurs soutiens) s'opère au Villard d'Aulp, dans les modalités de proximité organisationnelle et cognitive : elle renforce l'affaiblissement (déjà en cours) de la dynamique institutionnelle en tant que coordonnateur des activités de la STL et de la constitution d'un acteur collectif.
- 8 Premièrement, une rupture dans le processus historique : les relations tendues entre la mairie et l'opérateur « remontées mécaniques » viennent entre autres du fait que la commune ne soutient plus le développement de la station mais souhaite décentrer l'activité de la STL vers la réserve naturelle et une diversification des loisirs dans la station. Cette stratégie est assumée dans les entretiens par les élus, le service communication de la mairie et l'office du tourisme mais également par le garde-technicien de la réserve et, de façon critique, par la direction des remontées mécaniques et l'équipe municipale sortante.
- 9 Deuxièmement, une rupture dans la relation concurrence/coopération : la mairie modifie le contrat liant la commune à la société des remontées mécaniques et met fin à des « privilèges » octroyés sous l'ancien mandat : redevance annuelle, fin d'un approvisionnement en électricité payé par la commune, etc. Ces actions sont défendues par les élus dans les entretiens mais aussi valorisées dans le bulletin municipal. Il est à souligner que l'ensemble des acteurs socio-professionnels connaît les différends familiaux opposant le maire et la direction des remontées mécaniques lesquels – situation inédite – ne sont pas liés à l'héritage des dissensions « historiques » évoquées *supra* mais sont plus récentes et s'en trouvent plus violentes. Ce point doit être considéré dans l'analyse mais ne peut être le seul facteur explicatif.
- 10 Troisièmement, une rupture dans la configuration sociale : le fait que la mairie intègre son action dans une dimension supra-communale, en s'appuyant plus fortement sur la communauté de communes (dont le maire est Vice-président chargé de l'environnement), la région et les services de la préfecture, et même le ministère (pour la réglementation locale en termes d'urbanisation ; de gestion et de valorisation de l'action environnementale) sont perçus comme une perte d'autonomie, un risque de dilution de l'identité du territoire dans celle d'un échelon supérieur qui « ne connaît rien aux habitants et au territoire » : « ça m'a toujours fait du mal de voir que des gens qui sont pas d'ici viennent dire ce qu'il faut faire commander alors que les gens d'ici sont suffisamment intelligents pour savoir ce qu'il faut faire et pas faire » (extrait d'un entretien avec un ancien élu). L'équipe municipale présente par ailleurs un projet d'hôtel de luxe impliquant de s'éloigner d'un modèle familial, cher aux habitants, pour attirer une clientèle de luxe, supposant alors la mise en place de services et d'établissements adaptés à cette cible qui feraient perdre l'« authenticité » à laquelle les habitants attachent leur territoire et « gâcheraient une partie du paysage ». Le projet est attaqué par le « clan » adverse, en soulignant d'ailleurs l'incompatibilité avec les valeurs environnementales sur lesquelles s'appuie le maire pour asseoir son capital politique

en dehors de la commune. Il est toutefois à noter que tous les projets d'hôtel en centre-village présentés par les municipalités ont suscité la polémique et été bloqués par des recours administratifs (successifs) portés par des collectifs d'habitants) qui ont retardé la mise en chantier des projets.

- 11 Ce contexte et l'analyse des jeux d'acteurs renouvelés au sein de ce STL permettre d'appréhender les difficultés posées pour la coordination des activités et la constitution d'un acteur collectif autour de la STL. Ces difficultés s'inscrivent dans une période où se posent la question du choix des orientations stratégiques d'adaptation au changement climatique, renforçant une concurrence entre les sites de moyennes montagnes comme destination touristique déjà accrue par la nécessité de ne plus offrir comme seul produit générique le ski (Marcelpoil *et al.*, 2016 : 5). Au Villard d'Aulp, le risque climatique est avant tout considéré comme un argument de légitimation à la marge, qui assoit les positions des acteurs, l'exclusion et l'ignorance mutuelle entre groupes d'acteurs : il structure ainsi les stratégies communicationnelles.

