

CENTRE DE DOCUMENTATION
DES ARCHIVES DES ALPES-MARITIMES

TRIMESTRIEL

RECHERCHES RÉGIONALES

(Côte d'Azur et Contrées Limitrophes)

ARCHIVES DÉPARTEMENTALES
5, AVENUE EDITH-CAVELL — NICE

LES RECHERCHES REGIONALES

BULLETIN TRIMESTRIEL

édité par le

CENTRE DE DOCUMENTATION DES ARCHIVES DES ALPES-MARITIMES

Directeur : **M. DALMASSO,**

Agrégé de l'Université, Institut d'Etudes Littéraires de Nice.

Secrétaire de Rédaction : **Mme DEVUN,**

Documentaliste - Archiviste des Alpes-Maritimes.

Ce bulletin, conçu dans le cadre régional, se propose de présenter les travaux (mémoires, diplômes ou thèses) rédigés pour l'obtention d'un titre universitaire.

Nous demandons aux auteurs de résumer leur étude, d'en dégager les conclusions et d'indiquer sommairement leur bibliographie. Ainsi, espérons-nous, en faisant mieux connaître des résultats qui risquent quelquefois de demeurer un peu ignorés, faciliter les recherches futures. Dans le même but nous publierons également des documents destinés à préparer le terrain pour de nouvelles études de détail et de synthèse.

En assurant la publication de ce périodique, les Archives des Alpes-Maritimes sont fidèles à leur mission qui est essentiellement de fournir aux chercheurs les instruments de documentation indispensables à la réalisation de leur œuvre.

CENTRE DE DOCUMENTATION
des
ARCHIVES DES ALPES - MARITIMES

TRIMESTRIEL

N°2-1978

18e Année

RECHERCHES REGIONALES

Côte d'Azur et contrées limitrophes

Archives Départementales
5,ter,avenue Edith Cavell.
06052 - NICE Cedex.

SOMMAIRE

La nouvelle génération des stations de sports d'hiver des Alpes françaises. Diplôme de fin d'études de Sciences économiques présenté au Centre d'Études de Tourisme et à l'Université d'Aix-en-Provence en 1975

Par Anne-Marie DELON

P 2

**RECHERCHES
REGIONALES**

Alpes-Maritimes

et

Contrées limitrophes

18e année

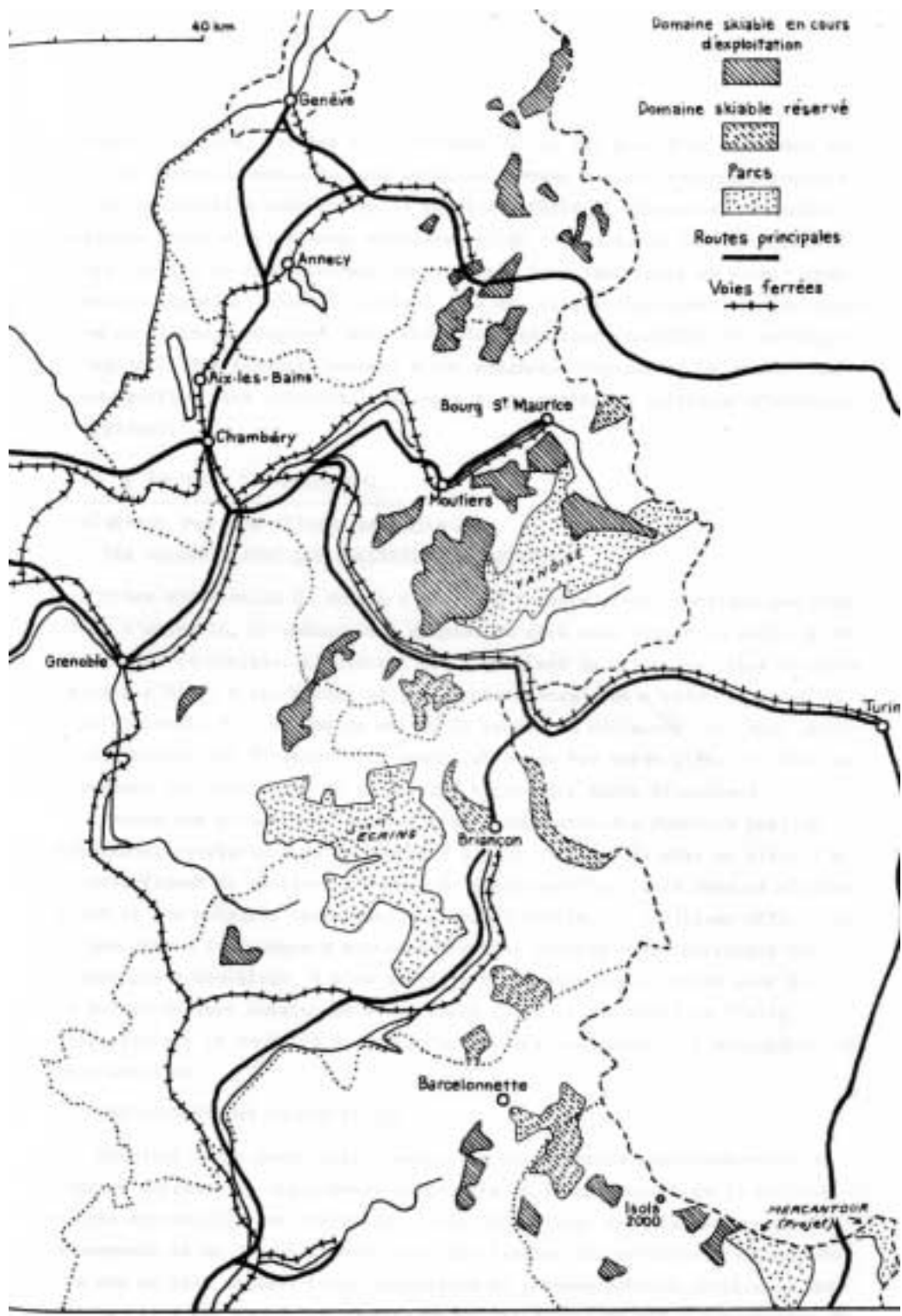
1978 – N° 2

avril-juin

66

**LA NOUVELLE
GENERATION DES
STATIONS DE SPORTS
D'HIVER DES ALPES
FRANÇAISES**

Par Anne-Marie DELON



IG. 1: L'IMPLANTATION DES STATIONS DE SPORTS D'HIVER DANS LES ALPES FRANÇAISES

Problèmes et Perspectives ¹

INTRODUCTION.

Au cours des quinze dernières années, les Alpes françaises ont connu une véritable métamorphose par une remise en cause systématique et globale de leur équipement touristique hivernal.

Depuis 1960, en effet, les Pouvoirs publics ont encouragé cette mutation favorable à des rentrées de devises étrangères, politique qui contribue à un meilleur équilibre de la balance des paiements. Sur le plan d'une compétition internationale pour attirer la clientèle, c'est l'équipement de la haute montagne qui donne à la France les meilleures chances dans la "bataille de la neige" à cause d'une grande richesse en sites disponibles. Mais aussi parce que l'équipement de ces espaces vierges s'effectue ex-nihilo, ce qui autorise une grande hardiesse de conception et une bonne liberté de réalisation.

La conjoncture économique est alors favorable, car les stations en activité sont menacées de saturation à bref délai. Le marché est donc en pleine expansion, promesse de rentabilité certaine aux yeux des promoteurs encouragés d'autre part, par le concours de l'Etat pour surmonter les risques et les difficultés d'équipement de la haute montagne. Ainsi cette politique officielle opportuniste joue-t-elle un rôle décisif dans l'adhésion des organismes bancaires et des groupes de promoteurs organisés en équipes passionnées pour leur œuvre de création, donc efficaces et dynamiques.

Depuis 1964, une Commission Interministérielle pour l'Aménagement de la montagne a pour mission de favoriser l'implantation des stations nouvelles en doublant le rythme des investissements sur une période allant jusqu'en 1980. Mais, au travers de ce Plan Neige, sa tâche véritable est de coordonner les opérations pour éviter une croissance désordonnée et une trop grande dispersion des initiatives. Ainsi s'opère une véritable révolution en matière d'aménagement puisqu'une véritable urbanisation en altitude s'élabore à partir de rien.

Les premières stations sont nées à altitude moyenne grâce à une pratique rudimentaire des sports d'hiver, une lente mutation consacrant le passage d'une économie rurale à une vie touristique. Puis l'expérience de Courchevel après la guerre, inaugure une nouvelle formule d'implantation, caractérisée par une intervention concertée de financiers privés, de responsables politiques et administratifs, par une volonté d'organisation rationnelle du sport dans un site propice au ski alpin et par la réalisation de la maîtrise foncière.

Implantée d'emblée en zone d'alpage, la station de la troisième génération est, elle, une véritable cité nouvelle. Son point de départ est une organisation homogène et fonctionnelle aussi bien par ses équipements que par le choix d'un maître d'oeuvre unique responsable à la fois de l'aménagement des infrastructures, de l'immobilier et du domaine skiable. La station est un "produit industriel" dont tous les éléments se prêtent aux calculs. L'aménagement en est conforme aux exigences de la "rationalité technique et de la rentabilité économique"; il garantit la pratique du "ski intégral" en offrant la possibilité aux usagers de garder constamment les skis aux pieds. Ce n'est plus la montagne que l'on propose à la consommation touristique mais son équipement (studios, remontées mécaniques,

¹ Le présent article donne les résultats d'enquêtes interdisciplinaires conduites à travers les Alpes en collaboration avec le Laboratoire Raoul Blanchard de l'Université de Nice et avec l'encouragement financier du Centre Universitaire d'Etudes Européennes dirigée par le Dr Gustavo HALAN. Ce travail a été présenté en diplôme de fin d'études de sciences économiques au Centre d'Etudes du Tourisme et à l'Université d'Aix-en-Provence. L'auteur exprime toute sa reconnaissance à ses directeurs universitaires et à ses informateurs des stations de sports d'hiver.

aménagements sportifs).

Pour réaliser une opération de cette envergure, la ville fournit capitaux, techniques, méthodes d'aménagement; la montagne est réduite à un rôle de support de l'opération en fonction de ses composantes physiques (étendue du domaine skiable, site favorable à la construction). La station est dès lors un prolongement de la ville dans un espace rural soumis à des pouvoirs de décision qui lui échappent. L'inconvénient de ce type d'opération est un schéma trop sommaire réduit à ses éléments essentiels, du coup l'implantation de ces impacts urbains en milieu montagnard est artificielle et fragile, en effet, toute l'organisation interne y est tributaire d'éléments externes, d'impératifs de rentabilité, lesquels conditionnent un type de clientèle mal cerné ou mal repéré au départ, d'un mécanisme rigide peu propice à des infléchissements imprévus.

Les premières difficultés apparaissent dès 1970-1971 avec un ralentissement de la vente immobilière, nerf vital du succès final de ce genre d'opérations. La crise de l'immobilier met en évidence les moindres erreurs de gestion, de commercialisation, fatales à l'espérance de vie des nouvelles stations: en effet, les investissements de gros capitaux avancés par les réseaux bancaires appellent un amortissement rapide et régulier. Etait-il nécessaire d'équiper la montagne aussi vite et aussi massivement? En tout cas, un contrôle par les Pouvoirs publics de la croissance des stations leur assurerait un avenir dans un contexte régional elles ne seraient plus des plages d'économie urbaine parachutées en milieu montagnard, mais elles deviendraient des pôles de développement régional, des éléments moteurs d'une dynamique régionale; le remède est donc une gestion plus saine et le recours à une véritable politique d'aménagement régional.

I.- De la doctrine d'aménagement...

Les relations avec les milieux montagnards.

LES RAPPORTS AVEC LES COLLECTIVITES LOCALES.

Créer une station de sports d'hiver en terrain vierge implique une organisation d'ensemble; un aménagement complet du site pour mettre au point un véritable outil économique. L'objectif est d'utiliser au mieux des sites propices aux sports d'hiver à une époque où l'économie montagnarde s'effondre et où la demande nationale de terrains de ski et de sports va croissant. Une mise en valeur rationnelle est d'autant plus souhaitable que les rares sites valables ne représentent pas plus de 37 de la surface totale des Alpes françaises.

Depuis une quinzaine d'années, sous l'impulsion des Pouvoirs publics, l'aménagement touristique de la montagne a pour objectif la mise en place d'un large assortiment de stations modernes et fonctionnelles, cela dans un minimum de temps et aux moindres frais pour les contribuables. La politique officielle est d'encourager les communes montagnardes, trop pauvres pour contracter les gros emprunts nécessaires, à s'en remettre à des promoteurs privés pour la mise en valeur de leur domaine skiable, Ainsi c'est la nécessité de "faire vite" qui justifierait la remise à des sociétés privées des soins de l'aménagement de grandes stations.

LES CONVENTIONS DE CONCESSION.

Résultat de la concertation entre les deux parties; une convention de concession définit les engagements respectifs de la commune et de la société; consentie en général pour trente ans, elle officialise la prise en charge de l'aménagement et de l'exploitation dans les limites du territoire communal définies sur un plan annexe. Cette concession de travaux publics précise le nombre et le tracé des remontées mécaniques et des pistes de ski à l'intérieur du périmètre,

les zones d'urbanisation décrites en détail dans un dossier technique joint à la convention pour réaliser une station d'une capacité maximum de x lits touristes, soit environ x m² de plancher hors œuvre; enfin l'exploitation du domaine skiable. Les termes de la convention favorisent le démarrage de la station en fixant la participation des collectivités locales. En effet, un premier volet requiert généralement cette intervention pour assurer la maîtrise foncière, la route d'accès et l'infrastructure de base. Un deuxième volet confie au promoteur toute la dynamique de la création, aménagement et exploitation du domaine skiable, urbanisation. Un troisième volet envisage l'après convention les pouvoirs de gestion sont alors transmis à la collectivité locale sans en prévoir les difficultés, ni les remèdes éventuels.

Le paradoxe de ce plan d'équipement de la montagne est au niveau de l'action le pouvoir de décision que vaut à la collectivité locale sa personnalité administrative est aliéné d'office au profit du partenaire à cause d'un manque de moyens financiers et techniques. Zéro économique dans l'opération proprement dite, la collectivité locale n'en a pas moins essentielle dans le démarrage d'une station. Dans les phases préliminaires, en faisant prévaloir un certain nombre de ses prérogatives, elle offre "un terrain dégrossi" aux sociétés privées et leur facilite ainsi la tâche pour lancer une opération où les problèmes, élémentaires mais fondamentaux, ont déjà trouvé leur solution attraction d'initiatives privées n'en est que plus aisée.

Au niveau communal, le dialogue sur pied d'égalité est exceptionnel car une économie enchevêtrée dans ses coutumes ancestrales, sclérosée dans son archaïsme, est affrontée à une opération de type capitaliste dont l'objectif essentiel est la rentabilité. Les notions de temps et de vitesse ne sont les mêmes. Ce problème fondamental des relations avec l'entité propriétaire du site est camouflé car l'apparente position de force de la commune est en fait, affaiblie par l'appui donné par les Pouvoirs publics à l'initiative privée et par une information souvent très partielle et tardive sur l'ampleur de l'opération projetée sur son territoire. Ainsi s'explique la résistance acharnée des habitants de Cervières contre tout projet d'aménagement soustrait à leur initiative propre.

L'importance, la rapidité, la technicité des investissements à réaliser ne sont pas à la mesure des petites communes rurales en voie de dépeuplement. Pourtant la collectivité locale doit fournir un support concret à la future station du fait de sa maîtrise du domaine foncier, mais aussi en tant que dernier échelon de la hiérarchie administrative. Son rôle est donc de garantir la conduite à bonne fin de l'opération, soit la réussite de l'enracinement de ce corps étranger dans la commune. Les conventions entre la commune concédante et le promoteur devraient garantir la protection des intérêts essentiels des collectivités locales mais le contrat, en fait, ne dégage pas entièrement la responsabilité financière de la commune à l'occasion de difficultés ultérieures. Au départ, pacte conclu sur pied d'égalité qui fait supporter aux capitaux du concessionnaire les risques de l'entreprise et évite ainsi d'engager les finances publiques, la concession s'est transformée en association financière étroite où les risques sont partagés. Cette évolution conduit les collectivités à mieux surveiller l'équipement de leurs sites touristiques, à choisir un concessionnaire qualifié et intègre, à définir avec précision les modalités de leurs rapports.

Les intérêts des collectivités concédantes risquent en effet, d'être lésés de trois manières:

1/ d'abord par une insuffisance des garanties contractuelles due à l'absence de renseignements précis sur la situation financière, la capacité d'autofinancement et les références bancaires du co-contractant, à l'omission de clauses prévoyant la mise à la disposition du concédant de l'ensemble des documents comptables nécessaires à l'exercice d'un contrôle efficace, à des lacunes ou des imprécisions dans les clauses de déchéance et de rachat. Une harmonisation du taux des redevances versées par les exploitants serait

souhaitable pour mettre fin à des disparités et surenchères fâcheuses.

2/ ensuite par un système de garanties d'emprunt générateur de risques financiers. En effet, une analyse sérieuse de la situation financière du concessionnaire est le préalable ?"..
l'octroi de la garantie par l'autorité concédente et de la contre-garantie par le département. Cette garantie est octroyée trop facilement au profit des organismes de crédit; effectivement, le système est vicié puisque l'organisme prêteur, assuré de la garantie communale, n'exerce pas un contrôle assez rigoureux; de son côté, la collectivité est rassurée par l'acceptation d'un organisme de crédit. Or, la clause de garantie joue parfois: 'les collectivités supports' doivent alors faire face à des remboursements disproportionnés par rapport à leur faible budget ordinaire. Ainsi le syndicat intercommunal de la Plagne doit, en mars 1952, éponger un passif de 100 MF à la suite d'un dépôt de bilan Par l'entreprise chargée de l'aménagement du site. Un placement lent et difficile des premiers terrains équipés s'était soldé par un épuisement des réserves foncières. Des conditions rigoureuses et sélectives à l'octroi de ces garanties sont du ressort de l'autorité de tutelle, seule à disposer du concours des services départementaux du ministère des Finances.

3°/ enfin par des aides et facilités excessives parfois consenties au concessionnaire pour lui faciliter la tâche. Au total, le régime de la concession suppose un constant équilibre des apports et des risques. Cette politique justifie l'application depuis 1970 de la procédure des "zones d'aménagement concerté" (Z.A.C.) aux stations nouvelles, elle permet une meilleure définition des rapports entre la commune-support et le concessionnaire.

La loi d'orientation du 30 décembre 1967 définit la Z.A.C. une zone à l'intérieur de laquelle une collectivité publique ou un établissement public décide de réaliser ou faire réaliser l'aménagement et l'équipement des terrains, notamment ceux que cette collectivité ou cet établissement a acquis ou acquerra en vue de les céder ou de les concéder ultérieurement à des utilisateurs publics ou privés". Ce processus légal ne supplante pas la procédure de concession car il est mal adapté à l'équipement et à l'exploitation du domaine skiable; il est utile pour régler les problèmes d'aménagement urbain facilitant la maîtrise foncière si le développement de la station dépasse les prévisions des documents d'urbanisme initiaux. Dans de grandes stations, comme La Plagne, il est utilisé à l'occasion de la répartition des charges des équipements publics entre la commune-support et le concessionnaire. L'avantage de la formule pour l'aménageur-constructeur est une exemption de la taxe locale s'il prend en charge un minimum d'équipement.

La troisième génération des stations de sports d'hiver pose aussi aux collectivités des problèmes d'un type nouveau; révisant tous les aspects de la vie administrative structure juridique à mettre en oeuvre, équipements à réaliser gestion à assurer. Les collectivités locales sont mal armées pour résoudre ces problèmes: complexité des projets. insuffisance de l'infrastructure administrative, inégalité des forces en présence, lenteur et cloisonnement administratifs, méfiance a priori contre toute initiative émanant d'un centre de décision extérieur. Chaque opération est originale par rapport aux précédentes, cela à cause de la diversité des situations, de l'absence de points de référence, de documents-type et de lois régissant les rapports nouveaux établis à l'occasion de l'aménagement des stations.