## La production d'une communication différenciée autour du risque climatique

### Image de marque du territoire et enjeux environnementaux

- 12 Un territoire construit sur un modèle touristique se trouve confronté aux enjeux du marché de la consommation : « *Dans le tourisme nous retrouvons toutes les problématiques du marché de la consommation. Il faut innover, inventer constamment, démarcher le client. Il y a des effets de mode, la concurrence est dure et les clients de plus en plus difficiles à contenter.* » (Gaido, 2002 : 109). De fait, « *l'activité touristique ne peut pas fonctionner sans synergie avec l'office du tourisme, les élus et les autres acteurs du territoire* » (*ibid.*). Or, un extrait d'entretien avec la direction des remontées mécaniques du terrain d'investigation révèle et résume cette impossibilité de coopération au Villard d'Aulp : « *Ici les élus veulent la mort du domaine skiable [...] Ils sont focalisés sur la réserve naturelle. On est tous amoureux [de notre village], nous on ne va pas dans la réserve. Mais si on met tout en réserve, ce n'est pas la réserve qui va [nous] faire vivre.* » Leur dernière grande campagne de communication valorise ainsi la qualité de l'accueil, pour tenter de se différencier des concurrents, dont ils analysent les « performances » en termes de notations grâce à une agence spécialisée réalisant régulièrement des enquêtes de satisfaction auprès de plusieurs stations.
- 13 Cette configuration sociale explique aisément les divergences sur l'image du territoire et les stratégies de communication menées par les deux acteurs principaux chargés de la valoriser : la mairie et l'office du tourisme mènent en effet une campagne sur l'émotion face à la nature – ce qui n'exclue pas *a priori* de vanter la beauté des pistes du domaine skiable, mais dont le message reste sans équivoque par rapport à la valorisation de la réserve en premier lieu. Les deux campagnes répondaient à l'injonction de répondre aux effets de mode, aux enjeux de concurrence et à l'exigence des clients (cf. *supra*) sachant qu'au sein de la STL, tous les acteurs, y compris les « clans » opposés, s'accordent à parler de « touristes » à satisfaire. Les éléments divergents portaient sur le fait de « miser » sur la valorisation du domaine skiable ou sur la réserve ; sur la sensation et l'expérience client ou l'émotion face à la nature ; sur un positionnement « ski » ou « nature ». En revanche, la diversification des activités

accessibles dans le village (en été comme en hiver, comme le parc de loisirs, la patinoire, etc.) ne soulève pas de dissensus.

- 14 Les données de terrain montrent ainsi deux éléments d'image de marque du territoire (Fourrier, 2013), non opposés, mais cohabitant de façon « subie » tant les jeux d'acteurs qui les portent sont en rupture de synergie au Villard d'Aulp. Mais beaucoup reconnaissent qu'avec l'évolution des questions environnementales, la présence de la réserve, qui en elle-même a beaucoup divisé le village entre les « pour » et les « contre », représente aujourd'hui un atout, y compris... dans l'ancienne équipe municipale, au plus haut niveau : *« la réserve naturelle, c'est un bien qu'on l'ait maintenant, il faut s'en servir parce que surtout, c'est à la mode, donc il faut s'en servir »* (extrait d'un entretien). La question du changement climatique et des enjeux environnementaux ont pu également infléchir la position des partisans du développement de la station. Ainsi, le projet d'aménagement et d'extension du domaine skiable vers une commune voisine est abandonné en 2014 alors qu'il était promu par l'ancienne municipalité depuis 2011 afin de réaliser le plus grand domaine skiable du monde en termes de kilomètres de pistes. Ce projet avait soulevé localement une vive controverse autour de ses effets environnementaux, notamment sur la faune sauvage, le paysage et les risques naturels ; de même que lors de sa précédente version en 2006. Ce projet était porté par le syndicat d'aménagement intercommunal dirigé par le maire de la commune voisine, structure à laquelle la nouvelle équipe municipale en 2014 avait refusé de siéger préférant envisager un développement vers une autre commune située hors du périmètre d'action du dit syndicat.
- 15 Plus largement, les nouveaux élus n'évoquent pas la question du changement climatique comme motivation à « innover » ou à « développer » d'autres activités<sup>3</sup> mais la nécessité de les diversifier pour maintenir une activité touristique toute l'année et d'éviter les temps morts hors saison. En cela, elle rejoint la station de ski qui a participé à l'opération et à la communication autour du « ski au printemps », dont l'objectif était d'informer de l'ouverture des stations pendant les vacances de Pâques et d'attirer les amateurs de ski lors des dernières neiges. La divergence demeure également dans le fait de s'appuyer sur le domaine skiable ou sur des activités économiques dépendant de la commune ou confiées à d'autres opérateurs privés : ce qui modifie encore la proximité organisationnelle. En ce sens, la configuration sociale du territoire garde des traits permanents : personne ne remet en question le modèle en lui-même, fondé avant tout sur le tourisme de masse assurant des revenus économiques à la population locale et dont le développement représente la seule opportunité pour répondre aux enjeux démographiques. Il s'agit de garder les « jeunes » et les « familles » - bien que le prix de l'immobilier soit un frein majeur et un « problème » reconnu tant par les acteurs socio-professionnels et les élus que par les habitants (Chamburu et De Oliveira, 2020). Une gardienne de refuge admet la difficulté de penser un modèle de développement alternatif : *« Je trouve qu'il y a des endroits qui ont vraiment réussi à valoriser leurs espaces protégés. [Ici] c'est peut-être en train d'évoluer un petit peu, mais j'ai toujours eu l'impression que la réserve était considérée comme un poids, comme une entrave [...] plutôt que comme quelque chose à valoriser. J'ai l'impression vraiment qu'au niveau communication, à la limite les gens [n'] osaient pas dire qu'y avait une réserve. Mais je suis absolument convaincue qu'y a personne qui vient ici parce qu'il y a une réserve »*. (extrait d'un entretien)
- 16 Ni la commune, ni l'opérateur « remontées mécaniques » ne pensent le développement du village en fonction des enjeux liés au changement climatique mais s'opposent par

des jeux d'acteurs qui cherchent à s' « autonomiser » les uns par rapport aux autres. D'une part la commune s'appuie sur des échelons « suprastation », ce qui pousse le maire à s'investir sur des questions environnementales. D'autre part, l'entreprise des remontées mécaniques travaille sur l'amélioration de l'expérience client, qui les pousse aussi à miser sur le respect de l'environnement, pour répondre à un critère croissant de consommation des clients qui fréquentent ce type de stations.

## Dissensus et consensus invisibilisés d'un système touristique localisé

- 17 Quelles que soient les tensions au sein de ce STL, un relatif consensus est partagé au sein du territoire sur le fait que les projets de développement doivent continuer d'assurer une attractivité touristique pour maintenir la principale source de revenus économiques des habitants que ce soit au niveau des acteurs socio-professionnels et politiques et au niveau des « publics ordinaires », plus éloignés des postes de direction et de décision (Chamburu & De Oliveira, 2020). La question du changement climatique n'est appréhendée comme problème qu'à une échelle mondiale ou nationale mais peu locale, du fait que l'enneigement est toujours considéré meilleur dans cette station qu'ailleurs et que les solutions ne peuvent être que globales, et moins individuelles (*ibid.*). Il existe toutefois des « manières de voir » différentes au Villard d'Aulp en marge de ce consensus dominant. Des avis, certes minoritaires, souhaitent que le village adopte un modèle alternatif au « tout ski », pour un tourisme « radical » d'« après-ski » comme il y aura un « après-pétrole », qui ne donnera pas le « même chiffre d'affaires » (extrait d'entretien avec un guide de montagne). D'autres évoquent un tourisme plus « doux », dans le sens d'inciter les touristes à plus de respect de l'environnement et de valoriser le patrimoine naturel et historique, sans pour autant remettre en question le domaine skiable comme le centre de l'attractivité du village. En définitive, les principaux acteurs du territoire considèrent l'environnement comme un atout pour la valorisation de la station auprès des touristes mais non comme un problème public. Ce consensus est cependant « invisibilisé » du fait des divisions exacerbées depuis l'élection de la nouvelle équipe municipale en 2014 ayant pour conséquence de fermer tout dialogue entre l'équipe en place et leurs opposants<sup>4</sup>.
- 18 Ces tensions portent sur des « manières de faire », comme vu *supra*, mais sont également liées à l'absence de discussion au sein du conseil municipal lors des délibérations publiques et le manque d'information sur les actions en cours. Les élus interrogés, ainsi que le service « communication » de la mairie, expliquent en effet que l'équipe a d'abord été dans l'action et ensuite dans l'information aux administrés de ce qui a été fait. À cet égard, des numéros thématiques du bulletin municipal, des « hors-séries », ont été imprimés et diffusés sur un projet précis. Le bulletin municipal valorise quant à lui l'action municipale et met en avant les positions du maire au niveau « suprastation ». Ce qui distingue ces supports de communication des autres types de supports édités des collectivités territoriales est le ton virulent à l'égard de l'opposition, issue de l'ancienne équipe municipale et de ses colistiers, ce que reconnaît un des adjoints, précisant que cette communication poursuit autant l'objectif d'informer que de « lancer des piques » aux opposants. Ces derniers réagissent en tenant un blog tout aussi virulent et en affichant des lettres ouvertes dans des endroits stratégiques du village. Une association s'est également créée pour s'opposer au projet hôtelier du centre-village et en retarder l'exécution en portant l'affaire devant le