L'INADAPTATION DES STRUCTURES ADMINISTRATIVES COMMUNALES

Une fois la convention passée entre les deux parties, les rouages administratifs restent grippés, car il s'agit toujours d'une commune montagnarde-support en mal de développement et non d'une ville nouvelle. En effet, pour coordonner des activités relevant des sports d'hiver; la station, créée ex-nihilo par un centre de décision extérieur à l'autorité municipale, dispose

au départ des seules structures administratives mises en place par le promoteur avec ou sans le concours de la commune. Or le problème de la liaison collectivité-promoteur reste primordial car, quel que soit le relâchement des liens, l'intervention des pouvoirs communaux est toujours nécessaire, soit pour réaliser les travaux d'infrastructure, soit pour exercer la fonction réglementaire (droits de police du maire).

Une station de la troisième génération acquiert peu à peu les caractéristiques d'une ville dont la gestion est celle d'une 'entreprise' orientée vers la production d'un bien --le séjour touristique et sportif-- dans un souci permanent d'efficacité. Les problèmes administratifs de ce type de station viennent donc des rapports immédiats entretenus avec l'autorité communale; or, le Conseil municipal est très marqué par le caractère spécifiquement rural de la 'commune de base'. Brusquement submergée par l'arrivée du promoteur et de ses équipes de travail, amenée à faire face à des décisions qu'elle appréhende mal car elles sont plutôt du ressort des financiers et des techniciens, l'organisation communale n'est pas adaptée à sa nouvelle mission. Le déséquilibre succède à la faiblesse des structures. En fait, le promoteur-financier détient la réalité du pouvoir puisque la mise de fonds a un rôle prépondérant dans l'équipement et l'aménagement des terrains concédés par les communes. Il est amené à se substituer à elles pour assurer des investissements irréalisables sur le faible budget de villages ruraux parfois pâles, comme à La Plagne, pour mettre en place certains 'services municipaux' nécessaires au fonctionnement de la station.

Mais dans ce nouvel ensemble à caractère artificiel, une certaine vacance du pouvoir est constatée comme dans les villes nouvelles. En effet, à partir des rapports définis par les conventions de concession, communes et stations tendent à évoluer sur des trajectoires indépendantes, évolution qui enlève aux premières des tâches qui sont de leur ressort et qui, en contrepartie, ne donne pas aux secondes l'enracinement nécessaire pour en assurer la pleine maîtrise. Comment intégrer cette nouvelle entité, plus riche en moyens financiers, en hommes en potentiel économique, dans la faible cellule municipale pré-existante, armature légale, puisque démocratiquement élue? Or l'électorat composé des habitants permanents de la commune, est encore constitué en majorité, d'"Anciens". Le problème des relations entre station nouvelle et commune est compliqué par la lenteur du processus d'installation à demeure en altitude d'une population de travailleurs et de résidents. Seul l'enracinement d'une nouvelle génération d'habitants permanents est susceptible d'assurer l'avenir en donnant vie à la communauté d'altitude et on lui confère une représentativité pour lui permettre une auto-gestion efficace. Une solution serait d'encourager le personnel saisonnier à se fixer.

En effet, la population paysanne locale n'est pas assez familiarisée avec l'extérieur, avec les échanges imposés par le nouveau type d'économie venu relayer l'économie montagnarde traditionnelle. Elle fournit, certes une proportion non négligeable de salariés permanents, mais à faible qualification. Pour elle, la promotion sociale se limite trop souvent au transfert du travail des champs à un emploi de services subalterne. Cette mutation s'accompagne d'une amélioration indiscutable du niveau de vie mais crée de nouveaux besoins et en gendre une population déracinée de fait aussi celle-ci a-t-elle rarement su saisir sa chance en s'intégrant dans la dynamique du nouveau système et en prenant en main les destinées de la station. Le promoteur ne peut se permettre que des expériences limitées, car dans ce domaine plus que partout ailleurs, toute perte de temps est une perte d'argent ou d'agressivité dans la compétition. Mais la politique de l'emploi doit résoudre une contradiction interne due à un fort pourcentage d'emplois non garantis, ce qui a un effet dissuasif. D'après une statistique du 'Monde' de 1972 (voir tableau n°1) 73% des emplois sont saisonniers à la Plagne, les Menuires, Val d'Isère et Valloire, mais près de la moitié de ces salariés sont employés sans

Branches d'activités en %	Permanents	Saisonniers	
		sans garantie	avec garantie
Hôtellerie	12	46	42
Collectivités	40	29	31
Commerces-Services	27	38	35
Administration de la station	24	48	28
Service des pistes	31	25	44
Remontées mécaniques	33	24	43
Ecole de ski	5	15	80
Services publics	100	-	-
Ensemble des branches	27	34	39

Tableau n°1.- Les emplois en 1971 dans les stations de La Plagne, les Menuires, Val d'Isère et Valloire (Le Monde du 8 janvier 1972).

garantie. Peut-être faut-il attribuer cette forte proportion à un politique d'expectative, indécise quant à l'avenir de ce genre de station. Il semble en effet qu'à partir du moment où le fonctionnement devient normal, les garanties d'emploi sent plus nombreuses. Ainsi au Corbier, la direction pratique une politique de "maintenance" en embauchant de préférence un personnel permanent, à Plaine, 200 emplois sur 520 sont permanents, la plupart tenus par des salariés d'origine citadine. Un certain nombre d'avantages matériels et de primes sont accordés en compensation d'un genre de vie en milieu artificiel, vite monotone en saison creuse. Une autre politique serait la création de "lits de personnel", bénéficiaires des crédits spéciaux destinés aux H.L.M. pour construire des logements à loyer modéré": mais les prix de revient prévus pour ce genre d'opérations sont très inférieurs aux coûts réels de la construction en montagne. Aussi le personnel est-il le plus souvent logé en lits-touristes, donc son installation dans la station ne bénéficie pas de ce type d'avantage social.

LES PREALABLES A L'AMENAGEMENT.

La maîtrise foncière.

La maîtrise foncière vaut à celui qui l'exerce l'exclusivité de l'aménagement touristique, elle est un préalable à toute réalisation, en priorité sur celle de la zone à urbaniser, car la création ne peut financièrement supporter

de spéculation foncière sur les terrains supérieure à 107 du coût de la construction. Une acquisition globale des terrains a, d'autre part, l'avantage d'éviter tout développement anarchique né d'initiatives individuelles et responsable d'un saupoudrage d'équipements. Par ses contraintes naturelles, le territoire aménageable impose dès le départ avec rigueur sa capacité d'accueil maximale. Tout projet en effet, obéit aux normes limitatives du domaine skiable mais doit aussi coïncider avec le seuil minimum de rentabilité pour justifier l'opération sur le plan économique. Ce seuil minimum de rentabilité est en général fixé à 3000 lits.

La maîtrise foncière comprend donc d'une part l'acquisition des terrains, mais aussi l'établissement de servitudes, nous réserver au promoteur, ou à la collectivité qui aménage le site, un droit prioritaire, sinon exclusif, sur le domaine skiable et les zones à urbaniser sans oublier une promesse de vente des terrains dont l'acquisition ultérieure serait nécessaire ces préalables sont la condition indispensable d'un urbanisme volontaire et fonctionnel, d'une utilisation optimale du site et d'une politique de sécurité, La Commission interministérielle

d'Aménagement de la Montagne exige d'ailleurs la preuve de cette maîtrise foncière avant de donner un avis favorable à toute attribution de crédits par le F.D.E.S. pour les remontées mécaniques. Ainsi la maîtrise foncière suppose un maître d'œuvre unique pour réaliser l'opération et un ensemble cohérent. Les acquisitions se font au prix des Domaines par référence aux -prix d'alpage. La maîtrise foncière est donc la pièce maîtresse des conventions de concession pour une station en gestation. L'affaire est moins complexe lorsque la mise en valeur du site est préconisée par les collectivités locales elles-mêmes et lorsque, pour atteindre les objectifs d'efficacité maximale sur les plans économique et sportif, l'implantation est prévue en altitude au-dessus des zones des cultures et des forêts sur un territoire où prédominent les alpages communaux.

A l'ordinaire, cependant, le domaine foncier de ces stations, tout au moins celui de la zone à urbaniser, englobe des terrains privés et des chalets d'alpage. La maîtrise foncière fait alors appel à une tactique d'approche très adroite évitant de provoquer une spéculation effrénée et de se heurter à la réticence et aux craintes de spoliation des propriétaires concernés. Un promoteur a rarement la possibilité d'acquérir directement la maîtrise de la totalité des terrains.

Lorsque les tractations à l'amiable ne peuvent aboutir, l'intervention de la collectivité locale est nécessaire car elle seule, avec l'Etat peut entamer la procédure de déclaration d'utilité publique et d'expropriation prévue par l'ordonnance du 23 octobre 1958. Cette mesure quelque peu arbitraire parce qu'elle oublie la règle de l'offre et de la demande est l'élément de départ du système des stations de la "nouvelle génération, opération facilitée en altitude par coût initial théorique d'un terrain "sauvage" peu élevé. Le périmètre déclaré d'utilité publique couvre alors l'ensemble du site de la station, domaine skiable et zone de protection compris. La maîtrise foncière est souvent renforcée par la création de la Z.A.D. procédure qui gèle la structure foncière et, donc, paralyse la spéculation en général pour ans et qui donne un droit de préemption aux collectivités ou à l'Etat elle est surtout utilisée pour protéger les satellites de l'opération principale. A Avoriaz la commune de Morzine s'est engagée à refuser pendant quinze ans la vente de tous terrains localisés sur une bande de mille mètres à la périphérie de la station.

Cette politique foncière implique un système de relations très étroites entre promoteur et collectivité locale, car celle-ci souveraine en tant qu'entité administrative, est dépendante en tant qu'exécutante du promoteur, dépendance concrétisée par le principe des conventions de concession. Pour réaliser une mise en valeur globale et rentable du site, les deux partenaires ont parfois besoin d'empiéter sur le territoire d'une autre collectivité. Dans ce cas une association entre commune propriétaire et commune maître d'ouvrage ou autorité concédante au sein d'un syndicat intercommunal semble être la meilleure solution les charges induites par l'opération deviennent alors communes. Ainsi, à la Plagne sous l'impulsion du maire d'Aime, le docteur Borrione, Aime, Mâcot, Longefoy et Bellentre se regroupent en 1961 en un syndicat intercommunal, opération qui prépare la mise en valeur touristique du site de la Plagne.

La commune propriétaire garde toutefois la liberté de refuser de se joindre au syndicat intercommunal; elle délègue alors ses pouvoirs à un collège émanant des Conseils municipaux pour participer à des opérations fractionnées. Champagny a refusé d'abandonner à un syndicat la gestion de son domaine foncier, préférant une association ponctuelle au complexe de la Plagne pour réaliser certains équipements du domaine skiable, par exemple une remontée mécanique lourde assurant la liaison avec les pistes de la Plagne. Elle garde ainsi la liberté de décider à sa guise du type d'urbanisme à implanter sur son territoire en contrepartie, cette liberté d'action est très vite limitée par la modestie du budget communal.

Pourtant la libre disposition du territoire communal risque d'être neutralisée si les Pouvoirs publics interviennent à l'échelon supérieur pour faciliter les phases préliminaires

d'une opération. En effet, l'opposition d'une collectivité locale à la mise en valeur de son site par le biais de l'implantation d'une station de classe internationale et à la confiscation de la maîtrise foncière au profit d'une fore, extérieure risque d'être surmontée par une procédure d'expropriation pour cause d'utilité publique, procédure considérée par les victimes comme une violation de leur propriété et une véritable colonisation économique par des intrus. Ainsi, à Cervières, le refus unanime des habitants et du Conseil municipal est remis en cause par des instances supérieures. Une mise en zone d'aménagement différé (Z.A.D.) a pour but avoué de prendre une mesure conservatoire pour empêcher une construction anarchique et une spéculation sur les terrains. Un manque d'entre les Pouvoirs publics et la commune a ainsi faussé le dialogue dès le départ.

La maîtrise des sols une fois réalisée, la collectivité locale joue de plus en plus le rôle de garant, en effet, le promoteur limite au minimum l'achat des terrains nécessaires et laisse la propriété provisoire du reste à la commune dans la mesure du possible. Les conventions de concession modulent les formes d'appropriation pour le domaine skiable et les remontées mécaniques comme pour les zones à urbaniser. Un cas particulier est celui d'une construction des remontées mécaniques par la collectivité: elle les afferme alors à une organisation privée. L'unique exemple fourni par les stations de la nouvelle génération est celui de Tignes où le réseau communal des remontées mécaniques est concédé depuis 1967 à une société privée, la S.G.T.M, laquelle est aussi concessionnaire des travaux et du service public assurant l'exploitation du domaine skiable. Ainsi, à Avoriaz, la Société d'Aménagement de Morzine-Avoriaz (la S.A.M.A.) se fait donner fin 1962, par une convention avec la municipalité de Morzine, la concession exclusive pendant trente ans de l'implantation et de l'exploitation des remontées mécaniques sur les massifs des Hauts Forts et de la Chavanette elle est également chargée de l'organisation et de l'exploitation des pistes.

Sur les terrains à bâtir, la maîtrise foncière est "renforcée" souvent au profit direct du promoteur. Un bon exemple est celui d'Avoriaz où dès 1963, la Société Immobilière et de Construction d'Avoriaz (la S.I.C.A.) achète à la commune de Morzine pour trente mille francs, 82 hectares d'alpages sur le plateau d'Avoriaz: Au terme de la convention, la S.I.C.A. s'engage à rétrocéder gratuitement à la municipalité 22 hectares pour aménager les routes, chemins, places et parkings, des bâtiments communaux, cela dans un délai de dix ans au fur et à mesure de l'avancement des travaux.

Aux Arcs, où la commune de Hauteville-Gondon a gardé la maîtrise du sol communal, annexant après expropriation les terrains de ski du voisinage, le promoteur a acheté sur les terrains expropriés uniquement l'emprise nécessaire aux constructions et a rendu à la commune parcours de ski et remonte-pentes après les avoir aménagés; en contrepartie, une convention de location lui réserve l'exploitation des remontées pendant trente ans pour un loyer égal à 2,5% du chiffre d'affaires. A la Plagne, par une convention de décembre 1961 avec le Syndicat intercommunal, la Société promotrice s'engage à acheter du terrain à la commune pour réaliser un plan minimum de mille lits par an.

Peu à peu, le dialogue avec la commune connaît de longs temps morts, car le promoteur cherche à réduire progressivement les acquisitions de terrain La commune prend alors à sa charge l'équipement grâce aux emprunts contractés à des taux beaucoup plus avantageux que ceux consentis au promoteur elle reste donc propriétaire du terrain qu'elle loue au promoteur, à charge de construire, mais avec promesse de vente, solution qui donne au promoteur la possibilité d'amortir l'opération de la construction, puis de récupérer l'ensemble des installations de la station. La redevance de location des terrains correspond au montant des annuités des emprunts contractés par la commune pour réaliser l'équipement, ce qui constitue pour elle une opération blanche. Cette procédure donne au promoteur une plus grande aisance financière pour réaliser les investissements.

Les infrastructures.

Le financement des infrastructures est l'autre grand problème posé par la nouvelle génération de stations de sports d'hiver; de sa solution dépendent les chances d'une mise en valeur globale de la région. Or ces travaux indispensables très coûteux engagent des investissements non rentables ou non immédiatement rentables. Au départ, il y a une contradiction entre l'encouragement donné par l'Etat à la création des grandes stations de sports d'hiver faute de crédits, la carence du même Etat, responsable du réseau des routes nationales, comme des collectivités, chargées des réseaux secondaires. Les infrastructures existantes ne sont pas l'échelle des ambitieux programmes de lancement. Un manque de coordination et de rationalisation des tâches entre des gestions routinières et la politique dynamique des responsables des stations retarde une mise en valeur touristique programmée pour atteindre le plus vite possible un régime optimum de fonctionnement. Ainsi la distorsion est patente en Tarentaise où les R.N.90 et 202 sont incapables d'assurer correctement la desserte actuelle de neuf grandes stations de sports d'hiver et encore moins de suivre un rythme d'implantation suivant un programme qui prévoit pour l'ensemble plus de 150.000 lits-touristes. Certes le goulot d'étranglement de Moûtiers vient de disparaître en 1973 grâce à un ingénieux système de déviations, mais l'aménagement du réseau routier dans le berceau tardin n'est pas encore en mesure d'assurer un bon débit horaire en période hivernale. Ce handicap est paradoxal au pays natal du sénateur Borrel, pionnier du tourisme alpin et initiateur d'une politique routière qui valut à la Savoie un des meilleurs réseaux de France dans les années trente.

Autre équipement de base, l'infrastructure aérienne régionale est médiocre; or, l'absence de bonnes liaisons avec l'étranger limite très vite les chances d'amener sur les champs de ski une clientèle internationale. Avant l'ouverture en 1975, de l'aéroport international de Satolas, les terrains les plus proches des stations, Lyon-Bron, Chambéry et Annecy, n'étaient pas organisés pour recevoir en hiver de longs courriers internationaux, carence qui empêchait le produit français d'être concurrentiel. Mieux placé qu'Orly ou que Roissy, Genève avait donc un avantage patent., matérialisé par une organisation mise par priorité au service des stations suisses. Une bonne fréquentation de l'aéroport de Genève-Cointrin par les hivernants des stations françaises a été jusqu'à ce jour contrariée par l'inorganisation plus ou moins voulue des transports en commun sur le territoire français. En effet, aucun service d'autocars réguliers ne relie les stations de Tarentaise et de Maurienne à Cointrin, ce qui oblige les voyageurs à un recours onéreux aux services d'un taxi. D'autre part, la contrainte imposée par la réglementation française de faire atterrir les charters étrangers à Orly plutôt qu'à Lyon aboutit, en fait, à orienter les hivernants venus en charter vers Genève et les stations suisses. Dernier élément de l'infrastructure primaire régionale, la S.N.C.F. intervient pour assurer les liaisons des stations avec l'extérieur. Là, le bilan d'une politique dynamique est plutôt encourageant: fréquences des trains augmentées, organisation d'un service auto-couchettes Paris-Bourg-Saint-Maurice. Restent à améliorer les liaisons entre les gares et les stations.

Outre des infrastructures primaires régionales, l'implantation humaine en altitude, en milieu montagnard désert, suppose des créations ex-nihilo à de prix de revient élevés, depuis la route d'accès jusqu'à la station d'épuration des eaux. C'est le financement des voies d'accès direct et de desserte qui précède l'aménagement des sites; l'incidence financière de cette opération préalable est évaluée en 1970 à mille francs par lit, soit 30 à 40% du coût moyen des infrastructures, donc au moins 5% du lit-touriste. Aussi pour s'épargner d'entrée de jeu un déficit générateur d'échecs, le concessionnaire s'en remet aux collectivités publiques. Dans les opérations portant sur deux mille lits et davantage, la prise en charge est assurée par les "communes-support" par le biais d'un recours à une aide du département ou de l'Etat. Dans

certain cas toutefois, la société de promotion crée une Société d'Economie mixte pour avancer les fonds nécessaires à la construction de la route terminale. Ainsi, à Flaine, une société d'économie mixte Arve-Giffre, la S.A.G., s'est chargée de désenclaver d'abord, puis d'équiper le massif moyennant des participations à 20% du département, à 31% des trois communes intéressées (Arâches, Magland et Samoëns) et à 40% du groupe privé dont elle est l'émanation. Le prix de revient en 1966 des 18 km de la route de liaison Arâches-Flaine s'élève à 8 MF- les 2/5. seulement de ce coût d'approche ont été intégrés dans le prix de vente des lots, car depuis 1967 le tronçon routier a été mis à la charge du département de la Haute-Savoie qui couvre les frais d'entretien et d déneigement en contrepartie, ce parcours est mis à la disposition des touristes du dimanche à-la recherche de sites agréables et ombragés.