tribunal administratif – action à laquelle a réagi la mairie entre autres par une réponse formalisée du maire dans le bulletin municipal.

- 19 Ainsi, le territoire présente un cas typique d'une collectivité dans laquelle les acteurs mobilisent des stratégies communicationnelles « *en réaction à des décisions imposées. Des supports d'information se développent alors dans un contexte d'opposition entre habitants et élus locaux* » (Noyer et Raoul, 2013 : 33). On retrouve ici également une configuration où la communication se substitue à la mise en place de débats publics, au-delà des dispositifs légaux, qui ont mobilisé un travail technique : « *on a eu des enquêtes publiques donc il a fallu mettre en ligne tous les documents avec un téléchargement très pratique* » (entretien avec le service communication de la mairie) ; « *Il y a eu des réunions publiques aussi, donc euh, à chaque enquête publique on a bien communiqué sur les permanences du commissaire enquêteur, la mise à disposition des documents pour le public...* » (entretien avec un adjoint). Les élus assument le fait de mener leurs projets sans chercher à développer la participation citoyenne, sur la seule légitimité que leur confère le vote (et la nomination du maire à la vice-présidence de la communauté de communes). Cependant, comme présentées *supra*, les oppositions sont telles au sein du village que des dispositifs de concertation seraient « stériles » selon les perceptions et le vécu des acteurs. Il est assez significatif à cet égard que l'entretien collectif mené avec des « jeunes » – salariés ou étudiants – natifs ou installés au village, mettent en avant que leurs « parents » ne pourraient afficher leur accord du fait de l'héritage des dissensions entre « clans ». Ils sont néanmoins convaincus (au moment de l'entretien) que la « nouvelle génération » saura davantage s'accorder sur des scénarii de développement en lien avec les valeurs liées aux enjeux environnementaux et d'attractivité touristique, sans être « parasitée » par des histoires familiales. Dans un tel contexte et comme c'est régulièrement le cas dans le domaine environnemental (Stein, 2017), la mise en œuvre de tels dispositifs représenteraient une énième opération de communication visant à renforcer la légitimité des décisions prises à l'avance sous couvert qu'elles ont été soumises à un « débat public ». Ce qui est observable dans le cas du terrain étudié, c'est que des éléments de consensus pourraient être dégagés dans le sens où aucune partie prenante ne manifeste la volonté de remettre en question le modèle économique dominant de la station. Comme dans d'autres stations de montagne des Alpes du Nord (Arcuset, 2009), l'approche locale du problème climatique s'inscrit au Villard d'Aulp dans une gestion plus environnementale des fonctions urbaines de base d'une commune plutôt que vers une remise en question d'un modèle économique reposant sur le triptyque développement du domaine skiable, sécurisation de la ressource neige et programmes immobiliers de tourisme.