La viabilisation interne des stations est aussi un préalable. D'après des études préliminaires menées en 1966, les investissements structurants (routes, adductions d'eau, assainissement, télécommunications et altiport) indispensables au démarrage des stations de sports d'hiver de la nouvelle génération devraient entraîner une dépense annuelle de l'ordre de cent millions de francs, soit une charge de 500 MF au cours du VIe plan. Or comme le budget d'investissement du tourisme français est très limité, pour ne pas freiner le rythme de développement des stations, l'Etat répartit les charges sur les divers secteurs de l'économie intéressés par le maintien d'une activité en montagne . Ainsi, depuis quelques années, un budget de l'investissement touristique s'organise sous forme de crédits bloqués dans quelques lignes budgétaires des ministères de l'Equipement, de l'Intérieur et de l'Agriculture pour faciliter le financement des opérations d'infrastructures de base. La répartition des charges entre l'état et les collectivités s 'effectue suivant des barèmes (v. tableau n°2)

Nature des opérations d'infrastructure	Etat (ministères) : subventions en %	Département ou commune (Emprunts ou subventions)
Primaires: 1) Routes nationales 2) Routes d'accès Voierie de liaison	100 (Equipement) 30 à 50 (Intérieur)	néant 70 à 50
Secondaires: Lotissement Voierie intérieure	10 à 25 (Agriculture)	90 à 75
Tertiaires: 1) Adductions d'eau 2) Electricité (réseau EDF.) 3) Assainissement	15 à 60 (Agriculture) taux moyen national 40 Renforcement 34, extension 50 (Agriculture). Participations complémentaires de l'EDF. : 50 (renforcement) ou 25 (extension) 60 (Agriculture)	85 à 40 65 à 40 40

Tableau n°2.- Pourcentages des participations des collectivités aux opérations d'infrastructure (MED, page 51 du 24/6/1970)

Le plus souvent, les collectivités n'assument pas seules les charges, mais modulent leur participation dans le cadre de la convention de concession passée avec le promoteur pour

mener à bien la viabilisation des terrains, la promotion immobilière et les équipements touristiques et sportifs. Ce dernier bénéficie alors d'aides du F.D.E.S., de la Caisse des Dépôts et Consignations et des moyens de crédit du droit commun. Le coût des infrastructures primaires, secondaires et tertiaires réduites au strict minimum, s'élève en moyenne à 2.000/3.000 francs par lit-touriste, ce coût équivaut à une taxe d'équipement au taux de 15 à 207, chiffre très élevé. Aussi les concessionnaires sont-ils tentés de reporter sur les utilisateurs futurs et les copropriétaires la charge d'une part des investissements réclamés pour installer l'électricité, le téléphone, l'eau et le chauffage central. Liais des charges trop élevées dues des reports abusifs risquent de décourager une clientèle d'acheteurs déjà retenus par la perspective d'une résidence effective réduite à quelques semaines ou quelques mois par an.

Un travail sur des sites montagnards vierges incite les promoteurs de stations à préserver une certaine "qualité de la vie" en proposant la trilogie propriété-santé-sécurité. La difficulté est de concilier l'offre d'un mode de vie urbain rationnel avantageux sur le plan de la rentabilité et un raffinement de détails pour éviter la monotonie créer une ambiance agréable et remédier à une dégradation des sites et des habitats provoquée par une surcharge générale au coeur de la saison. Bref. l'aménagement des stations suppose la mise en place et l'exploitation d'équipements perfectionnés pris en charge par la société promotrice avec le soutien de parts par le truchement des communes: La moitié des dépenses d'infrastructure' sont consacrées à la voirie et aux parkings, réalisations menées de front car la nouveauté est d'offrir aux résidents des chemins-pistes et remonte pistes, rues autorisant un cheminement skis aux pieds dès la sortie de leur domicile. Le premier impératif est donc, pour tenir les voitures à l'écart du centre de la station, de multiplier les parkings à proximité des entrées de la zone habitée. Les problèmes de déneigement sont résolus à Plaine. par le recours à un système onéreux de sols chauffants. L'abondance et la libre disposition de réserves d'eau sont une des préoccupations principales des aménageurs. car en dépendent les possibilités d'expansion future et l'indépendance vis à vis des communes voisines. Aussi la convention passée en 1561 avec le syndicat intercommunal par la Société d'aménagement de la Magne réserve-t-elle à cette dernière le droit de prospecter sources et nappes d'eau utiles au développement de la station. Le problème de l'eau est, en effet, aggravé par la coïncidence de la période de consommation maximale et celle de l'étiage des sources par rétention nivale.

Plus facile est la lutte contre la pollution, encore qu'elle impose de lourds sacrifices financiers aux promoteurs- des assainissements rationnels sont partout prévus. Pour le chauffage l'emploi de l'électricité est la meilleure formule, la mieux adaptée à un régime d'occupation discontinu des appartements. Ainsi Avoriaz, la Plagne, les Arcs, le Corbier bénéficient de contrats avec E.D.F. en acceptant en retour de servir d'éléments de référence. Toujours particulariste, Plaine donne se. préférence à un système de chauffage sans pollution au propane. L'aménagement de stations d'épuration intégrale n'a pas été jusqu'à présent un objectif prioritaire car les résidents ne font pas preuve d'empressement pour obtenir cette charge supplémentaire. En 1975 encore, Flaine est seule à bénéficier d'une station opérationnelle.

Les infrastructures tertiaires, également qualifiées de "superstructures", regroupent les équipements publics téléphone, postes, office du tourisme. Leur financement, celui du téléphone en particulier, n'est pas sans poser des problèmes sérieux car, même en période de loisir, les résidents tiennent à conserver un contact direct avec leurs préoccupations de la vie active. Ainsi, tout retard dans ce secteur d'équipement porte préjudice au fonctionnement de l'ensemble. Cette préoccupation d'obtenir dans les meilleurs délais un équipement automatique relié au réseau international conduit le promoteur des Arcs à solliciter un contrat avec le C.I.T. Au total, le lancement d'une station de la troisième génération est toujours une affaire compliquée, pleine d'aléas dans tous les domaines et à tous les stades de l'évolution. Pouvoir appliquer partout et toujours des recettes éprouvées d'implantation serait trop beau et

trop simple.

L 'offre et la demande.

LE MARCHE

Percevoir l'état du marché de la neige exige une démarche très complexe, car, alors que la maîtrise technique du produit est parfaite puisque tout est calculé, le substratum humain semble avoir été quelque peu négligé. En effet, après avoir acquis au cours des années 50 la certitude d'un marché de la neige en pleine expansion; la politique française des sports d'hiver s'est élaborée de façon très empirique, au fil des épreuves, sur des estimations des données de départ approximatives.

Le Commissariat Général au Tourisme évalue le nombre des Français en vacances de neige à 940.000 en 1961-62, à 1.965.000 dont 1.600.000 skieurs en 1971-72, à 2.500.000 skieurs en 1972-73: et à plus de 3 millions en 1977-78. De son côté, la Fédération Française de ski remarque qu'entre 1960 et 1972, le nombre de ses licenciés a triple. Ces données révèlent simplement un ordre de grandeur, mais non le volume réel de la clientèle car tous les skieurs ne sont pas licenciés et les clients de stations ne sont pas tous skieurs. Une enquête de l'I.N.S.E.E. de 1964 révèle un taux de croissance annuelle de 14% dans la fréquentation des stations de sports d'hiver, d'où des prévisions vérifiées: revenu réel constant, on peut s'attendre à une augmentation de 50% du nombre des épartis aux sports d'hiver d'ici à 1970, pour les 4/5 à cause d'une amélioration es revenus et pour 1/5 du fait du croît naturel de la population à ces deux multiplicateurs s'ajoute l'engouement pour ln montagne hivernale des jeunes générations. L'enquête souligne aussi que 90% des skieurs appartiennent aux classes de revenus supérieurs avec une moyenne double de celle de l'ensemble des Français. A partir de ce constat, les promoteurs ne peuvent qu'être intéressés par les perspectives offertes.

La France bénéficie d'un bon capital-neige mais pour soutenir la concurrence des pays voisins et attirer la clientèle potentielle, il lui faut créer d toute pièce l'accueil réclamé par un tourisme de masse. En effet, la demande s'affirme alors chaque année davantage suivant un taux de croissance supérieur à 10% par an. Les préoccupations des responsables font passer les problèmes quantitatifs avant l'organisation qualitative du marché. Il est intéressant de demander aux réalisateurs des stations quelle était alors leur perception du marché, comment elle a évolué depuis et, en corollaire, comment cette mutation d perspectives e conditionné le produit, Chose surprenante, les Pouvoirs public ont cautionné, voire encouragé de telles réalisations engageant des investissements considérables sans données certaines ni scientifiques, limitées à de simples estimations du volume global de la clientèle au risque de fausser les orientations favorables à un développement rationnel de le nouvelle politique des sports d'hiver.

UNE APPROCHE MANICHEENNE DE LA CLIENTELE

Le comportement initial des responsables des nouvelles stations est caractérisé par un tri de la clientèle, politique difficile d'équilibre entre l'attraction et la dissuasion. Conçu pour une clientèle riche, le système vise empêcher la dépréciation du 'produit' en le réservant à une catégorie sociale relativement homogène. L'objectif est de donner aux résidents l'impression de vivre entre eux, en milieu choisi, encouragement ainsi donné à un recrutement étendu à leurs amis, puis aux amis de leurs amis. C'est un certain art de crée une ambiance de qualité à d'assurer une fréquentation distinguée, de donner le ton à la station. A l'origine, la Plagne est ainsi une station de polytechniciens (10% de la clientèle au départ) cette formule d'un club assez fermé est .aussi appréciée aux Arcs. A la limite, chaque groupe ou clan parisien a "sa"

station, prélude à la construction d'une société autour de quelques noms prestigieux de l'armorial, de la finance et de la politique. Précaution complémentaire pour renforcer le pouvoir attractif et publicitaire favorable à le visiteur par le côté insolite d'une présentation spectaculaire d'équipe vents superflus, de gadgets sélectionnés pour donner une impression de sollicitude personnelle et renforcer une image de prestige de la station ainsi le canon-neige de Flaine, le télémetro entre la Plagne-centre et son "satellite" Aime-la-Plagne.

L'élaboration d'un milieu élitaire fera" est peu conciliable avec l'accueil des skieurs du dimanche, en effet, "In mauvaise clientèle chasse la bonne", aussi aucun aménagement n'est-il prévu pour cas derniers absence de salles "hors sec", tarification prohibitive des remontées mécaniques, établissement des forfaits d'au moins huit jours, organisation des transports collectifs. La station de la nouvelle génération repose par sa conception même sur une ségrégation fonctionnelle, laquelle exclut à priorité la clientèle "Parasite" des week-ends, puisque l'élaboration du plan-masse prévoit un équilibre entre domaine skiable et capacité d'hébergement. Or parmi les lits mis à la disposition du tourisme de séjour, aucun n'est prévu ni réservé pour un tourisme social, considéré en fait comme un élément perturbateur.

Le plan Neige s'était fixé pour objectif la réalisation de trente mille lits par an; assez pour suivre les progrès numériques de la demande. Or l'offre n'a pu suivre à cause d'une double inadaptation, quantitative et qualitative. Le déséquilibre est accentué par une recherche de la fréquentation choisie alors que le vrai problème est celui d'un tourisme d'hiver de masse. Les promoteurs, ainsi confrontés avec la réalité, sent amenés à réviser leurs conceptions monolithiques au profit d'un dosage habile entre les deux catégories de clients.

Autre source de complexité et de perplexité, les promoteurs s'inquiètent des motivations qui pèsent sur l'avenir d'un marché de la neige encore en pleine expansion leur politique ne doit pas Ure la mime à l'égard des acquéreurs de résidences secondaires ou des acheteurs de parts de séjour neige pour des raisons sportives. Les réalisateurs ont préféré retenir d'abord la première hypothèse, car des impératifs de rentabilité conduisaient tout naturellement

à cette solution pratique et à ce type de gestion. Or cette inclinaison naturelle est conforme aux objectifs fixés dans le plan neige, prospecteur d'un marche précis, celui d'une clientèle de résidents à hauts revenus, de préférence en devises étrangères. La sélection limite alors la fréquentation de la station à un type de clientèle bien déterminé, ainsi définie en 1969 par le promoteur de la Plagne: 'Nous visons une certaine clientèle, celle des "cadres", spécialement ceux qui ont passé quarante ans, âge où l'on se sent les moyens et l'âme d'un propriétaire. 60 des lots sont des appartements à vendre placement d'argent. De même, à Avoriaz. les 420 propriétaires des appartements achetés avant juin 1970 constituent un échantillonnage social dans lequel les éditeurs, cinéastes, journalistes et professeurs entrent pour 25%, les titulaires des professions médicales ou para-médicales pour 17,6%, les cadres supérieurs et administrateurs de sociétés pour 16%. Sont aussi représentés les industriels (8%) tout comme les ingénieurs et les cadres moyens supérieurs (7%), Les autres catégories sont celles de représentants (4%), notaires (3,2%), avocats (2,3%) et commerçants (2%). Enfin, 7% des appartements sont eu nom d'une épouse dont le profession du mari reste ainsi inconnue. Tous ces acquéreurs disposent donc de re venus supérieurs, souvent de loin, à six mille francs par mois. Comme le souhaite le promoteur de la PPlagne, la principale classe d'âges (70%) est celle des 35-50 ans.

Une première erreur initiale a été d'assimiler résidents et propriétaires, car ces derniers font surtout un placement en achetant un appartement. A Avoriaz, 4% des acquéreurs sont des Français originaires des départements d'outre-mer, installés pour des séjours annuels d'une quinzaine de jours et, malgré cela; souvent peu disposés à céder en location. Ce gel partiel de la capacité d'accueil freine le dynamisme de la station et la dévalorise. La clientèle potentielle

des "séjournants" non propriétaires ne trouve alors qu'une structure d'hébergement mal adaptée ses besoins par la faute d'une privatisation excessive et d'une faible capacité d'accueil hôtelière. Au cours de la saison 1972-1973, pour l'ensemble des stations de sports d'hiver, les résidences secondaires hébergent seulement 9% des résidents pour 38% en hôtel, 27% dans les clubs-associations, 10% en appartements loués et 13% chez des parents et amis,

D'autre part, l'objectif du plan Neige, attirer une clientèle porteuse de devises, est difficilement conciliable avec l'option "privative" choisie par les promoteurs, car les étrangers achètent peu d'appartements, 6% seulement à Avoriaz. Grande désillusion, la clientèle américaine ne s'est donc pas fixée dans les stations de la troisième génération or; aucune structure d'accueil suffisante en hôtel n'a été prévue comme solution de rechange; tant les réalisations avaient misé sur une rentabilité immédiate par la vente et sur le mythe d'une clientèle étrangère riche installée à demeure. En fait, ils ont offert un produit conçu pour une clientèle française d'immobilier privatif. On se trouve ainsi assez loin de l'hypothèse mise en prélude à la genèse des stations nouvelles. La solution tardive est donc un recours à une hôtellerie moderne à grande capacité globale, mais fragmentée en unités de 40 à 50 chambres, seule formule rentable pour assurer un fonctionnement dans l'inter-saison et un regroupement de la clientèle en périodes creuses. Si la fréquentation de l'ensemble des stations françaises par les étrangers ne dépasse pas 10% des chiffres globaux, elle est toutefois deux à trois fois plus élevée dans les stations de classe internationale de la troisième génération.

Le mythe de "l'or blanc" est donc quelque peu suranné; toutefois, une clientèle étrangère potentielle existe, tout comme elle évolue au profit des classes moyennes et d'un tourisme de masse organisé par charters. L'apport de devises étrangères peut être aussi efficace, sinon aussi spectaculaire, réalisé par les dépenses d'une clientèle plus nombreuse. Une prudente politique du nombre peut valoir aux stations un meilleur coefficient remplissage; donc un fonctionnement plus rentable.

LA GESTION.

Les problèmes de gestion posés par le fonctionnement actuel des stations de la nouvelle génération sont dans une certaine mesure conditionnés par le postulat des pouvoirs publics, le tourisme doit contribuer à l'équilibre de la balance des paiements. Le choix de cette option économique, laquelle implique une recherche de rentabilité à court terme, repose en partie sur des données le rétablissement en 1960 de la convertibilité des principales monnaies ouvre pour le tourisme une ère d'expansion en Europe et autorise l'organisation d'un véritable marché. La France doit au plus vite organiser des structures d'accueil pour tirer parti d'un potentiel auparavant négligé pour des considérations de rentabilité aléatoire des investissements nécessaires.

Pour entrer dans le concert des pays touristiques bénéficiaires des flux de devises, il fallait offrir un produit compétitif. Il y avait une place prendre, non pas au niveau des stations balnéaires littorales fortement concurrencées par celles des autres pays méditerranéens, ni à celui des stations de sports d'hiver classiques de moyenne montagne où le marché est contrôlé par la Suisse et l'Autriche bénéficiaires d'excellents équipements, mais en haute montagne dans la zone des alpages, étage où des sites remarquables étaient à aménager. Sous le prétexte d'une nécessité, assurer un démarrage rapide dans la mise en place des infrastructures, la politique des pouvoirs publics est alors, comme dans d'autres secteurs de l'aménagement (autoroutes, constructions immobilières), de laisser l'initiative et les risques à des capitaux privés. Une fois les droits d'entrée assurés (maîtrise foncière, accès routier, infrastructures de base), le processus classique des modes de production capitaliste se déroule automatiquement. L'option économique est traitée désormais en termes purement monétaires, sans perspectives d'une mise en valeur régionale pour le mieux être de ses habitants; l'objectif prioritaire est, en

effet, de rentabiliser l'effort produit en fonction de l'économie nationale. Le rapport préparatoire au cinquième Plan prévoit les moyens d'un redressement des deux postes Tourisme et Transport: 'Les investissements à prévoir par priorité doivent être ceux que l'on juge le plus rentables en devises, que ce soit court ou à long terme. En fait, il faut sélectionner la clientèle, le genre de tourisme, les régions, les équipements pour lesquels la France peut demeurer bien placée dans la compétition internationale". Accessoirement, le tourisme est "aussi" une ressource d'appoint pour les régions défavorisées, un élément intéressant d'une politique d'aménagement du territoire et d'équilibre régional.

L'engrenage du mécanisme de l'entreprise une fois monté, l'ampleur des nouvelles créations se traduit par une concentration sur quelques années de lourds investissements, toute réalisation à l'intérieur de la station est ramenée à des problèmes financiers réglés dans une ambiance "technique" et fonctionnelle. D'autre part, les objectifs prioritaires du Plan - répondre à la demande de considérable comme des intérêts privés soucieux d'une rentabilité rapide se conjuguent en faveur du lancement de stations de grande capacité. D'ailleurs, d'après la Commission d'Etudes de la Montagne, aucun promoteur ne s'intéressa à des opérations de moins de mille lits le seuil minimal souhaitable se place entre 2.500 et 3.000 lits, cela pour obtenir l'aide des banques, Il s'agit, en effet, d'établir des prévisions précises dans tous les domaines, de: courir des risques calculés jusqu'à l'achèvement de l'opération en adoptant une problématique technique. L'ensemble est appréhendé et coordonné par un seul maître d'ouvrage, mime si les divers stades de l'achèvement sont confiés, pour des raisons fiscales, à des sociétés distinctes.

La création d'une station de sports d'hiver suppose de gros investissements antérieurs à la rentrée des premiers fonds. ils sont, en 1970, de l'ordre de 25.000 francs par lit, soit 80% du chiffre d'affaires, de 2.500 f pour l'aménagement du terrain et autant pour les remontées mécaniques: les chiffres doublent entre 1970 et 1976. Les amortissements dans ces divers domaines sont décalés: ainsi il faut quinze à vingt ans, donc prévoir un long terme; pour amortir les remontées mécaniques. Un réseau surabondant et la pratique de tarifs très bas sont nécessaires au lancement d'une station; rapporté au nombre de lits, le débit horaire est de 2 pour les Arcs et Tignes, de 2,2 pour Avoriaz, 2,5 pour la Plagne et 2,9 pour Flaine. Aussi l'exploitation est-elle longtemps déficitaire; à la Plagne, l'équilibre est prévu aux environs de 1980. Malgré un avenir très prometteur une fois l'amortissement réalisé, ce type d'opération est d'un financement difficile, c'est la seule spéculation aidée par des prêts F.D.E.S. de l'Etat accordés moyennant intérêts à 6% sur une période de quinze ans cela pour un montant égal à la moitié de l'investissement. L'aménagement des terrains est une opération à moyen terme réalisée en général par tranches chacune correspond à un programme immobilier étalé sur plusieurs années. Cette opération est d'un bon rapport; l'essentiel est d'aboutir à un bilan équilibré.

Opération à court terme, la construction immobilière est conduite par tranches annuelles de cinq cents à mille lits. Une bonne prévision du rythme des ventes est la condition d'une rotation rapide des capitaux et l'assurance de bénéfices substantiels. Un calcul prévisionnel module le nombre des logements à construire en fonction de la capacité d'accueil des remontées mécaniques mais aussi de la charge foncière totale à amortir: car le coût de l'infrastructure en altitude est toujours très élevé. Puisque la densification est limitée par la capacité du site, l'amortissement est supporté par un nombre de lits: d'où le recours à un certain type de clientèle, des dépenses d'investissements très lourdes ne peuvent être supportées que par des acquéreurs fortunés. En théorie, la vente des appartements doit permettre une réalisation rapide d'argent frais pour poursuivre les programmes d'aménagement et faire fonctionner les installations rentables à plus long terme en attendant qu'elles soient rémunératrices à leur tour.