## Conclusion

- 20 Les stratégies de communication entre les différents acteurs de ce STL (élus locaux ; opérateur privé des remontées mécaniques ; office du tourisme) révèlent les divergences de points de vue des acteurs sur les priorités de développement et les intérêts à défendre, en même temps qu'elles participent à faire vivre cette conflictualité. La question environnementale est prise en compte, tantôt comme opportunité politique vis-à-vis des acteurs institutionnels et politiques dépassant l'échelon local ; tantôt comme un argument destiné aux publics s'inscrivant dans une tendance de consommation cherchant à concilier sports d'hiver et respect de

l'environnement. Elle n'est cependant pas inscrite au cœur d'un projet de développement visant à changer de modèle face aux enjeux du changement climatique. En l'absence de dispositifs participatifs institutionnels où seraient confrontés et mis en discussion leurs hypothèses, les différents acteurs procèdent ainsi d'une naturalisation de leurs propres intérêts socio-économiques en intérêt général du territoire présenté comme indiscutable. Simultanément, la communication des élus majoritaires écarte *de facto* toute forme de débat public autour des enjeux soulevés par le changement climatique et des scénarii de transitions possibles ou souhaitables. Ainsi, la territorialisation des politiques publiques autour du problème climatique et son appropriation par les acteurs locaux ne participent pas au Villard d'Aulp à la formation d'un espace public local, pourtant rendu *a priori* possible par l'irruption de la question climatique au sein du territoire chez les publics ordinaires (Chambru & De Oliveira, 2020). Il n'y a donc ni renouvellement de l'engagement des élus autour du devenir de leur territoire ni redéfinition du problème public au regard de son ancrage territorial. Au contraire, les pratiques communicationnelles des différents acteurs locaux et les dispositifs sur lesquels ils s'appuient participent à affaiblir l'espace public local, en restreignant la mise en débat des problématiques socio-économiques soulevées par le modèle de développement de ce territoire de montagne fondée sur l'activité touristique hivernale. De part et d'autre, l'objectif est en effet de continuer à attirer des touristes en prenant en compte des évolutions sociétales à la marge – et non de publiciser le problème climatique au niveau local.

---

## BIBLIOGRAPHIE

Arcuset Laurent, « Logiques touristiques en station de haute-montagne : quelles évolutions possibles vers la durabilité ? », *Revue de Géographie Alpine*, vol. 97, n° 3, 2009.

Bourdeau Philippe, « De l'après-ski à l'après-tourisme, une figure de transition pour les Alpes ? », *Revue de Géographie Alpine*, vol 97, n° 3, 2009.

Chambru Mikaël et De Oliveira Jean-Philippe, « Éprouver le risque climatique en montagne. Expériences ordinaires, problème public et politisation » in Schumtz Hélène (dir.), *De la représentation de la crise à la crise de la représentation : esthétique et politique de l'Anthropocène*, Presses Universitaires Savoie Mont Blanc, 2020, pp. 177-203.

Einhorn Benjamin *et al.*, « Changements climatiques et risques naturels dans les Alpes », *Revue de Géographie Alpine*, vol. 103, n° 2, 2015.

Ferguene Améziane, *Économie territoriale et développement local : concepts et expériences*, Grenoble, Éditions Campus Ouvert, 2013.

Fourrier Christelle, « Publics multiples et communication des collectivités locales : quand l'image de marque se dissipe », in : NOYER Jacques, RAOUL Bruno & PAILLIART Isabelle (dir.), *Médias et territoire. L'espace public entre communication et imaginaire territorial*, Villeneuve d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion, 2013.

Gaido Luigi, « Du concept de station au concept de district », *Revue de géographie alpine*, vol. 90, n° 2, 2002.

Marcelpoil Emmanuelle *et al.*, « Entre permanences et bifurcations : une lecture territoriale des destinations touristiques de montagne », *Mondes du tourisme*, Hors-série, 2016.

Marcelpoil Emmanuelle et Francois Hugues (2008), « Les processus d'articulation des proximités dans les territoires touristiques. L'exemple des stations de montagne », *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, n° 2008/2, pp. 179-191, 2008.

Marcelpoil Emmanuelle et Boudieres Vincent, « Gouvernance touristique des grandes stations et durabilité. Une lecture en termes de proximité », *Développement durable et territoires*, dossier n° 7, 2006.

Mauz Isabelle, « Histoire et mémoires du parc national de la Vanoise : trois générations racontent », *Revue de géographie alpine*, hors-série, 2005.

Noyer Jacques, Raoul Bruno et Pailliarth Isabelle (dir.), *Médias et territoire. L'espace public entre communication et imaginaire territorial*, Villeneuve d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion, 2013.

Perrin-Malterre Clémence, « Identité touristique des stations de sports d'hiver de moyenne montagne et recompositions territoriales », *Annales de géographie*, vol. 697, n° 3, 2014, pp. 935-955.