En réalité, cette perspective est dénaturée d'abord par l'absentéisme des propriétaires

une durée d'occupation des lits privatisés réduite à huit ou quinze jours enlève à la station beaucoup de son animation et surtout diminue le rythme de fréquentation des remontées mécaniques. En altitude aussi, la multiplication des résidences secondaires n'est une panacée ni sur le plan humain, ni sur le plan économique ici encore, le revenu de la mise en location d'un studio ou appartement est ramené par le jeu des charges fiscales à 2% environ du capital investi. Une telle stérilisation de l'habitat ne rapporte rien à l'État ni à la station.

D'autre part, le parc immobilier fait partiellement l'objet de spéculations subalternes qui lui enlèvent une partie de sa capacité d'accueil. Au cours des années soixante, la revente des studios était l'occasion de bonnes opérations financières. En contrepartie, certains promoteurs ont été victimes d'un programme trop ambitieux de ventes d'appartements sur plans sans avoir les moyens financiers de les achever avant une période de hausse des prix; il en fut ainsi au Corbier en 1968. Dans les deux cas, c'est oublier que l'intérêt commercial véritable d'une station nouvelle est une marche régulière vers un plein emploi constant de ses possibilités au fur et à mesure de la réalisation d'un programme.

Un rapide amortissement à court terme dans l'immobilier repose sur une publicité bien menée tirant parti d'une renommée sportive matérialisée par des noms prestigieux mis au service des stations. Mais la liaison entre court et long termes est le plus souvent mal appréciée, car l'efficacité sur le plan financier d'un peuplement résidentiel intermittent est sans commune mesure avec la mise de fonds engagée pour peupler les stations. Le problème est d'autant plus grave qu'elles sont conçues pour des résidents et non pour des gens de passage. Du coup, la capacité de logement en hôtel est-elle insignifiante: le cas extrême est celui d'Avoriaz dont les deux établissements offrent seulement 95 chambres.

L'équilibre initial recherché entre occupants des appartements et plateau sportif était conçu au départ en circuit fermé. Or, le faible taux d'occupation des appartements a une incidence sur la fréquentation régulière des remontées mécaniques, d'autant que les frais généraux sont dans ce secteur les mêmes quel que soit le nombre de skieurs. La crise de 1970-1971 a souligné la fragilité des bases données à l'essor des nouvelles stations de sports d'hiver; du fait de la conjoncture, un ralentissement des ventes bloque le processus de rentabilité des investissements, remettant en question tout le consensus économique de l'opération.

II.- De l'aménagement à la doctrine.

Amélioration de la gestion et de la commercialisation.

Le Vie Plan ne remet pas en cause la création ni l'existence des stations de la troisième génération il les considère comme des aménagements-pilotes qui, après corrections pourraient entrer comme éléments dynamiques dans un système global d'aménagement régional, nouvel objectif à l'ordre du jour. Le réajustement, souhaitable ou nécessaire, du produit Station intégrée porte donc moins sur l'adaptation du produit lui-même que sur la manière de le vendre. Pour améliorer le fonctionnement et assurer un taux de remplissage maximum la Commission du Tourisme pour le Vie Plan insiste sur une amélioration de la gestion et de la commercialisation pour "mieux vendre la neige". L'entrée en scène progressive de la notion de "marché" modifie le produit en proposant un produit final "touristique", non une simple promotion immobilière. La nouvelle orientation demande au promoteur d'être non seulement un vendeur, mais le gérant et l'animateur d'une combinaison où interviennent une bonne marche de l'opération immobilière, un taux satisfaisant de remplissage et une bonne gestion de toutes les activités commerciales (aussi bien pour la prospection que pour l'exploitation). Un tel souci d'efficacité doit assurer à l'opération une bonne rentabilité et un fonctionnement en bonne harmonie.

La nouvelle politique des stations intégrées répond à trois préoccupations majeures.

- Vendre moins d'immobilier et davantage de "séjours" ainsi une politique de "lits banalisés" contribue à élargir l'assiette du marché et à assurer un fonctionnement plus régulier des différents services de la station.
- Coordonner les politiques commerciales des stations et, dans la mesure u possible, contrôler l'augmentation du nombre des lits en fonction de celui des demandeurs.
- Veiller en particulier à une meilleure animation des stations.

LE PASSAGE A UNE RENTABILITE A LONG TERME.

La primauté donnée à l'origine à l'immobilier pour résoudre par priorité le problème quantitatif de l'accueil conduit lors d'une récession passagère au cours de l'hiver 1970-71, une saturation relative du marché des résidences secondaires en montagne. La parade est d'inciter leurs propriétaires à mettre leur logement inoccupé dans le circuit des locations. Dès 1969, à la Plagne, la Société de gestion Immobilière en montagne la S.O.G.I.M. devient le syndic de vingt-deux immeubles en co-propriété, soit près de mille appartements, et reçoit la charge d'en louer trois cents, soit quelque quinze cents lits.

Pour généraliser cette forme de participation individuelle à la gestion de la station; M Cambau préconise en 1971 plusieurs mesures.

- valoriser les meublés en les classant parmi les hébergements touristiques et simplifier la fiscalité par recours à une seule taxe forfaitaire (à répartir entre l'État et les collectivités locales) fixée d'après la classe du meublé et le nombre de pièces. Ainsi une augmentation des mises en location améliorerait le rendement fiscal global de la station;
- exonérer de droits de succession les meublés mis en location dans les stations' car actuellement l'article. 1241 du Code général des Impôts réserve l'exemption lors de la première mutation à un seul appartement loué ,système paradoxal qui décourage la location d'appartements acquis à titre de placement. D'autre part-le propriétaire d'un appartement trop personnalisé consent rarement à le mettre sur le marché, considération qui empêche une commercialisation rationnelle des séjours.

Seule Flaine a, d'entrée, organisé un système plurifonctionnel en dotant chaque studio ou appartement d'un équipement standardisé, condition favorable à une reconversion éventuelle glus ,tout est choisi (par le promoteur) avec un goût raffiné". Une vision nouvelle des relations entre la clientèle et la station s'instaure le nouveau ,marché offert à des acheteurs" à moyen et long terme oblige le promoteur :à se plier à des contraintes supplémentaires, à prévoir un programme non plus de lits privés, mais de lits en résidences locatives les lits banalisés- conjugué avec un plan d'amortissements obligatoirement étalé dans le temps.

D'ailleurs l'administration impose désormais, pour diversifier le parc. immobilier, un programme de lits banalisés égal à la moitié, au moins de la capacité d'hébergement.

Une meilleure rentabilité est dès lors préparée par des facilités nouvelles de commercialisation et de gestion en regroupant les éléments de cette formule d'accueil en ensembles homogènes et de qualité. La para-hôtellerie offre des studios ou petits appartements dont la co-propriété est soumise. à la gestion d'un hôtel; par ce biais, un équipement hôtelier déficient acquiert une capacité susceptible d'accueillir des groupes amenés en autocars ou en charters.

Par l'intermédiaire de le Société de gestion. Le promoteur est dès lors seul responsable, puisqu'il se passe du bon vouloir du propriétaire il est maître en droit et en fait d'une gestion souvent appropriée à une forme nouvelle de privatisation prévue dans le contrat de banalisation des lits.

UNE NOUVELLE FORMULE D'ACCESSION A LA PROPRIETE.

Substituer à la vente à un unique propriétaire, placement de plus en plus difficile et qui gèle le patrimoine, des formules nouvelles d'occupation assure une rentrée plus régulière des capitaux investis dans l'immobilier mais aussi un meilleur amortissement des équipements et installations-Le lit banalisé est une formule créatrice de types d'hébergements homogènes fonctionnels et plus facilement commercialisés. En effet, le client, en achetant un studio en co-propriété ou une chambre d'hôtel se lie à la Société promotrice par le biais du crédit à l'achat. Il s'engage à libérer les lieux en dehors du temps de son séjour et à s'en remettre pour la gestion à l'organisme promoteur en échange de redevances compensatrices des charges immobilières et des dépenses à la neige.

D'une station à l'autre, le type de contrat s'élabore en tenant compte des expériences voisines, mais aussi en s'efforçant de faire preuve d'originalité et d'exclusivité. Les premières formules, mises au point à la Magne et à Avoriaz, garantissent au propriétaire loueur un revenu annuel d'environ 5% du capital investi. A la Magne, le revenu annuel garanti n'est pas dégagé directement par la location, mais provient d'un forfait annuel garanti dans lequel l'occupation personnelle vient en déduction. Le tarif forfaitaire annuel est net de commission, mais les dépenses de la co-propriété restent à la charge du loueur. A Tignes, le système est plus complexe, "le produit de toutes les locations d'une résidence donnée est mis en commun et réparti entre les co-propriétaires au prorata du nombre de semaines où ils mettent leurs appartements à la disposition du service central de location. La diversité géographique d'implantation des résidences confiées au même groupe permet au propriétaire d'aller séjourner ailleurs pendant les périodes de l'année, son choix, dans d'autres résidences à des tarifs préférentiels .

En 1972, la station du Corbier lance avec succès la formule de la "Nouvelle propriété", laquelle correspond à un leasing adapté à l'appartement, sans obligation pour les acquéreurs de faire un apport personnel. L'Union Immobilière finance toute la promotion du Corbier et au travers de la Générale d'Etudes, de Diffusion et de Réalisation Immobilière (GEDRI), société du groupe UGIP soutient l'expérience à base d'un montage financier: un système de relations privilégiées associe en une société civile particulière provisoire l'acquéreur d'un appartement et la banque. Le client prend un crédit de 80% sur quinze ans; de son côté, la banque consent un apport de 20% remboursable sur cinq ans, sans intérêt mais à charge de lui réserver pendant cette période l'appartement à certains moments de l'année. La cote de l'appartement est de 75 points par an, total obtenu par addition de points variable avec chaque semaine (saison ou hors saison). Le séjour gratuit du propriétaire ne doit pas dépasser ces 75 points. Ce contrat vaut à l'acquéreur un bénéfice d'intérêt et l'exemption de charges en dehors de la durée de son temps d'occupation. La société civile provisoire est dissoute au bout des cinq ans. Le propriétaire a, dès lors, la pleine jouissance de son appartement; mais en laisse la gestion à la Société pour en retirer une rentabilité garantie de 5% par an. Le Corbier a cette formule pour relancer la station et en redresser la situation financière; malheureusement l'expérience est en partie compromise par les mesures d'encadrement du crédit prises en 1974 pour lutter contre l'inflation. Si le crédit n'est plus indexé, la plus-value de l'appartement devient plus rapide au risque de relancer la spéculation. Malgré la solidité du groupe financier qui soutient l'opération, l'encadrement d'un crédit ramené à 70% de la masse financière avancée auparavant enlève toute vigueur à la relance et ramène la situation à un bilan déficitaire.

A Superdévoluy, la formule d'occupation est celle de la "multipropriété"; après avoir suscité au départ l'enthousiasme des acquéreurs, elle se révèle assez contraignante. Elle cède, en effet, un "espace et un temps sous forme d'actions" sans rendre jamais l'acquéreur pleinement propriétaire; il doit se contenter de bénéficier à vie d'une période d'occupation déterminée.

La faiblesse des investissements dans l'hôtellerie française n'est guère favorable à la réalisation des cités-hôtelières au service des complexes touristiques des stations de sports d'hiver. Aussi les premières tranches de "lits banalisés" étaient-elles des logements en copropriété; mais peu à peu s'est organisé de logements, un système para-hôtelier, initiative prise par des sociétés spécialisées dans cette forme de gestion, tel à Tignes le club-hôtel Un type de société identique peut être créé au niveau d'une station: à la Plagne, la D.I.U. Promotion et la C.G.T.H. (Cie Générale Transatlantique Hôtelière) ont mis au point Un complexe para-hôtelier: la Résidence-Loisirs, la R.L. d'Aime-la Plagne.

Une R.L. est donc l'achat d'un appartement assorti d'une convention de gestion para-hôtelière, formule qui laisse à l'acquéreur l'utilisation de son appartement pour ses propres vacances d'été et d'hiver, mais qui en confie la gestion (location-entretien) à une organisation hôtelière spécialisée pendant le reste du temps. Cette organisation non seulement paie alors les frais et charges de l'appartement, mais distribue au propriétaire un revenu. Pour pouvoir garantir ces prestations, le temps optimum pendant lequel l'exploitation de l'appartement est confiée aux services hôteliers spécialisés est calculé l'appartement est abandonné par son propriétaire pendant une partie de la période d'hiver, mais reste sa libre disposition pendant toute la saison d'été.

Le propriétaire a le choix des dates et de la durée d'occupation de son appartement en hiver le séjour est alors pondéré par des coefficients en fonction de la période limitée à la location. Au coeur de la saison en effet, des taux de location élevés contribuent à augmenter la rentabilité de l'opération: quinze jours de location à Noël procurent un revenu équivalent à vingt jours de février ou à tout le mois de mars. Toujours pour atteindre une rentabilité maximale, toute occupation par le propriétaire au cours d'une partie des vacances scolaires compte pour la totalité des dites vacances. De même en février, période de la haute saison, la durée d'occupation est comptée sur la base de la période minimale, même si la durée effective est inférieure.

Les sociétés de promotion cherchent dans le recours à des formules ingénieuses à prendre elles-mêmes en main la conduite de l'opération. A preuve, "la nouvelle formule d'vacances, la Résidence" élaborée à Avoriaz par la Société Immobilière et de Construction d'Avoriaz, la S.I.C.A., et appliquée dès l'hiver 1973-1974 à deux résidences, Snow et les Ruches; fortes de 565 studios équipés chacun d'une kitchenette. La Résidence joint l'indépendance, à prix économiques, d'un studio aux services d'un hôtel; présenté comme un placement financier vacances. le système permet l'acquisition d'un studio pour trois personnes à partir de 90.000 francs ou pour quatre personnes à partir de 102.000 francs, d'être assuré pendant cinq ans d'un revenu garanti de 97 par an indexé et calculé sur le prix du studio. Il se décompose en un revenu locatif de 4% net de charges et en un séjour de vacances gratuit de sept semaines au bénéfice de l'acquéreur, de sa famille ou de ses amis en résidence et comprenant le logement, les prestations para-hôtelières et les remontées mécaniques comptées pour 5%. Un revenu supplémentaire est assuré si les sept semaines sont proposées en totalité ou en partie à des tiers. Par exemple, si l'occupation propriétaire dure deux semaines, un revenu supplémentaire de cinq semaines est crédité aux environs de 3%. Les autres avantages sont l'assurance d'une Plus-value très intéressante tirée des qualités exceptionnelles de la station et des immeubles d'Avoriaz, le bénéfice de conditions de crédit exceptionnelles, en dépit de La conjoncture, et d'avantages fiscaux, une capitalisation à base d'un faible apport mensuel.

La formule du lit banalisé concilie les intérêts du particulier à la recherche de la sécurité en plaçant dans la pierre et ceux du promoteur de stations bénéficiaire de toute la capacité d'hébergement disponible pour bâtir la rentabilisation des équipements. La gestion s'en trouve améliorée. D'autre part, un nouveau progrès est possible dans le domaine para-hôtelier par une construction systématique de studios et de chambres d'hôtel au détriment des

appartements. L'offre d'un type d'hébergement plus fonctionnel séduirait davantage la clientèle étrangère en lui présentant un produit affiné, précis. Intégrer la capacité d'accueil dans un circuit commercial en transformant la pierre de l'appartement en un "investissement" industriel à meilleur rendement devient dès lors la préoccupation des promoteurs' c'est le premier élément du complexe touristique de sports d'hiver.

Le promoteur des Arcs, Roger M Godino, ne souhaite-t-il pas dès 1971 des investissements préférentiels pour une industrie hôtelière de loisirs, car une station ne saurait être, en aucun cas, un ensemble d'immeubles au pied d'un réseau de remontées mécaniques géré par un promoteur immobilier . Une station de ski est d'abord une station de loisirs et, ensuite, un ensemble immobilier. Actuellement, c'est le processus inverse qui joue. Politique sportive et politique d'animation sont encore dans les stations des accessoires de publicité pour accélérer la vente immobilière." L'aboutissement est, à notre avis, la plus grave erreur du marketing; fabriquer des stations pour les vendre et non pour les faire vivre. La politique sportive et l'animation de la station doivent être les objectifs prioritaires la politique immobilière doit être à leur service". En conclusion tout spécialiste de marketing est en mesure de mettre au point une stratégie de développement.

Les divers aspects de l'animation.

"L'animation" est l'élément dynamique du produit qui facilite une meilleure promotion et assurance par un meilleur taux de remplissage, une gestion de la station plus saine. Cette mission suppose que la société promotrice gère presque tout elle-même, de façon à garantir un fonctionnement harmonieux de tous les éléments étroitement imbriqués la notion d'unité ne doit jamais être perdue de vue Aux Arcs, les organisateurs prévoient dans le détail ce qui peut contribuer à créer à faire circuler la vie. Leur objectif est voisin de la formule du Club Méditerranée, c'est-à-dire jouer le carte de l'organisation, essence du produit, et la carte de l'organisation, essence du produit, et la carte sportive, leit-motiv de la création de ce produit. Les maisons de la Plagne, d'Avoriaz, des Arcs assument les fonctions essentielles d'un Office du Tourisme; leur mission est de coordonner les différents registres de développement, de centraliser et d'organiser leur animation, d'être à la fois un centre de presse, un service de relations publiques comme de réservation preuve que le secteur immobilier et le domaine des loisirs sont désormais étroitement liés.

Le premier souci pratique est donc d'assurer au profit des usagers une activité de "prestation de services", chargée de libérer le client des soucis quotidiens, de l'accueillir dans sa langue nationale, de le distraire. Les Arcs proposent une "carte de crédit valable dans toute la station: Avoriaz lance en saison 1974-1975 le "Ticket de rêve", compromis entre les formules de forfait et la carte de crédit pour épargner à la clientèle étrangère tout problème de change. Le forfait relatif aux activités sportives est à l'ordinaire proposé au moment de l'entrée en location. Ses avantages sont de simplifier les opérations de usagers et d'assurer un fonctionnement minimum des équipements. En basse saison, Avoriaz offre depuis 1974 à ses résidents des week-ends gratuits: dans le prix d'une semaine de séjour (séjour, forfait, remontées mécaniques) sont intégrées deux journées supplémentaires pour couvrir deux week-ends; d'un samedi au dimanche de la semaine suivante. Chaque station tire son journal et diffuse des informations certaines sont dotées d'une station radiophonique. Les Arcs diffusent en deux heures, matin et soir, des renseignements sur les événements et activités du jour mais aussi de la musique et des jeux• Avoriaz bénéficie d'une antenne R.T.L. et diffuse des bulletins en plusieurs langues Plaine dispose d'un circuit intérieur de télévision.

Les activités extérieures sportives monopolisent l'animation de jour; une gamme complète est valorisée par des concours nationaux. Avoriaz organise tous les ans des descentes de la Coupe du Monde et de la Coupe d'Europe de Ski La Plagne exploite un stade

de descente, le seul en Europe avec celui de Val d'Isère, et des stades de vitesse, de slalom et de saut. Le station organise les premières épreuves de la Coupe de France de descente parallèle à skis, mais innove aussi avec l'introduction du championnat de France de Para--ski. Pour promouvoir le potentiel sportif de ces stations des investissements considérables sont consentis, d'où l'obligation de trouver une compensation par un accroissement de la rentabilité dans d'autres secteurs d'activité. Les travaux d'aménagement de la piste noire des Hauts Forts d'Avoriaz et du stade de slalom spécial parallèle ont demandé des investissements respectifs de trois et sept millions de francs.

La créativité est un moyen supplémentaire pour attirer la clientèle, le ski évolutif est proposé aux Arcs, le "ski-vidéo" et le "ski nocturne" sont lancés à Flaine, les déposes sur glacier figurent aux programmes des Arcs, à la Plagne ou Avoriaz, de même les parcours de "ski sauvage" sont autant de formules qui rompent avec la monotonie des circuits assujettis aux remontées mécaniques.

Mais une fois la journée sportive terminée, les inconvénients de l'option "fonctionnaliste" apparaissent, soulignés par un manque de spontanéité, d'imprévu, qui engendre l'ennui, assez souvent dénoncé par les usagers des stations nouvelles. Il revient d'ora à des animateurs de créer une ambiance personnelle à la station, là aussi de séduire par le côté insolite. Les Arcs offrent chaque fin d'après-midi, la projection gratuite d'un film en plein air en fait, l'écran seul est à l'extérieur que les spectateurs regardent à travers les vitres d'un café ou de certains appartements les postes de radio transmettent le son. La Plagne s'intéresse aux activités musicales et organise un festival international annuel sur les neiges, bientôt complété par un festival du film d'art et d'essai. Avoriaz présente le festival international du film fantastique. Mais l'absence de vie nocturne, de complexes de loisirs est bien un symptôme révélateur des difficultés rencontrées pour associer vie sportive et autres activités ou loisirs, pour donner une âme à la station. La Plagne, la nuit, serait un paquebot perdu, immobilisé par mer d'huile.

Créer une animation paraît désormais un élément essentiel de la politique de commercialisation car c'est donner à la station une période de vie annuelle plus longue et amorcer une transformation en complexe touristique. La multiplication des motivations attractives pour la clientèle doit s'accompagner d'une grande maîtrise des techniques de l'animation, car la neige, substratum naturel et initial de la station, est parfois, dans cette conception nouvelle, reléguée au second plan. Toutefois animer, c'est d'abord se porter garant de la qualité du produit NEIGE; le canon-neige de Flaine, exemple le plus Spectaculaire; assure à la station la qualité du produit d'un bout à l'autre de la saison. L'engagement de la Plagne vis à vis de sa clientèle est le suivant: "Si c'est blanc vous payez." "Si c'est vert, on vous paie".

Des formules de forfait promotionnel pour retenir la clientèle témoignent d'un souci d'encadrement des hôtes de la station. Celle de la Plagne est le Loski cinq cents studios sont offerts en para-hôtellerie pour suivre en janvier des stages économiques d'initiation au ski d'une durée d'une semaine. Un forfait individuel spécial initiation de 335 f. en 1973 comprend la location d'un studio, l'utilisation illimitée du réseau des remontées mécaniques, l'entrée permanente à la piscine, six cours de ski et l'attribution d'une paire de skis, le tout sur une semaine. Les Arcs proposent une semaine de ski évolutif ou "apprendre à skier" en sept jours pour 290 f (saison 1973-1974); formule comprenant la location du matériel de ski, quatre heures le cours collectif par jour avec un moniteur et l'usage illimité des remontées mécaniques. La semaine ski-Safari ou "la montagne à vos skis" pendant cinq jours prévoit pour 350 f quatre heures par jour de cours collectif avec moniteur, un usage illimité des remontées mécaniques des Arcs, de Peisey Nancroix et de la Plagne la dépose sur glacier, ou encore la semaine détente qui ouvre, pour 270 f, la station à une clientèle de contemplatifs, prévoit du ski de fond, la dépose sur glacier pour un parcours en raquettes, une sortie en

raquettes, du ski-bob l'accès à la piscine, des tirs à l'arc et à la carabine et une assurance. Enfin Avoriaz offre à ses clients des week-ends gratuits.

La création d'une saison d'été

Depuis 1971, les stations de la nouvelle génération la dernière an date étant Avoriaz, organisent les unes après les autres une saison d'été, initiative encouragée par la conjoncture économique actuelle moins propice aux longs voyages motorisés, bonne occasion pour mettre la haute montagne à la mode d'été.

Premier impératif, l'adaptation de l'équipement pour la belle saison est d'une réalisation assez facile et à peu de frais, car elle bénéficie le l'équipement d'hiver (piscines et autres installations sportives). Les nouveautés sont le balisage des chemins et sentiers de promenade, la multiplication des courts de tennis (vingt à Flaine), la mise en service de terrains de golf (les Arcs), l'ouverture de centres d'équitation. Sont aussi organisés des stages d'initiation à l'alpinisme, des courses en montagne, des parcours de découverte dans parc national de la Vanoise (la Plagne et les Arcs) et des safaris-photos dans le massif Arve-Giffre proposés par Flaine. L'organisation d'un ski d'été donne des résultats quelque peu décevants c'est une pratique encore réservée à une clientèle sportive très restreinte peut-être serait-il nécessaire de perfectionner l'équipement de Val Thorens, de la Plagne ou de la Grande Motte toutefois, l'avant et l'arrière-saison sont un peu plus étoffées entre le 15 novembre et le 15 juin. Au total la mutation est difficile, d'abord à cause de la forte altitude. A 1.500 mètres, le Corbier semble le mieux placé pour bénéficier d'une double saison, matérialisée par 100.000 nuitées au cours des quatre mois de l'hiver 1973-1974 et 90.000 pendant les deux mois et demi d'été de 1974. Les autres stations de la nouvelle génération obtiennent des résultats beaucoup moins probants à Plaine, un seul hôtel est ouvert en été, période où les commerces fonctionnent avec employés au lieu de 200 en hiver. Les stations nouvelles ont des structures adaptées aux besoins du tourisme hivernal; le ski y est donc le moteur de l'urbanisation: chaque station intégrée a sa grenouillère, ses immeubles en "front de neige" pour que tous les résidents soient en contact direct avec les pistes, sa galerie marchande couverte et fermée pour se "protéger d'une nature environnante hostile". La capacité d'accueil est fixée en fonction de la superficie du domaine skiable, d'où la mise en place de véritables villes-usines à ski, fonctionnelles, fortes des 9.000 à 15.000 lits ² susceptibles d'assurer la meilleure rentabilité. Comme pendant l'hiver la journée du résident se passe sur les champs de ski, la station doit avant tout assurer un débit rapide des remonte-pentes et des pistes pour toutes les forces et tous les enneigements; elle doit être fonctionnelle le jour et confortable la nuit: Mais l'été, ce type de station convient moins bien aux besoins de dépaysement des touristes par manque d'harmonie entre l'échelle et le caractère démesurés des constructions prévues pour la neige et le cadre familial agreste et verdoyant dans lequel elles s'insèrent; le paysage est bien renouvelé, mais au détriment de l'ambiance et du standing de la station. Une conception trop spécialisée dans un type d'activité déterminé rend difficile une adaptation parfaite à un autre type de tourisme pour une autre saison. De plus, pour quelques années, il y a toujours en été des chantiers en plein travail dans ou à proximité immédiate de l'îlot montagnard habité et exploité. La forme d'hébergement elle même joue dans un sens dissuasif car elle est mal adaptée à une clientèle familiale. Or.. un simple lit banalisé privé d'un contexte de pièces de séjour particulières n'est pas le meilleur recours pour un groupe social chargé d'enfants: L'architecte-urbaniste savoyard, M.Laurent Chappis, propose une nouvelle formule; en somme une 4e génération de stations pour réaliser une meilleure "polyvalence saisonnière" son

² A titre de comparaison, la capacité de Davos est de l'ordre de 4,000 lits, celle de celle de Carmisch-Partenkirchen de 5.500.

souci est de ne pas troubler l'équilibre esthétique naturel existant: il préconise pour cela l'abandon des immeubles en front de neige et des "verticales" au profit d'un habitat limité en hauteur à trois niveaux et dispersé en hameaux, principes appliqués à la station italienne de San Sicario.

Une autre forme d'animation, la culture en montagne dépasse le caractère sportif du complexe touristique, faisant à la limite abstraction même du facteur montagne. C'est aux Arcs le principe d'activités périphériques avec une spécialisation dans l'organisation de congrès, La culture n'est pas recherchée pour elle-même, c'est un argument de vente, un élément d'animation. M.Godno énonce très clairement sa stratégie: Pourquoi les remontées mécaniques sont-elles construites avant les hôtels, pourquoi les concerts eux-mêmes précèdent-ils les clients? Pour l'amour du sport? pour l'amour de l'art? Mon. pour rendre crédible. La culture entra dans une stratégie de marketing qui assure un remplissage complémentaire "Mous avons diagnostiqué un marché considérable celui des recyclages culturels "irait-on vers une guerre de la culture" entre stations? Chacune d'elles devient dans ce programme un "outil fonctionnel neutre" qu'il est nécessaire d'utiliser pour des impératifs de rentabilités

Les techniques le commercialisation.

Promouvoir une politique commerciale, c'est aussi et surtout subordonner la définition des objectifs aux exigences du marché, Le point de départ n'est donc plus le patrimoine touristique que l'on confronte aux conditions du marché, mais c'est l'analyse du marché mondial qui détermine "ce qu'il faut vendre" autant que la meilleure manière de le vendre. On cherche alors les caractéristiques du produit à proposer en fonction du marché et non plus à écouler un produit sur le marché. Ainsi, une fois reconnu, comme activité économique à part entière , le tourisme est devenu objet de commercialisation. Le Service touristique doit devenir l'une des fins de l'activité économique et sa production soumise, dans le cadre d'un véritable marché, à la loi de la concurrence et aux impératifs de la compétitivité.

Roger Godino, promoteur des Arcs, résume ainsi la situation nouvelle Désormais le problème n'est plus de construire ce que l'on veut et de l'écouler sur le marché; il est, au contraire de savoir d'abord ce que veut la clientèle pour construire ensuite ce qu'elle veut à un prix correspondant à ses capacités de paiements . En priorité, une amélioration de la gestion et de l'api nation conditionne la qualité du produit "station intégrée" et la fabrication d'un véritable outil économique adapté à une clientèle potentielle effective. Jusqu'ici trop artisanales, les méthodes de commercialisation sont à revoir, l'organisme responsable doit rechercher le client au lieu de l'attendre passivement.

Les campagnes publicitaires ne peuvent plus se contenter de flashes dans la presse, de distribution de brochures, photos, films dont, en fait, l'impact est très limité, résultat d'un travail superficiel. Lancer une station . sur le renom de champions de ski n'est pas non plus très sérieux; les limites de cette méthode se sont confirmées au cours des dernières saisons: une fois l'équipe de France de ski décapitée, le support publicitaire a cessé d'être efficace auprès de la clientèle. Les mesures préconisées ont un caractère opérationnel; elles doivent convaincre en faisant "goûter le produit", en organisant des voyages et des séjours d'études sur le terrain à l'intention des journalistes, de dirigeants de clubs d'agences de voyages., de vendeurs de loisirs. Une politique concertée suppose une collaboration étroite entre les services officiels du Commissariat général au Tourisme et les services techniques des stations. L'information permanente des vendeurs de loisirs ne saurait être efficace sans une diffusion en temps utile de la documentation sur la prochaine saison ni une mise à jour constante de l'information sur les capacités d'hébergement de chaque station.

Une standardisation du produit sous la forme d'unification des données de l'hébergement, des conditions de séjour (prestations, prix, forfaits) est nécessaire dans la perspective d'une inscription aux programmes des agences de voyages. Des directeurs de stations réalisent pour leur unité une planification commerciale à base de contrats avec des agences étrangères. Ainsi des agences allemandes ont mis au point un système de relations privilégiées avec les Menuires et Tignes, stations où 4% de la clientèle est d'origine germanique. La construction d'un hôtel de luxe Holiday Inn à Tignes doit, dans l'esprit du promoteur, amorcer des relations nouvelles avec la clientèle américaine, pour des séjours en février-mars. De son côté, le Corbier tire d'un contrat avec une agence hollandaise une fréquentation d'été suffisante pour assurer une saison rentable. Toutefois, ces essais d'organisation de courants touristiques sont encore des réalisations artisanales.

En fait, deux clientèles potentielle sont justiciables de deux styles de commercialisation et contribuent à définir deux types nouveaux de complexes touristiques. La clientèle étrangère justifie pleinement l'option "station intégrée" dans laquelle la commercialisation des séjours est "fonctionnalisée" car ces hivernants fréquentant davantage encore les Alpes autrichiennes et suisses.

Du coup, pour être compétitive, la politique française a dû faire surgir du néant de grands ensembles sportifs en altitude. A ce niveau, les stations nouvelles ne sont pas concurrentes, mais complémentaires, ce qui suppose une politique concertée des promoteurs. Le premier essai véritable de politique commerciale cohérente et commune aux stations de la troisième génération est lancé en 1971-1972, par l'A.R.S.M., Association des Réalisateurs de Stations de Montagne: une opération S.N.O. (Station Nouvelle Ordinateur) groupe à l'origine neuf stations nouvelles, Avoriaz, Flaine, les Arcs, les Menuires, la Plagne, Superdevoluy, Tignes, Val Thorens et aujourd'hui Isola 2000. Une similitude des structures rend possible un regroupement pour des actions commerciales concertées.

S.N.O. a pour objectifs de "présenter un produit commun", de mettre en place des formules originales, de s'attaquer aux marchés étrangers, donc d'élargir considérablement la clientèle. L'A.R.S.M. met à la disposition du public une nouvelle formule de séjour jointe à un service client. Elle réalise l'unification et une certaine standardisation: un seul interlocuteur par station (pour gagner du temps): un catalogue unique, présentation commune de tous les éléments de séjour --modes d'hébergement- tarifs des remontées mécaniques (pour que le client puisse fixer son choix): une banalisation éventuelle d'un hébergement plus ou moins industriel (14.000 lits banalisés en 1973-74) à une réservation centralisée à base d'un système électronique organisé par la C.I.T.E.L., (Compagnie Internationale de Téléinformatique). Les stations sont reliées par terminal ou par télex commuté à l'ordinateur de la C.I.T.E.L., lequel détient en stock la situation des appartements et des chambres d'hôtels. Les réservations peuvent se faire directement par téléphone à S.N.O. ou auprès d'agences de voyages reliées au centre C.I.T.E.L. Des liaisons inter-stations intégrées pourront un jour assurer la gestion d'un complexe sportif intégré à sein du plus vaste domaine skiable du monde. Pour l'instant, la carte S.N.O. délivrée aux clients du système des réservations centralisées autorise l'emprunt de toutes les remontées mécaniques des autres stations du groupe. Un stade encore plus élaboré serait un forfait assorti d'une carte de séjour fractionné entre plusieurs stations S.N.O.

Pour rentabiliser les équipements, publics ou privés, le taux de remplis sage doit être, entre le 15 décembre et le fin avril, compris entre 75 et 80% or ni le marché français ni la clientèle traditionnelle ne peuvent assurer une telle fréquentation. Aussi l'action commerciale S.N.O. est-elle orientée vers la recherche de marchés nouveaux et de clients amenés par charters avant d'être répartis entre les stations du groupe. Déjà un centre de services touristiques européen opère en liaison avec l'American Express pour amorcer des relations confiantes avec des clients lointains et dispersés. En 1972-1973 la clientèle étrangère des stations S.N.O. est allemande à 45% américaine à 16%, belge à 12%, britannique à 10%,

italienne à 4%, canadienne et suédoise chacune à 3%. Cette clientèle autorise un taux de remplissage voisin de 76%. Le système S.N.O. n'a pour l'instant qu'une faible incidence sur le bilan financier général, mais l'expérience est encourageante.

La fonctionnalisation des techniques commerciales n'a pas reçu un accueil aussi favorable en France. Les réticences viennent aussi bien des usagers trop individualistes que des agences elles-mêmes, victimes d'une mauvaise coordination. D'autre part, un système fiscal paradoxal favorise la concurrence étrangère, car les agences de voyages ont intérêt à travailler avec l'extérieur pour être exonérées de la T.V.A. En tout cas, le problème d'actualité est de mettre fin au marché sauvage en organisant la prospection. Pourtant il n'y a pas toujours unité de vues le promoteur des Arcs estime qu'il est moins nécessaire de retoucher le produit lui-même que les techniques de commercialisation celui de la Plagne préconise un remodelage du produit en faisant éclater la station en plusieurs satellites destinés chacun à réaliser des objectifs restreints sans pour autant déprécier la station. Une telle restructuration est ici imposée par un statut intercommunal et une mission de station-pilote modèle. Son organisation est celle d'une station polyvalente-type préconisée en janvier 1972 par le secrétaire d'Etat au Tourisme, M. Anthonioz. La justification d'un nouveau plan d'aménagement multi-polaire tire argument de la topographie du site et de l'évolution de la station avec le temps. En fait, l'option actuelle souligne en partie l'existence de bavures ou "loupés" inavoués dans le système antérieur: mais elle répond aussi à un désir d'étoffer la vie de la station par une saison d'été active surtout dans les satellites à altitude moyenne. Du coup, une double efficacité saisonnière reporte l'intérêt dans une zone plus basse de la montagne. Fractionner l'opération en plusieurs sous-unités relativement indépendantes les unes des autres relève d'une stratégie prudente mais habile, favorable à un écoulement des ventes plus rapide et plus facile.

Les satellites de la Plagne jalonnent les infléchissements successifs de la politique initiale: terminée en 1970, la Plagne-centre, type pur de la station de la troisième génération (altitude 1970 une capacité de 5.000 lits en résidences secondaires) est un noyau résidentiel réservé à une élite qui entre en service au moment précis où le mythe de la station intégrée s'effondre. Créé en 1970, Aime 2000 est un immense paquebot des neiges de 3.500 lits banalisés suivant les formules hôtelières classiques et para-hôtelières de la résidence club. Ce satellite respecte lui aussi les trois critères d'une station de la troisième génération' altitude, luxe et intégration, mais il apporte aussi un premier correctif à un système qui fait une part ridicule à l'accueil en hôtel, situation difficilement conciliable avec le recrutement d'une clientèle étrangère. Aime 2030; par la création d'une chaîne de séjours organisés se spécialiserait dans la réception de touristes venus par charters, étrangers de préférence. C'est un véritable support promotionnel pour attirer vers la station des groupes organisés par le système S.N.O. ou tout autre formule.

Lancé en 1972; Plagne-village renonce à l'intégration totale et au gigantisme: son programme est d'atteindre une capacité de 2.200 lits banalisés en petits immeubles de copropriété classique assortis d'un hôtel de 40 chambres seulement. En voulant faire revivre une ambiance locale, savoyarde, en hameau traditionnels, c'est tout un retour aux sources, à l'équipement de style "station de la première génération", politique qui n'est pas sans contradiction avec la volonté de créer un modèle fonctionnel.

Longefoy et Montchavin sont à la fois une concession au tourisme social et une chance supplémentaire pour la création d'une station d'été dynamique. Réalisation due à l'opiniâtreté du maire de Bellentre, membre du syndicat intercommunal de la Magne., Montchavin est le témoignage le plus significatif toute une évolution. Implanté à altitude moyenne (1350 m.) ce satellite de 2.000 lits est greffé sur un vieux village; c'est un ensemble de gîtes ruraux et de chalets associé à un petit hôtel d'une vingtaine de chambres: mais l'essentiel de l'hébergement est assuré en locaux collectifs 450 lits en V.V.F et 300 en caravaneige. Formule de

conception originale, les locaux sont noncés sous forme. de parts à divers organismes, comités d'entreprise, colonies, classes de neige, pour en tirer la meilleure utilisation. Ainsi sont conciliée une politique de banalisation des lits et une technique d'investissements à caractère social.

Les divers satellites et leurs clientèles ont en commun la jouissance d'un domaine skiable de 150 km² tramé par un immense réseau maillé de quarante remontées mécaniques. Certes, une capacité totale prévue de 30,000 lits rend indispensable un fractionnement de: la station en satellites mais l'infléchissement de la politique apparaît surtout dans une spécialisation sociale de chacun d'entre eux- En fait, la restructuration de la Plane subordonne les motivations du marché à la préoccupation obsédante, faire tourner la station. Le point faible de l'opération est un choix un peu arbitraire dans la nouvelle gamme de produits susceptible d'élargir la clientèle. Mais cette méthode n'est-elle pas encore trop rigide et n'aboutit-elle pas à une nouvelle manière de "vendre la station" sans pour autant arriver à vraiment "vendre le loisir en station"? A l'exception d'Aime 2000, la station n'a pas opté franchement pour une hôtellerie à grande capacité, seule représentative sur un marché étranger. D'autre part, ouvrir des satellites de la station à une clientèle de skieurs du dimanche et de touristes sociaux est une fausse évolution vers la démocratie si l'aménagement renforce une intégration dans la ségrégation à la clientèle de lits privatifs se juxtapose celle du week-end ou du tourisme social, ces derniers acceptés comme de simples volants d'appoint pour obtenir une meilleure répartition des charges de fonctionnement. Mais ce "dérapage contrôlé" ne consacrera-t-il pas le passage à une quatrième génération de stations de sports d'hiver? Et ce modèle fera-t-il vraiment école?