Richard Didier *et al.*, « Changement climatique et développement des territoires de montagne : quelles connaissances pour quelles pistes d'action ? », *Revue de Géographie Alpine*, vol. 98, n° 4, 2010.

Stein Marieke, « De la concertation à la contestation : quand la peur de la rhétorique envenime les controverses sociotechniques », *ESSACHESS. Journal for Communication Studies*, vol. 10, n° 1(19), 2017, pp. 197-214.

## NOTES

1. Le nom de cette commune n'est volontairement pas donné aux lecteurs car l'assurance de l'anonymat et de la confidentialité ont été l'une des modalités tout au long de l'enquête afin de pouvoir recueillir la parole des enquêtés dans un contexte marqué par une forte circulation des informations et de leurs divergences d'interprétation, du fait également du caractère sensibles des enjeux familiaux sur le territoire en question ainsi que de la place accordée aux cas individuels et aux personnes et institutions publiques. Dans cette perspective, elle sera nommée Villard d'Aulp.

2. À noter qu'à la suite des élections municipales du printemps 2020, la commune étudiée a de nouveau changé d'équipe municipale, le maire sortant ayant été battu au second tour.

3. Après plusieurs questions de relance sur les motivations à défendre de nouveaux projets, et alors que la question du changement climatique n'avait pas été abordée « spontanément » dans les réponses, un des adjoints interrogés a expliqué qu'il ne l'avait pas évoquée avant que le thème ne soit explicité dans l'entretien, parce que c'était une « évidence ».

4. Une grande majorité de personnes interrogées finissent toujours par évoquer ces fortes dissensions, en regrettant leur intensité et le fait que leur village soit divisé, surtout les acteurs les plus « neutres », mais également les personnes les plus impliquées.

---

## RÉSUMÉS

A partir du cas d'un village de moyenne-montagne de 1 200 habitants des Alpes du Nord, cet article a pour objectif d'analyser les jeux d'acteurs et les stratégies communicationnelles autour de l'avenir du modèle du développement de ce territoire « questionné » par le contexte du changement climatique. La territorialisation du problème climatique révèle en effet les paradoxes et les difficultés de mettre en œuvre des solutions alternatives au développement économique fondé sur l'attractivité touristique. La question de la préservation de la biodiversité et des paysages en contexte de changement climatique réactive des tensions fortes et publicise la conflictualité entre enjeux environnementaux et enjeux socio-économiques, simultanément à des enjeux sociopolitiques. Cet article analyse ainsi la complexité de ces mutations en « train de se faire » et le déploiement par la municipalité d'une communication visant à légitimer ses décisions face aux contestations qu'elles soulèvent et en réponse aux critiques pointant un manque d'espaces délibératifs et participatifs.

Based on the case of a mountain village of 1200 inhabitants of the Northern Alps, this article aims to analyze the actors' sets and communication strategies about the territory economic model in a climate change context. The territorialization of the climate problem reveals the paradoxes and difficulties of implementing alternative solutions to tourism attractiveness. The issue of the biodiversity and landscapes preservation issue reactivates strong tensions and publicizes conflicts between environmental, socio-economic and socio-political issues. This article analyses the complexity of these stakes and how communication support them.

## INDEX

**Mots-clés :** changement climatique, développement territorial, stratégies de communication, montagne, tourisme, espace public

**Keywords :** climate change, territorial development, communication strategies, mountain, tourism, public space

## AUTEURS

### MIKAËL CHAMBRU

Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, Université Grenoble Alpes, Labex ITTEM – Innovation et transitions territoriales en montagne/Groupe de recherche sur les enjeux de la communication (GRESEC). [mikael.chamburu\(at\)univ-grenoble-alpes.fr](mailto:mikael.chamburu(at)univ-grenoble-alpes.fr)

### JEAN-PHILIPPE DE OLIVEIRA

Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, Université Grenoble Alpes, Groupe de recherche sur les enjeux de la communication (GRESEC), responsable du projet de recherche européen POIA – CO-RESTART – COMMUNICARE. [jean-philippe.de-oliveira\(at\)univ-grenoble-alpes.fr](mailto:jean-philippe.de-oliveira(at)univ-grenoble-alpes.fr)