Malgré l'identité du programme assurer à la station un taux de remplissage maximum, la politique des Arcs peut-être plus insidieuse a des chances d'avoir un impact meilleur, car elle s'attaque directement au marché après une phase d'études techniques et soit à son style une plus grande souplesse d'adaptation, Elle se propose de "savoir d'abord ce que veut la clientèle pour ensuite construire". Une politique de banalisation presque systématique propose une capacité d'accueil homogène et maximale, intéressante pour une clientèle étrangère. La station devient un outil industriel et non un regroupement de hameaux personnalisés sur le plan sociologique. L'autre manière d'aborder le marché est, aux Arcs, de vendre "le loisir en station", donc de subordonner le problème immobilier à un rôle de prestation des services améliorés par un perfectionnement de tous les rouages de l'animation. ". La politique sportive et l'animation doivent "être l'objectif prioritaire de la station et le politique immobilière doit être à leur service". La station des Arcs doit à son orientation fonctionnelle de devenir, elle aussi, polyvalente comme la Plagne, elle accueille des gens d'origines sociales variées et elle doit son animation à un développement des activités périphériques: mais son domaine spatial est moins hétérogène, dynamique de la nouvelle Politique.

En fait, quelle que soit la formule de réadaptation choisie, une nouvelle conception de l'aménagement de l'espace alpin par les stations de sports d'hiver est en train de s'élaborer. A l'âge adulte, la station intégrée est amenée à reconsidérer sa politique pour fonctionner de façon harmonieuse et s'épanouir dans un milieu montagnard jugé hostile, Elle s'inspire d'une vision globale de la mise en valeur opérationnelle des champs de neige, amorce d'une évolution vers un complexe touristique de sports d'hiver. Désormais la politique d'incitation des Pouvoirs publics se fait beaucoup plus discrète, elle ne privilégie plus de façon exclusive la haute montagne et se préoccupe davantage d'un aménagement régional harmonieux.

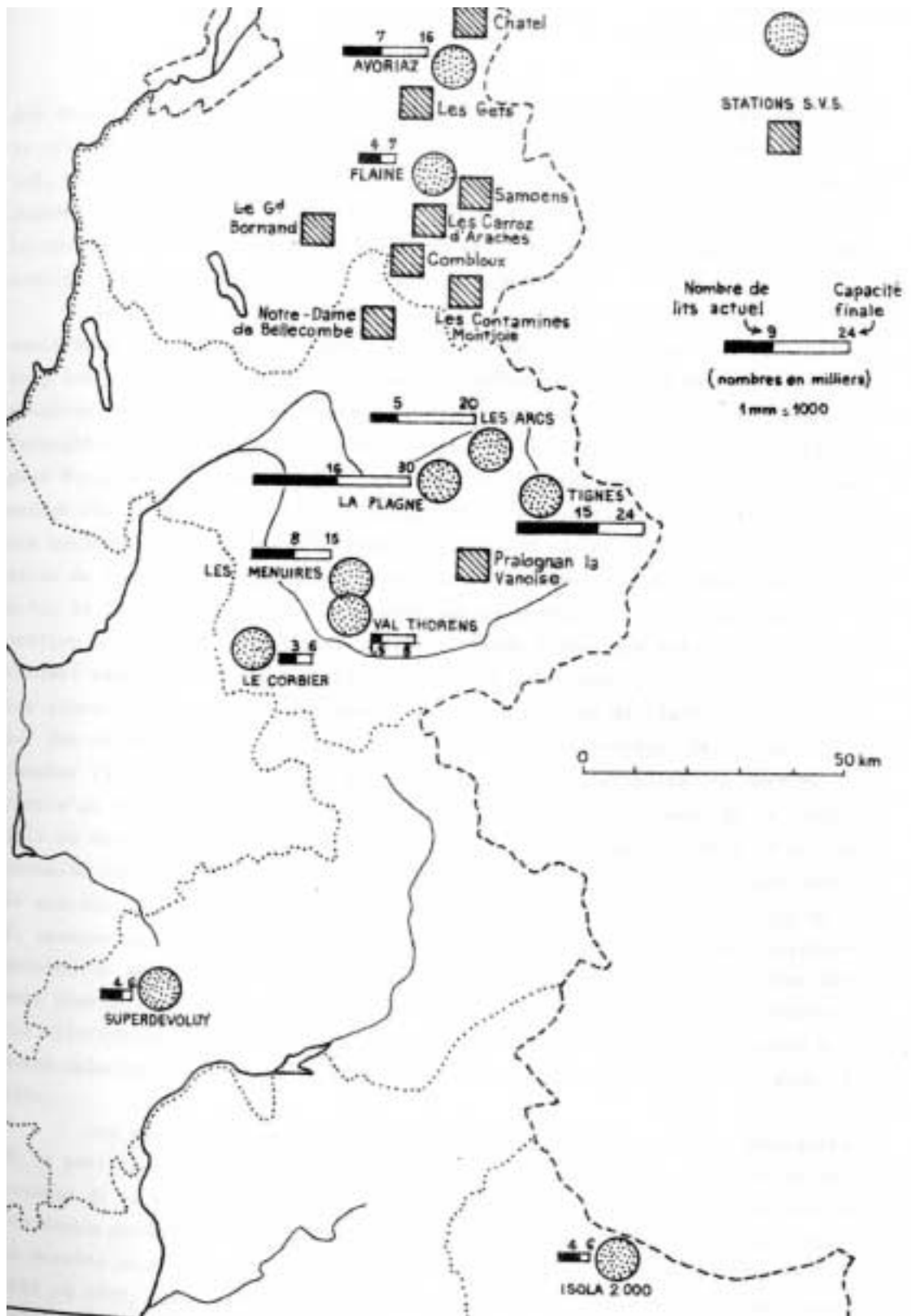


FIG ; 2 LES STATIONS DE SPORTS D'HIVER INCORPORÉES A UN CIRCUIT COMMERCIAL

L'ELABORATION D'UN COMPLEXE LOISIR-NEIGE.

La mise en place d'un tel ensemble est la traduction spatiale d'une réussite commerciale, l'expression d'une volonté d'organiser en commun le marché de la neige, la confirmation d'une véritable maîtrise des techniques de commercialisation des sports d'hiver. Une animation dynamique passe par l'offre de programmes toujours plus variés: "Avoriaz, c'est chaque jour un site et un ski différents". Elle fait aussi sortir les skieurs d'un cadre immuable de la station par des liaisons et échanges entre des domaines skiables voisins "interconnectés". Il y a plusieurs formules: dans le cadre d'une seule station par une dispersion en sous-unités, en satellites à travers l'ensemble d'un massif montagnard. Ainsi, à la Plagne, le complexe rassemble les domaines skiables de petites communes voisines regroupées en un syndicat et joue au profit d'une seule entité sur la complémentarité de vallées voisines pour offrir un large éventail de choix. Mais la règle générale est l'établissement de relations "inter-stations" par-dessus les lignes de crête telles celles de Tignes/Val d'Isère, Avoriaz/Chareery ou les Trois Vallées (Belleville, Méribel, Courchevel) et bientôt les Arcs/Peisey-Nancroix/la Plagne. Le principe de ce type d'organisation est une dispersion des skieurs à travers les champs de neige pour assurer aux remontées mécaniques des débits horaires réguliers et proches du maximum, d'où un enchaînement harmonieux de descentes coupées de remontées pour inviter les sportifs à emprunter des circuits et itinéraires diversifiés. Le réseau maillé de la Plagne réalise ces échanges à petite échelle ailleurs il y a effet cumulatif, l'association de deux ou trois stations autorise un aménagement rationnel des parcours et des fréquentations. Pour deux cents kilomètres de pistes balisées de Tignes-Val d'Isère, 90 remontées mécaniques assurent un débit horaire de 70.750 personnes. Le groupe Avoriaz-Champéry totalise 150 km de pistes balisées et 42 remontées. Aux Trois Vallées, un domaine skiable de 250 km² desservi par 300 km de pistes est exploité par cent remontées mécaniques et quatre cents moniteurs. Les normes cumulées des Arcs, Peisey-Nancroix et la Plagne seront sur un domaine skiable de 300 km², un lacs de 170 km de pistes et un parc de 55 remontées (réparties aux Arcs en sept circuits) le tout sera le premier élément d'un ensemble unique en Europe, une fois assurée les liaisons avec Tignes/Val d'Isère. Ce "complexe de Loisir-Neige" intéresse plus particulièrement une clientèle de sportifs, mais offre aussi une gamme de pistes convenant à tous les talents puisqu'il cumule les ressources complémentaires de chacune des vallées.

Avoriaz ouvre la voie au "ski de frontière", car c'est la plaque tournante de la haute route du Soleil qui doit relier, vallée après vallée, les stations de Champéry, Val d'Iliez, Morgins, Chatel, Montriond et Morzine, futur complexe d'une ampleur inégalée de 50.000 lits plus 500 km de pistes et une centaine de remontées, actuellement, la station regroupe un domaine skiable franco-suisse de 45 km de diamètre composé de cinq petits domaines skiables, les Lindarets, Chavanette, Les Haut-Forts en France, Champéry, Val d'Iliez en Suisse. L'ensemble est fort de 42 remontées et de 150 km de pistes balisées dont 50 km d'itinéraires et 30 km de ski de fond. Ce complexe de ski, "Portes du Soleil", organisé autour de deux noyaux denses, les stations d'Avoriaz et de Champéry, prépare l'ouverture de la "Route". Un forfait complet franco-suisse autorise l'usage illimité des 42 remontées interconnectées d'Avoriaz et Montriond sur le versant français, de Champéry et Val d'Iliez sur le versant suisse; il donne aussi accès aux remontées mécaniques de Flaine, amorce d'une extension du système à un complexe reliant toutes les stations du Haut Chablais. La formule du ski de frontière oriente la prospection du marché dans une nouvelle direction. Elle inspire aussi un projet de liaison d'Isola 2000 avec le versant italien par le col de la Lombarde; on prévoit de réaliser une jonction entre le complexe italien de San Sicario et Cervière, si cette dernière station est un jour équipée.

UNE NOUVELLE ORIENTATION POLITIQUE : UNE MISE EN VALEUR GLOBALE DE LA MONTAGNE.

Le complexe Loisir-Neige organise donc l'espace skiable dans des perspectives fonctionnelles pour promouvoir une bonne commercialisation. Cette conception oriente peu à peu vers une approche également globale de la mise en valeur des massifs montagnards, mais abordée avec un souci d'aménagement, tourné vers l'accueil de catégories sociales nouvelles. L'Etat reste, en effet, la seule force susceptible de subordonner les mécanismes à la réalisation d'autres objectifs que le rentabilité à court terme: développement régional, meilleur équilibre spatial, démocratisation du ski. Encore faut-il lui faire accepter de tels objectifs. Or, au fil des premiers plans, on constate un intérêt porté uniquement aux options économiques dans la politique d'aménagement de la montagne, attitude justifiée alors par des arguments d'intérêt général dont nous avons analysé la valeur. Les choix spatiaux préconisés par la Commission pour le Ve Plan ne sont, en effet, dictés par des préoccupations d'aménagement du territoire ni en fonction des incidences possibles du Tourisme sur les économies régionales. Faute d'une volonté politique réelle de développement accompagnée de moyens financiers et techniques correspondants, l'aménagement ne pouvait que se conformer aux lois d'une rentabilité économique immédiate pour les investisseurs.

Au cours de la dernière décennie, la politique de la montagne a pris trois orientations nouvelles: l'aménagement touristique de la haute montagne, l'aménagement rural en basse et moyenne montagne, la protection de la nature dans les parcs nationaux. Dans chaque secteur pris isolément, le bilan est positif; mais ces politiques sectorielles ne coordonnent pas assez les actions menées en haute et moyenne montagne pour en obtenir le maximum d'efficacité. L'objectif du Vie Plan est donc de passer à une vision globale des problèmes, préoccupation qui se traduit par des infléchissements de la politique de mise en valeur de la montagne.

Après avoir été résolument centralisatrice, la doctrine est dès lors beaucoup plus nuancée: elle reconnaît l'intérêt d'un appui venant des forces locales et la nécessité de tenir compte en priorité des besoins locaux, de mettre fin à une colonisation de la montagne au profit d'un tourisme contrôlé par l'extérieur. Toutefois, le vrai problème n'est pas de redonner aux collectivités locales une initiative qu'elles avaient perdue, mais de leur fournir les moyens financiers de leur politique. Le Vie Plan ne remet pas en question le Plan-Neige mais souhaite en élargir les objectifs, en faire désormais un élément de la politique d'aménagement de la montagne, entendu comme une option prioritaire mais non exclusive. Une politique conçue à l'échelle du massif marquerait le passage d'une phase d'aménagements pilotes ponctuels à une phase d'aménagement du territoire plus diversifiée où le Tourisme conserverait un rôle moteur.

En effet, les grands sites vierges en altitude sont aménagés les uns après les autres. Cette raréfaction progressive des champs de neige disponibles, les plus intéressants oriente vers une mise en valeur de la montagne plus rationnelle et plus harmonieuse, non plus seulement ponctuelle. Il est sage de prévoir, en fonction de besoins et de goûts des générations futures différents de ceux qui justifient les options actuelles, une mise en réserve de certains sites il est, d'autre part, souhaitable et nécessaire de tirer un meilleur parti du potentiel naturel et humain de la moyenne montagne. Les aspirations actuelles un retour à la nature condamne l'idée de retrouver à la montagne, le cadre de vie urbain quotidien, obsession imposée par le style massif et vertical de grand nombre de stations intégrées. S'affirme alors le besoin de découvrir un paysage, un milieu façonné par l'homme au fil des temps, reflet d'un monde économique agonisant certes, mais structuré; il convient de le régénérer et de l'insérer dans plus large tout en lui conservant ses particularismes, un système économique sans verser pour autant dans le folklore.

En fait, les recommandations du Vie Plan ont pour but une revitalisation de la

moyenne montagne par une étroite association avec les stations d'altitude pour la mise en valeur globale des massifs, La complémentarité doit jouer moins sur le plan social solution de facilité à laquelle ont recours les stations de la nouvelle génération que sur la polyvalence des activités Voici quelques éléments susceptibles de mieux cerner ce produit nouveau localisée entre 700 et 1800 mètres, la moyenne montagne est la zone occupée par une population permanente disséminée en de nombreux villages et hameaux c'est un étage montagnard où l'exode rural sévit, faute d'une politique préparant en temps utile le passage d'une économie de subsistance à une mise en valeur moderne des ressources. L'objectif des schémas d'aménagement par massifs est de relancer l'économie de ces régions avec une collaboration des populations locales pour associer activité agro-pastorale et exploitation touristique, ces options impliquent dès le départ une meilleure coordination et une politique vraie de concertation entre ministères intéressés.

Pour mieux intégrer les opérations dans l'économie locale et régions de la moyenne montagne, un programme de rénovation de l'habitat et des activités des montagnards par le tourisme suppose une utilisation intercalaire ou complémentaire des équipements et infrastructures créés pour les stations intégrées: à titre de satellites de la ville nouvelle. Les deux étages de la moyenne et haute montagne y trouvent leur compte meilleure répartition et amortissement plus rapide du coût moyen des lits banalisés de la station et recours à des systèmes de financement avantageux: ceux qui sont accordés aux communes pour améliorer accès et infrastructure. En outre, la politique de rénovation rurale encourage ces collectivités à développer un équipement sportif dont elles garderont le contrôle.

Au lieu de recourir à la maîtrise foncière classique, le contrôle de l'hébergement peut être assuré par la mise en commun de toutes les parcelles disponibles sous la tutelle d'un organisme administré par les propriétaires et qualifié pour construire logements et chalets offerts en location. Commerces et services demeurerait également à l'initiative des habitants. Supposant une participation active et rentable à moyen terme de la population et de la municipalité, ce type d'aménagement par "stations de village" donne aux communautés des raisons d'espérer une survie en contrôlant elles-mêmes leur développement et leur modernisation.

L'expérience tirée de la création des stations de la nouvelle génération pourrait être utile aussi bien sur le plan de la gestion que sur celui de la commercialisation. En matière d'urbanisme, les hameaux, satellites ou non des stations, donnent la préférence à un retour à la formule classique du chalet tout en refusant aux voitures l'entrée dans le village, à l'instar de Bonneval-sur-Arc. Pour assurer elles-mêmes une gestion rentable de leur entreprise, les stations-villages s'inspirent des dernières techniques de gestion en astreignant elles aussi les acquéreurs de chalets à louer leur appartement en dehors de leur temps d'occupation personnelle.

Le dynamisme insufflé à ces stations de moyenne altitude les conduit à s'identifier elles aussi comme un "produit" en organisant à leur tour leur propre circuit de promotion et de commercialisation. Ainsi les stations-village savoyardes, ou S.V.S., soeurs jumelles de S.N.O., regroupent neuf stations de moyenne altitude: les Carrez d'Arâches, le Châtel, Combloux, les Contamines-Mont-Joie, les Gets, le Grand-Bornand, Samoals, Notre-Dame de Bellecombe et Pralognan la Vanoise. Leur caractéristique commune est d'offrir l'ambiance et la qualité de l'accueil des vieux villages de montagne tout en y associant le confort et les équipements sportifs d'un ensemble moderne. Leur objectif n'est pas de concurrencer les stations de la nouvelle génération mais de se présenter comme un produit nouveau un produit France, une option supplémentaire proposée aux touristes. L'association offre en 1973, 7.000 lits d'hôtel et 3.500 lits de location. D'autre part, l'organisation autour d'une station-pilote de villages de la moyenne montagne conduit à un aménagement global et homogène d'un massif capable de maintenir un juste équilibre des profits entre les partenaires.

Une autre solution proposée en 1973 par le ministre chargé de la Protection de la Nature et de l'Environnement consisterait à inverser le principe de la station intégrée en ne retenant plus la pratique du ski intégral comme motivation primordiale mais la nécessité d'offrir une polyvalence des activités principe de la station-mère à moyenne altitude et de satellites haute altitude. Au total, encourager un tourisme diffus aux deux étages montagnards par un jeu d'éclatement des stations intégrées conduit à retenir la politique préconisée jusqu'ici sans succès sur le territoire français, élaborée et défendue avec obstination par Laurent Chappis: Afin d'avoir une double rentabilité été et hiver. la conception du plan-masse dissocie nettement la zone skiable de la zone résidentielle. Le ski n'est donc plus qu'un des éléments d'intérêt, au même titre que le panorama, le soleil, les fleurs, les arbres... . La polyvalence intervient au niveau des clientèles et des activités en revoyant dans le cadre unitaire d'une station un complexe de stades de neige Pour le ski sportif, un complexe de loisirs de neige et de ski de grand passage, un espace naturel protégé pour les contemplatifs et une réserve de ski de randonnée. Chaque satellite de la station est alors conçu comme une unité évolutive associant des formes d'hébergement pour les diverses catégories sociales hôtel de luxe, hôtel moyen ,hôtel de jeunes, co-propriété, para-hôtellerie, bâtiment d'accueil de passagers. Sa préoccupation essentielle 'ne pas laisser se superposer une clientèle de passage à une clientèle résidentielle dont les exigences sont très différentes". On arrive ainsi à une quatrième génération de stations. Tous ces projets d'aménagement de la moyenne montagne ont un programme commun. "ancrer la station" en milieu montagnard par implantation et stimulation des centres de vie permanente. Désormais, les habitants des villages-supports et des villages existants ne seront plus de simples bénéficiaires de retombées, d'emplois induits, tels les jardiniers de la montagne de M. Michaud ni d'emplois saisonniers (moniteurs, etc...), faute d'une véritable qualification professionnelle.

Un autre problème est celui d'amener de nouvelles catégories sociales à la pratique du ski et des sports de neige. Trop souvent cette nouvelle clientèle est intégrée à la station de la troisième génération seulement par le biais des lits banalisés dans les hameaux satellites à plus basse altitude. La ségrégation spatiale révèle ainsi une ségrégation sociale destinée à préserver le standing ou le prestige des brillantes stations résidentielles. L'ouverture sociale a encore trop pour objectif prioritaire de rentabiliser rapidement les équipements; l'accueil de clientèles d'appoint en week-end est à l'origine d'une surcharge des remontées mécaniques, génératrice. elle -même de files d'attente. La solution adoptée à la Plagne pour enlever tout prétexte de grogne aux résidents de. la station principale est n'offrir à tous le :nase domaine skiable accessible par un réseau maillé de remontées dispersées entre les stations satellites. C'est l'abandon du principe classique de la grenouillère, lieu de regroupement de convergence des skieurs au départ ou à l'arrivée. Il y a ainsi une formule d'accueil généralisée satisfaisante puisqu'elle autorise l'utilisation du complexe sportif d'altitude aussi bien par les résidents de Montchavin et de Longefoy à 1200 mètres d'altitude que par les privilégiés installés à 1800 mètres sur place dans le domaine de la neige poudreuse au-dessus de la zone des brouillards, Toutefois l'ouverture sociale en est encore au stade des bonnes intentions, car le satellite social de Montchavin offre seulement 450 lits alors eue 4000 lits sont répartis en résidences de "standing très élevé" à Belle-Magne. En tout cas, l'intérêt porté à la moyenne montagne vaut aux stations une polyvalence de saisons qui promet une amélioration de la rentabilité.

LE COMPLEXE DES TROIS VALLEES.

L'organisation en complexe des vallées de Belleville, Méribel et Courchevel réalise une synthèse des composants du complexe Loisir-Neige, car elle procède d'une vision globale de l'aménagement à l'échelle d'un véritable mass En effet, il tire parti de caractéristiques locales complémentaires pour vari au maximum les activités de loisirs d'hiver. La polyvalence

est ainsi obtenue non par les satellites d'une même station, mais par plusieurs stations gestionnaires d'un domaine skiable illimité. Une amélioration de l'infrastructure in posée par une vision globale de l'aménagement doit se matérialiser par l'ouverture d'un circuit routier entre Saint-Martin de Belleville et Méribel par le col de In Lune pour atteindre Courchevel: ainsi les trois vallées ne seront plus en cul de sac La polyvalence s'exprime d'abord dans l'association de trois générations différentes appartiennent à la première les villages-stations de Saint-Martin Belleville et de Saint-Bon-Courchevel à la seconde, Méribel les Afflues et Courchevel II , à la troisième, le Mottaret, les Menuires, et Val Thorens. D'autre part, Courchevel et Méribel sont fidèles au système d la résidence privative classique l'usage d'une clientèle aisée alors que la mise en service progressive du lit banalise vaut aux stations de la troisième génération une fréquentation plus hétérogène. A Val Thorens, la banalisation porte surtout sur les lits d'hôtels, car, à une altitude de 2.300 mètres, les nu ires formes de privatisation ne seraient guère rentables. La mise. en chantier aux Menuires d'une station à vocation spécifiquement sociale ouvre les champs de neige aux membres des catégories les moins favorisées, social du promoteur, la Société Centrale immobilière de la Caisse des Dépôts a limité provisoirement à un huitième de la capacité totale d'hébergement. Les nouveautés sont une intégration de cet accueil socialisé au sein même, de la station et aussi un large recours à la para-hôtellerie.

Un forfait unique valable pour toutes les remontées mécaniques sur l'ensemble du domaine skiable des trois vallées autorise une complémentarité sur le plan sportif en proposant des parcours plus ou moins difficiles, des itinéraires de sportifs et de ski d'été à Val Thorens, et de ski de fond à Méribel La complémentarité valorise des lieux de séjour dans une zone à enneigement mité. Ainsi aux Menuires, les inconvénients d'une médiocre qualité de la neige conséquence d'une exposition plein sud, sont, à ce moment de la saison, compensés Par l'accès aux champs de neige de Val Thorens; il y a une solution de rechange. La saison d'été trouve avantagée à proximité du parc de la Vanoise et à possibilité d'un hébergement en chalets dans les stations de moyenne altitude. Au total le complexe des Trois Vallées est exploité le plus activement tantôt dans un secteur, tantôt dans ne autre, à haute ou moyenne altitude, mais chaque station reste autonome et récupère ses clients le soir.

CONCLUSIONS.

La genèse dus stations de la nouvelle génération illustre un processus de collaboration entre puissance publique et acteurs privés pour résoudre un problème d'intérêt national où l'affrontement entre conception économique et conception d'aménagement apparaît à peine de laie de la mise en tutelle des collectivités locales. L'Administration s'est parfois opposée aux promoteurs sur le plan des techniques telle la densité des stations en fait, il y a véritable concertation; les deux parties acceptent ce postulat! la recherche du profit est, par ses retombées, la solution la plus avantageuse pour les collectivités locales.

Les stations intégrées font partie d'une économie de marché, organisée, rationnelle et soumise à des impératifs de rentabilité. La récupération des contemplatifs" et du tourisme social, l'accent mis sur les problèmes d'ambiance, animation, ne remettent pas en cause le notion de produit mais, au contraire, renforcent cette optique par une souplesse d'adaptation plus grande aux conditions mouvantes du marché. L'optique économique de départ n'est donc pas abandonnée au bénéfice de préoccupations psychologique ou d'aménagement régional ; elle est confortée par intégration de nouveau critères de définition du produit.

De cette notion de station-produit, le promoteur retire des avantages pour produire et commercialiser studios et appartements, pour contrôler et organiser le domaine skiable, conférer puissance et efficacité aux remontées mécaniques, fonctionnaliser les services d'accompagnement. Mais, lourd handicap sur les chances d'avenir de le station, c'est un

produit fini aux racines fragiles, et la notion même de produit exige des contours bien définis pour être mieux perçue. Le schéma retient alors seulement ce qui peut se traduire sur les plans de l'espace ou de la fonctionnalité. Cette simplification dangereuse présente la station intégrée moins comme le fruit d'une demande que comme un mode de production, d'où l'inconsistance des analyses de marché qui ont précédé d'énormes investissements. La fragilité de l'enracinement se manifeste à la fois au niveau de la demande et à celui du milieu d'implantation, par le risque d'un déclassement provoqué par l'élaboration et la mise sur le marché d'un produit plus demandé, donc mieux rentabilisé.

Les perspectives d'avenir des stations de la nouvelle génération dépendent d'un renouvellement de leur politique. Il leur faut suivre l'évolution des aspirations de la clientèle, donc faire preuve de souplesse et de créativité pour pallier la rigidité du produit lui-même. Une nouvelle orientation des forces économiques concilie en partie les objectifs à court terme de rentabilité avec ceux, plus long terme, d'aménagement régional. Cette solution de rechange ne devient "opératoire" qu'avec un décalage de quelques années, sans pouvoir remédier du jour au lendemain aux inconvénients inhérents à la notion même de produit (subordination de l'aménagement régional à l'optique économique sélection de la clientèle).

Les stations doivent, d'autre part, donner naissance à une véritable collectivité, bref secréter le "contexte humain" qui leur fait actuellement défaut. La solution passe souvent par un renforcement des liens physiques, économiques et humains avec les villages d'appui le résultat est une intégration progressive de chaque station à sa région d'accueil. C'est par un élargissement perspectives géographiques et humaines que l'actuel schéma rigide doit être amélioré. La phase d'implantation achevée, les problèmes à résoudre sont ceux du fonctionnement d'une collectivité tantôt homogène, tantôt hétérogène, problèmes compliqués par des rapports de force entre propriétaires et locataire populations permanente résidente ou saisonnière. La politique d'encouragement à une fixation pour une longue durée des habitués d'une station hivernants; estivants, commerçants ou cadres sportifs et administratifs, débouche sur une mise au point des relations comme de la répartition des tâches et des pouvoirs de décision entre indigènes et nouveaux citoyens.

Dernière perspective à évoquer : y a-t-il encore de la place pour créer de nouvelles stations intégrées et veut-on encore en lancer? En effet, la politique d'aménagement de la montagne évolue désormais vers une aide moins exclusive au profit de la haute montagne, car le programme préconisé en 1964 par le Plan Neige, le lancement de grandes stations d'altitude, est en bonne partie réalisé. La conjoncture économique contraint l'Etat à mettre en veilleuse sa politique de subventions le budget d'aide à la Montagne est ainsi ramené de 28 M F à 23 M F en 1975, année où aucune station nouvelle ne doit voir le jour, L'Etat justifie sa politique de déflation en signalant dès 1973 qu'il reste moins d'une demi-douzaine de grands sites vierges en haute montagne propices un aménagement en stations de sports d'hiver.

L'attention des promoteurs se porte désormais vers les Alpes du Sud, Cendrillons du tourisme comme de la houille blanche. En effet, les conditions de financement ont contraint les promoteurs à écimer en priorité les sites les plus rentables par leur enneigement, par leurs moyens d'accès, par leur localisation dans des régions alpestres déjà vivifiées par une fréquentation touristique. Du coup, le lancement de stations des vallées de Tarentaise, dont celle de Tignes-Val d'Isère en bout du monde, est assuré, dès le départ, d'un plein succès. L'unique réalisation de standing vraiment international est, dans le sud, la récente station d'Isola 2000 dans le massif du Mercantour lancée par des capitaux britanniques pour tirer parti d'un remarquable enneigement en altitude et d'un non moins remarquable ciel ensoleillé, le tout à bonne portée de l'aéroport international de Nice. C'est, en effet, à la frontière italienne au fond des vallées profondément insérées dans les Alpes que les derniers sites vierges sont à prospecter) le Ruitor en Tarentaise, Valmeinier en Maurienne, Cervières, Risoul, les Orres dans le Briançonnais, Jausiers et la Rente dans la haute Ubaye . Dernières opérations lancées

au cours des années 70, Val Thorens et le Mottaret sont plutôt des aménagements complémentaires du grand complexe tarin.

En fait, les prochaines phases de l'évolution des stations intégrées dépendent du rôle que leur assignera l'Etat dans une politique montagnarde qui subordonnerait les mécanismes économiques à des impératifs de survie des communautés villageoises et à une plus large participation des classes sociales moins favorisées aux bienfaits des cures et sports en altitude. Les options d'aménagement doivent donc être clarifiées en précisant les moyens administratifs, techniques et financiers comme les calendriers, car, au niveau des intentions, tout peut être concilié: rentrée de devises et tourisme social station intégrée et équipement de la moyenne montagne. La phase de transition actuelle révèle des indécisions, voire une politique qui laisse place à des jeux d'influences, ainsi l'attitude ambiguë des Pouvoirs publics qui semblent tenir pour négligeable l'opposition formelle des habitants de Cervières à un projet d'aménagement par des capitaux privés de leur domaine skiable.

Le rôle futur de l'Etat serait de contribuer à une politique de réorganisation des milieux montagnards destinée à donner aux collectivités locales et régionales un rôle dans le choix des investissements et des réalisations qui engagent leur avenir, tout en orientant les capitaux privés en temps et lieux opportuns, vers la réalisation de programmes d'aménagement des vallées et des massifs coordonnés et intégrés dans une mise en valeur globale de la montagne alpine.

Georges CARROT, Saint-Jeannet, village de Provence, les Lilas, Imprimerie IMPAC, 1977, 209p., 18 pl. et illustrations. Préface de M. BORDES, Dessins à la plume de G. MORESSEE.

Dans un ouvrage bien documenté, de présentation claire et agréable, G. CARROT étudie successivement le milieu géographique, l'histoire puis l'aspect touristique actuel du village de Saint-Jeannet. Son site original "se place en immédiate avancée, dans un des secteurs les plus spectaculaires de ce front préalpin qui surplombe nettement le bas pays soit une ligne de quarante kilomètres..."; il lui permet ainsi de combiner les avantages de deux systèmes climatiques différents: mer et montagne.

Aussi a-t-il été certainement occupé dès la période préhistorique, comme en témoignent la grotte Scelo et les castellaras ou enceintes, sites à "gros blocs" du baou de Saint-Jeannet. Lors de la création de la province romaine des Alpes-Maritimes, une villa existe probablement sur le lieu.

Mais c'est seulement avec la "renaissance médiévale" sans doute au début du XIII^e siècle, qu'apparaît le "castrum de Sancti Johannis" au-dessus du cimetière contemporain. Cette création est postérieure à celle d'Alagauda, agglomération fortifiée dominant l'ancienne Via Augusta et le gué du Var. Ces territoires de Saint-Jeannet et de la Gaude appartiennent à l'illustre famille héritière de Romée de Villeneuve qui en 1250 avait institué son fils comme successeur "dans le castrum d'Alagauda et ses dépendances, à savoir le domaine de Saint-Jeannet...".

A la suite de la crise des XIV^e et XV^e siècles, illustrée par la peste noire et qui remet en cause l'édifice du Moyen-âge, par des négociations avec leur seigneur, les habitants obtiennent le droit de former une petite communauté, celle "des hommes de Saint-Jeannet" représentée officiellement par des syndics dès 1451.

L'époque moderne, au travers de nombreux périls et difficultés, va entraîner l'épanouissement de la vie communautaire locale. L'expansion démographique du XVI^e siècle, le maintien d'une natalité élevée par la suite porte la population au-delà du millier de personnes. Saint-Jeannet est alors "avant tout un village agricole" où les indigènes vivent en économie quasi-fermée. A la fois limitée et classique dans ses aspects elle associe la culture des céréales (blé annone qui fournit le pain blanc ou blé mitadier qui donne le pain "rousset"), à l'entretien du vignoble, des figuiers et des oliviers et à l'élevage d'un bétail varié. Vin et huile y fournissent quelques surplus générateurs de revenus, grâce à leur vente sur les marchés ou foires de Vence, Saint-Paul, Grasse, Antibes ou Coursegoules. A la même période, la communauté affermit ses libertés en rendant son organisation administrative plus efficace. Le Conseil général convoqué "à cry public" se réunit dans le nouvel hôtel de ville, au lieu de se rassembler sur la place du St-Esprit près de l'église paroissiale. La charte communale du 7 décembre 1631 le réduit à une quarantaine de personnes, alors qu'il comprenait jusqu'à cette date tous les chefs de famille. Son renouvellement annuel, le 26 décembre, par un système cooptatif et censitaire, favorise encore la catégorie des propriétaires fonciers. Au Conseil général appartient la décision sur les problèmes communaux les plus importants; c'est lui encore qui désigne les officiers dont les premier et second consuls sont les plus éminents puisqu'ils représentent la communauté et, pratiquement, la dirigent. De lui toujours, dépend la nomination des membres du "Conseil ordinaire" chargé de la gestion courante de la cité. Avec la liberté de s'administrer, Saint-Jeannet possède celle de s'imposer, le pouvoir royal se contentant, depuis le XV^e siècle, d'évaluer globalement ses prétentions, selon le système des unités

fiscales appelé affouagement. Pour faire face à l'impôt comme aux autres dépenses, la communauté répartit leur montant sur chaque possédant de biens roturiers inscrits sur le "cadastre ou livre terrier", mis au point lors de l'opération d'allivrement. Le village dispose également de revenus indirects ou "rèves" perçus sur la vente du pain, du vin et de l'épicerie ainsi que sur le débit de la viande. Il encaisse encore le produit des banalités de pressoir, puis du four, rachetés aux seigneurs qui continuent, par ailleurs, à prélever d'importants droits féodaux. Finalement la petite société de Saint-Jannet, cimentée par la solidarité communautaire, apparaît comme très animée. Elle subventionne un valet de ville, deux sages-femmes, un forgeron, un "magistre", un "hospitalier"; ce dernier va désormais recevoir les mendiants de passage dans un nouvel immeuble servant d'hôpital. La vieille église paroissiale, âgée de deux cents ans est également remplacée par l'édifice bâti de 1662 à 1666, signe que le zèle religieux des habitants reste vif. Il se manifeste encore par la forte participation aux communions pascales, l'existence de nombreuses confréries comme celle des Pénitents blancs, la surveillance parfois tracassière que les consuls exercent sur le vicaire perpétuel dépendant de l'évêché de Vence.

Cette communauté agraire, paroissiale et municipale, connaît également une communauté de destin. En effet, elle se trouve affrontée aux autorités de tutelle comme aux malheurs nés des fléaux classiques de l'époque. L'hiver particulièrement rude de 1708-1709 gèle les oliviers et les orangers. Les guerres du XVIIIe siècle renouvelées à deux reprises entre les rois de France et les princes de Savoie, entraînent leur cortège d'occupations, de réquisitions, d'impositions, sans parler de la mise à sac du village du 21 au 24 janvier 1704, dont la menace répétée en 1707 lui vaut le surnom d'"an de la Poou". Naturellement, la séquelle des dettes consécutives à ces épreuves doit être supportée par les propriétaires fonciers. Par ailleurs, il faut lutter contre le seigneur -procès de 1617- réaction féodale ultérieure; ou encore, Saint-Jannet doit participer plusieurs fois au rachat des offices, nés de la tentative royale, purement fiscale, substituant aux consuls élus des officiers propriétaires de leurs charges.

A la veille de la Révolution, néanmoins, Saint-Jannet est une communauté solide, dirigée par des notables qui ont la haute main sur l'administration locale. En effet, la société villageoise s'est différenciée. D'une part, l'écart s'est creusé entre travailleurs agricoles et ménagers (exploitants agricoles). Mais surtout, ces derniers ont été distancés par une élite bourgeoise -paysans, commerçants, hommes de loi- comme les Barrière, les Euzière, les Martin, les Trastour. Certains d'entre eux parviennent à l'achat de terres nobles. Pour se distinguer des villageois plus communs, ces bourgeois fondent, en 1739, la confrérie des Pénitents noirs. L'épisode de la Révolution et de l'Empire ne paraît pas avoir remis en cause leur prépondérance. Ils saluent avec plaisir le départ pour l'émigration de Joseph-César de Villeneuve-Tourrettes. Ils achètent la plupart des biens nationaux mis en vente. A la tête du nouveau Conseil municipal, formé de dix-neuf membres, se succèdent le bourgeois François Euzière et le notaire Charles Joseph Barrière. Et en 1800, ce dernier devient l'adjoint du nouveau magistrat communal, l'avocat Jacques Euzières de la Valette! Anticipant sur la Constitution civile du Clergé, ces notables ont encore fait élire comme curé Jacques Trastour, un enfant du pays, et ce contre la volonté de l'évêque de Vence. Rien d'étonnant donc à ce que population et municipalités aient bien accepté la mutation révolutionnaire, se montrant fort patriotes quitte à y limiter singulièrement la Terreur; le Comité de surveillance et la Société populaire locaux ne sont-ils pas composés des membres des anciennes confréries? Le Consulat et l'Empire, période de prospérité, sont acceptés de la même manière, bien que de 1798 à 1815, le village ait dû fournir une centaine de soldats.

Le XIXe siècle est une époque de stabilité et de développement. La stabilité est à la fois politique et sociale. Avec le système censitaire de

la Restauration, 120 habitants seulement sont électeurs et comme le souverain désigne le maire, ce sont toujours les mêmes notables qui se perpétuent à la tête de la commune, même après la révolution de 1848. Charles-François Euzière remplace Joseph-Jules Euzières de La Valette (fils de Jacques) et se maintient durant le Second Empire. La vie religieuse paraît également ne pas évoluer. Le culte, traditionnel de Ste-Pétronille, qui donne lieu à des pèlerinages comme aussi de classiques affrontements entre Pénitents des diverses confréries, est transféré à la chapelle St-Antoine qui est agrandie. Il connaît un vif éclat entre 1822 et 1870, tandis que la fête du romérage de la St Jean-Baptiste est célèbre à la fin août. Le développement de Saint-Jeanet intéresse les aspects démographique, technique et économique. La population grimpe de 1200 habitants en 1814 à 1307 vers 1851. Le terroir, composé de propriétés très morcelées, s'agrandit par l'incorporation du château de la Caude, vieux sujet de litige avec les habitants de ce dernier village. Après 1860, et grâce à la construction d'un chemin carrossable remplaçant les médiocres sentiers d'antan, les légumes frais, les fruits, les fleurs coupées trouvent de nouveaux débouchés dans une ville de Nice en pleine expansion. Malgré la crise phylloxérique, le déclin de l'oléiculture concurrencée par les huiles étrangères, et les crises de surproduction qui affectent la floriculture, existent vers 1900: 36 hectares de vignes en échelas donnant le célèbre "St Jeanet tardif", 48 ha de raisins de vendange, 10.000 pieds d'orangers qui fournissent 65.000 kilos de fleurs aux usines de Grasse et de Vallauris, et 16.000 pieds d'oliviers, ce qui ne supprime pas les cultures vivrières et un troupeau diversifié. Dès 1897, les St Jeannois s'organisent en syndicat agricole. Cet essor s'accompagne de progrès techniques: le projet de captation des eaux de diverses sources, remontant à 1643, est réalisé entre 1872 et 1876 par la seule municipalité; une voie ferrée, reliant Nice au village, est mise en service en 1892, tandis qu'une véritable route débouche vers 1903 au pont de la Manda. Quatre ans plus tard s'ouvre le bureau des P.T.T. à la date où l'éclairage électrique commence à entrer dans les habitudes de la vie courante.

Désormais l'isolement ancestral de Saint-Jeanet est brisé et le XXe siècle ne sera pas simple continuation de l'essor précédent, mais manifestation évidente de mutations dont les signes étaient apparus avant son début. La séparation de l'Eglise et de l'Etat s'y déroule sans difficulté, ce qui témoigne peut-être de l'attiédissement de la foi, affaiblissement marqué encore par l'étiollement des confréries, la dissolution de celle du Rosaire. Le reflux démographique né sans doute d'une attitude malthusienne, c'est-à-dire du désir d'éviter le morcellement des propriétés, jointe à un exode rural que l'arrivée d'immigrants italiens ne peut compenser, fait chuter l'effectif villageois de 1307 âmes en 1851 à 986 en 1871. Puis, malgré un redressement temporaire (1136 pour 1885), le déclin devient inexorable et la population repasse en-dessous du niveau de 1000 personnes vers 1900, pour atteindre 792 habitants en 1936; la guerre de 1914-18, avec ses 52 morts, n'a pu qu'accentuer cette décadence.

Un service d'autobus apparaît en 1922 alors que se généralise l'éclairage électrique; l'agriculture régresse: les terrasses environnantes sont abandonnées, les fleurs à parfum ne trouvent plus de débouchés; seule la fleur coupée donne encore de bons revenus.

C'est finalement à nos contemporains qu'il est donné d'assister au changement le plus profond et le plus étonnant qui consacre le véritable renouveau de Saint-Jeanet après 1945. En effet, la prodigieuse croissance des villes littorales place Saint-Jeanet dans leur dépendance, ce que facilite l'essor spectaculaire des transports automobiles. Aussi Saint-Jeanet se repeuple-t-il: 1843 habitants au recensement de 1975, par l'installation de citadins d'origines diverses et souvent étrangères, dans un habitat dispersé. Le village se modernise rapidement; le lieu-dit "le Plan du Bois" est vendu à la société américaine I.B.M.France. Mais cette ultime mutation ne peut-elle risquer de dissoluer la vieille société communautaire? Il importe pour conclure de redonner la parole à CARROT: "Qu'ils portent un nom dont le patronyme remonte à la

création du village, ou qu'ils aient choisi plus ou moins récemment de s'y installer, les citoyens de Saint-Jeannet doivent être conscients des devoirs que leur imposent l'histoire et le site. Ils sont tous les héritiers d'une tradition que les générations passées leur ont léguée sur cette terre que les aïeux ont fait durement fructifier... les contemporains doivent se montrer particulièrement respectueux et circonspects".

Faire connaître, aimer et respecter Saint-Jeannet, tel est donc le but de l'ouvrage. Disons qu'il a été parfaitement atteint.

H. COSTAMAGNA.

ANNALES MONEGASQUES. Revue d'histoire de Monaco. Publication des Archives du Palais Princier. Numéro 1, 1977. 158 p.

La liste des revues d'histoire régionale vient de s'allonger d'une unité nouvelle avec les Annales monégasques dont le premier numéro, princièrément réalisé --papier, impression, iconographie-- comme il se doit, a paru à la fin de l'année écoulée. Au rythme d'une publication par an qui, plus que le rythme trimestriel ou semestriel, autorise à éditer non un recueil nécessairement réduit mais un véritable ouvrage --ce numéro compte 158 pages-- les responsables de l'initiative se sont donné pour mission de mieux faire connaître la longue histoire d'un des plus petits mais des plus anciens Etats souverains de notre continent. La table des matières de ce numéro inaugural, très diverse, comporte neuf articles.

Un curé de Monaco au XVII^e siècle: Don Dominique Pacchiero (1580-1585-1662). Louis Baudoin p.9 à p.22. Le personnage participe de divers types d'individualités religieuses traditionnelles: il tient à la fois de l'abbé de cour, du curé de campagne, de l'érudit dépositaire de la culture humaniste propre au clerc. Il est, en effet, le conseiller de son souverain et contemporain, Honoré II, qui gouverne avec magnificence de 1606 à 1622; mais il est aussi attentif à l'accomplissement de ses devoirs sacerdotaux à l'égard des fidèles de toute condition, attaché à la foi et à la discipline de l'église comme il apparaît de son attitude à l'occasion d'une assez rocambolesque affaire touchant par le biais d'une manifestation épistolaire la secte des quakers; il est enfin historien et chroniqueur exploitant les registres de catholicité, les livres de ses prédécesseurs ainsi qu'une foule de pièces et de documents de toute nature.

Documents d'Archives: la rencontre d'Honoré V avec Napoléon au retour de l'île d'Elbe, le 2 mars 1815. F. Biancheri, p.23 à p.34. S'il faut, le plus souvent, faire justice des "mots historiques" qui sont fabriqués après coup de toute pièce c'est bien le cas pour le court dialogue qui se serait établi, le 1^{er} mars 1815, entre le prince de Monaco restauré venant reprendre possession de ses Etats, et Napoléon, fraîchement débarqué, de retour de l'île d'Elbe. Le premier ayant répondu à une question posée par le second: "Je vais chez moi, à Monaco", ce dernier aurait répliqué: "Et moi aussi...aux Tuileries". Si interrogation et réponse sont pure invention, l'entrevue, en revanche, eut bien lieu près de Cannes. Deux documents en témoignent, qui relatent les circonstances de l'arrivée de l'Empereur: l'un est un rapport rédigé le lendemain par le maire de la ville; l'autre, une lettre expédiée grâce à un courrier sarde au maréchal Soult, ministre de la guerre de Louis XVIII, par l'intéressé lui-même, qui fait le récit de la rencontre. Par la suite, Honoré V ne cessa pas de s'élever contre les relations fantaisistes de l'incident, notamment de la part de journaliers en mal de copie.

Le théâtre lyrique à Monte-Carlo. Des maisons de jeux à la salle Garnier (1885-1879). P. Druilhe, p. 35 à p. 53.

Je respecte le libellé du titre, mais la date de 1885 est manifestement une coquille: il faut lire 1855. Cette étude est une intéressante contribution à la connaissance de l'origine de la vie de saison appelée à bouleverser depuis le milieu du siècle dernier les structures anciennes de la principauté et à ouvrir pour elle une ère nouvelle en lui donnant son visage actuel. Après quelques expériences malheureuses d'établissement d'un casino réunissant salles de jeux, de concerts et de spectacles qui se succèdent de 1855 à 1863, le succès couronne l'entreprise de François Blanc (1) héritant d'un bâtiment neuf édifié par ses prédécesseurs pour remplacer les logis de fortune du début et à peine achevé sur le plateau désert des Spélugues, rebaptisé Monte-Carlo en l'honneur de Charles III; il y organise avec une seule interruption provoquée par la guerre franco-allemande de 1870-71, une saison théâtrale d'hiver depuis celle de 1866-67 jusqu'à celle de 1877-78. A l'affiche figurent des oeuvres d'Offenbach, Planquette, Victor Massé, Adam, Lecocq et d'autres dont on a oublié même le nom. En 1878, la première page de l'histoire du théâtre de Monaco est tournée; un nouvel édifice voit le jour, qui est l'oeuvre de Garnier, l'architecte de l'Opéra de Paris, et c'est là que se dérouleront désormais les manifestations artistiques de la Principauté.

Un compositeur monégasque: Honoré Langlé (1741-1807). G. Favre, p. 55 à p. 66. L'origine de sa famille est picarde. Il fait ses études musicales à Naples, puis dirige le Théâtre et le Concert des Nobles de Gênes: il écrit de nombreuses oeuvres religieuses inédites. Après un court passage à Monaco, il s'établit à Paris où il écrit pour le théâtre et où il trouve le succès. Succès qui ne se poursuit guère pendant l'époque révolutionnaire et les débuts de l'Empire, période durant laquelle il compose aussi des romances, des chants patriotiques, des duos. Pour vivre, dès avant la fin de la monarchie, il se consacre à l'enseignement à l'Ecole Royale, puis au Conservatoire National de Paris, activité qui s'accompagne de la rédaction de plusieurs traités et méthodes de composition ou d'harmonie. Vers 1780, il avait épousé une fille Sue qui fut la tante du romancier Eugène Sue. Il meurt en 1807 près de Paris.

Monaco.- Son idiome national. L. Frolla, p. 67 à p. 77. Chaque grand groupe linguistique a ses variantes. Avec le dialecte monégasque on n'échappe pas à la règle. Issu naturellement du latin, comme ceux des contrées voisines, il n'en constitue pas moins une entité très individualisée, malgré son aire très restreinte puisque, bien qu'ayant fait partie de la principauté jusqu'en 1861, Menton et Roquebrune ne le pratiquent pas. Réduit ainsi à une frange littorale sans profondeur vers l'intérieur, mesurant quelque cinq kilomètres à vol d'oiseau, il appartient au groupe linguistique ligurien, mais sur la souche génoise sont greffés des rejets du provençal. De multiples exemples illustrent cette spécificité du langage local.

Les sources de la "Passio Devotae": un manuscrit inédit. Paris, B.N. Cat. 5248 (XIIe siècle). Cl. Passet, p. 79 à p. 98. Dévote, jeune Corse qui, selon la tradition aurait subi le martyre en 303-304, est la patronne de la principauté. Si l'on pouvait dénombrer jusqu'à présent une très grande quantité de versions manuscrites ou imprimées relatant sa passion, aucune n'était antérieure aux débuts du XVIIe siècle. En effet, la plus ancienne copie que nous possédions remonte seulement à 1602. Manuscrite, notariée, elle est datée du 1er décembre.

(1) Une homonymie est la source d'une confusion (note 4, p. 36). François Blanc venait non de Hombürg (Sarre), mais de Bad Homburg (Hesse), station située près de Bad Nauheim, au nord de Francfort, près de l'actuelle autoroute de Cassel.

Après avoir fait le point avec une énumération et une analyse critique de ces versions, l'auteur publie avec photographie (p.95 à 98) pour la première fois un document inédit du XIIe siècle "Pasio sca dei votae virginis" (Paris, B.N.).

La Condamine de Monaco au Moyen-Age. J.B. Robert, p.99 à p.121. Auteur d'un résumé condensant en quelques dizaines de pages de façon aussi solide que succincte le long passé du pays (Histoire de Monaco, Que sais-je? n°1497, 1973, 126p., 3 cartes), Robert s'attaque à un problème très limité dans l'espace et dans le temps: celui que pose la Condamine au Moyen-Age. Enchâssée entre le Rocher de Monaco, à l'est, le plateau des Spélugues qui porte aujourd'hui Monte-Carlo à l'ouest, et le revers méridional des Préalpes, au nord, cette mini-plaine aux dimensions exiguës -- 300 mètres sur 500 dans sa plus grande extension -- est au coeur de l'agglomération contemporaine. Qu'était-elle à l'époque médiévale? son nom qui est assez commun en Europe occidentale n'apprend rien sur sa nature. "En conclusion, il apparaît que ce nom peut devoir son existence à trois circonstances différentes: propriété seigneuriale d'une famille qui a détenu la seigneurie de la Turbie dans la seconde moitié du XIIIe siècle ou propriété de la seigneurie ecclésiastique de l'abbaye de Saint-Pons de Nice ou "communal" de la communauté paysanne de Peille-La Turbie quand elle ne connaissait pas encore de seigneur local. Dans l'état actuel de nos connaissances nous avouons ne pas pouvoir choisir entre ces explications. Par contre, nous ne pensons pas qu'il puisse en exister d'autres" (p.106). Même incertitude à l'égard de l'évolution du peuplement. Il y eut une agglomération importante aux IIIe et IVe siècles de notre ère. Or, tout semble démontrer qu'à l'exception "de deux petites églises émergeant seules des vergers et des champs" (p.112), la Condamine fut veuve d'habitat. Les incertitudes pesant sur un territoire longtemps disputé entre Monaco et la communauté limitrophe de la Turbie peuvent expliquer qu'en ait été stérilisée une vocation urbaine au profit de simples cultures et non de bâtiments.

L'Hôtel des Monnaies de Monaco sous le règne du prince Honoré V.
J.J. Turc p.123 à 126. C'est par une ordonnance du 7 mars 1837 qu'Honoré V rétablit à Monaco l'Hôtel des Monnaies, rien ne subsistant de l'ancienne Monnaie dont tout le matériel avait été pillé. Dès avant la fin de la même année la fabrication commence. L'interdit lancé par la France et par le Piémont contre les pièces qui en sortent entraîne la suppression de l'établissement dont l'activité ne dura que douze ans. Passons sur les détails techniques: matériel, gravure, métaux utilisés. Ce n'est pas la technique, c'est la politique qui fut à l'origine de ce naufrage rapide.

La garnison de Monaco de 1215 à 1605. S. Vilarem p.137 à p.158.
Les rivalités qui opposent du Moyen-Age aux Temps Modernes les puissances européennes dominant le bassin occidental de la Méditerranée, Gênes, les maisons de Savoie, de France et d'Espagne et, par celle-ci, l'Empire confèrent au Rocher de Monaco une valeur stratégique qu'il semble n'avoir jamais connue dans la préhistoire ni dans l'antiquité classique. Ce rôle nouveau eut pour conséquence sa mise en état de défense par un système de fortifications qui se perfectionne peu à peu depuis 1215 jusqu'à la fin du XVIe siècle et par l'établissement en permanence d'une garnison qui en assure la garde. Celle-ci, forte seulement de quelques dizaines d'hommes, atteignant au plus 200 unités, est constituée d'éléments dont la nature varie en fonction des maîtres du moment et des développements de la politique dont ils subissent les vicissitudes. Du XIIIe au XVe siècle, c'est une milice locale composée de Génois -- une centaine -- qui occupe le Rocher; ensuite, de 1409 à 1440, ce sont des mercenaires, soldats de profession à la solde d'abord du comte de Provence, roi de Naples, qui établit une troupe internationale de routiers français, allemands, italiens jusqu'en 1419, puis jusqu'en 1436 du duc de Milan. Le traité de Burgos qui, en 1524, place Monaco sous la protection de l'empereur Charles-Quint conduit enfin, après un

intermède, à l'installation d'un corps de soldats espagnols (1605). Malgré la faiblesse de ses effectifs très restreints, la garnison assura efficacement à toutes les époques la protection de la place. C'est ainsi qu'à la fin du XVI^e siècle elle fit échouer deux attaques lancées contre elle par surprise: l'une en 1585, l'autre en 1596.

L'apport scientifique de la principauté dans le domaine de la connaissance de la mer sous l'impulsion personnelle du prince Albert I^{er}, apport matérialisé par l'aménagement du Musée océanographique et continué depuis sans relâche, est bien connu. Les efforts déployés pour développer un semblable essor dans le domaine littéraire, pour être plus récents et moins spectaculaires, n'en sont pas moins notables. La présente publication contribuera à enrichir l'acquis antérieur. Et elle offre l'occasion d'évoquer une récente initiative qui n'est pas sans rapport avec ses préoccupations et qui, d'ailleurs, pourrait être étendue à un champ plus vaste: il s'agit de la mise au point d'un précis d'instruction civique et d'un manuel abrégé d'histoire locale (1) s'adressant aux élèves des établissements d'enseignement de la principauté pour leur donner le sentiment de l'originalité, fondée sur le passé, de leur petite patrie d'origine ou d'adoption. Mais, en vertu de ce même souci et dans le même esprit, pourquoi ne pas les accompagner, à l'usage de ce même public, d'un recueil de textes, témoignages divers d'une histoire séculaire fertile en événements divers, documents d'archives, relations de voyage, guides, etc., comme achevé de le faire à Nice, pour le département des Alpes-Maritimes, le C.R.D.P. En attendant, voici par exemple, trois textes (2) illustrant, vu de l'extérieur, le sort fait à la Condamine par la révolution qui, à partir du début de la seconde moitié du siècle dernier, l'a transformée de fond en comble. On remarque:

- la permanence de l'état rural qui persiste depuis le Moyen-Age;
- la rapidité des transformations qui s'accomplissent;
- le rôle de la spéculation qui préside à l'urbanisation: c'est l'époque de la Foncière Lyonnaise à Nice, à Cannes, à Ospedaletti;

"Nous avons entendu dire que la belle propriété de la Condamine devait être divisée en lots qui seraient mis aux enchères publiques à Monaco les 19 et 22 de ce mois. Il y aurait des parcelles de 400 mètres et au-dessus, contenant chacune des oliviers, des citronniers et des orangers. Cette propriété qui est assurément la mieux située et la plus abritée de toute la Principauté de Monaco formera bientôt une sorte de cité dans laquelle s'élèveront rapidement des constructions élégantes qui en feront l'un des points les plus pittoresques de notre littoral. Nous espérons que cette entreprise sera couronnée de succès." (3).

"Au fond de l'anse qu'abrite le Rocher de Monaco commence la plage de sable fin... Au printemps, en été, les bains de mer de Monaco attirent les baigneurs de l'Italie, de la Suisse et du Midi de la France. L'Hôtel des Bains qui appartient à la société du Cercle des Etrangers et des Bains de Mer de Monaco est un des mieux installés que je connaisse. Les habitants de cet hôtel peuvent descendre en peignoir et trouver la vague à quelques pas. Une partie de l'Hôtel des Bains est affectée au traitement hydrothérapique... Tout autour de l'Hôtel des Bains se sont élevées des villas et des maisons de plaisance louées aux étrangers; là où il y a trente ans s'étendaient d'immenses jardins d'oliviers, d'orangers et de citronniers s'est bâtie une véritable

(1) A la vérité l'idée était dans l'air depuis longtemps. Labande a rédigé une "Histoire abrégée de la Principauté...", à l'usage des écoles": c'était en 1935. Une mise à jour s'imposait.

(2) Rapprocher ces extraits d'un passage emprunté au Moniteur de Monaco (1878) et reproduit par J-B. Robert (cf. op. cit. "Que sais-je?" p. 90).

(3) REVUE DE NICE, tome 2, 1^{er} mars 1863, p. 239.

ville: la Condamine. Cette Condamine qui formait jadis une vaste et unique propriété valait à peine un demi-million de francs. La cueillette des fleurs était affermée pour 25000 francs à un parfumeur anglais, Mr Rimmel, qui inondait les belles ladies de ses essences à une guinée le demi-flacon. Aujourd'hui la Condamine vaut plus de dix millions. Ce grand jardin est devenu rapidement une petite ville. Sur chaque mètre de terrain, sur les flancs de la montagne et des rochers, partout se sont perchées des villas d'une charmante architecture, encadrées de jardins et d'arbres à feuillages persistants." (1)

"Nous venons d'entrer dans la Condamine. Ainsi se nomme la ville neuve, l'improvisation d'hier.... Ce n'était là, il y a peu d'années, qu'un champ de violettes ombragé d'orangers. Quelqu'un commença à bâtir, un autre l'imita. Bientôt les maisons se groupèrent..., tantôt magasins et tantôt villas; puis la spéculation y trouvant son compte, fit sauter la roche, agrandit l'espace.... Aujourd'hui, la Condamine représente une sorte de grenier d'abondance, le quartier pourvoyeur et vivant de la Principauté. Epicerie, comestibles, vins, boulangerie, pharmacie, tout s'y trouve -et de jolis logements aussi-. L'agglomération plaît à l'oeil par l'élégance de ses façades, la correction et la propreté de ses rues. La vie y est moins surexcitée qu'à Monte-Carlo, la dépense plus clémente aux bourses modestes; c'est l'asile respecté de la famille, l'Eldorado de l'employé ou du rentier.... Sous le nom de "Société industrielle et artistique de Monaco" une compagnie s'est fondée.... Par des procédés spéciaux à son laboratoire elle concrète, sous un mince volume, l'essence des fleurs de l'oranger, aussi bien qu'elle dégage l'arôme subtil du myrte et de la violette, du géranium, de la verveine ou du réséda. Sa distillation de roses et de menthe est exquise, sa lavande du mont Agel unique, son eau de Cologne à faire pâlir Farina. Elle a inventé "La Gallia" au café et la "Liqueur de quinquina", l'écorce de ses oranges lui sert à fabriquer d'excellent curaçao, et, non contents d'avoir armé "l'eau de Balsamo" contre le mal de tête, des chimistes infatigables en arrivent à vous offrir du "sirop de caroube" et du "vin d'eucalyptus" . (2).

J. DEVUN.

(1) Georges d'Orgeval. "La vie en hiver" 1888, p.36 à p.39.

(2) Stephen Liégeard. La Côte d'Azur, p.247-248, 1887. Cette relation d'un voyage de Marseille à Gênes, dont le titre a connu la fortune que l'on sait, demeure, malgré son style ampoulé et sa préciosité confinante parfois au rébus, un excellent "reportage".