

## 1er Forum International « Les stations de montagne s'engagent pour la planète »

• Avoriaz, 19/01/07

Enseignement des différentes tables-rondes :

### 1/ PREMIER ENSEIGNEMENT :

#### **LE DEVELOPPEMENT DURABLE EST NECESSAIRE POUR LES STATIONS DE MONTAGNE**

Aujourd'hui, l'émergence de risques et d'opportunités nouveaux rendent **pertinente et même nécessaire** pour une station de montagne **l'élaboration d'une stratégie** de protection de l'environnement et de développement durable

#### Signalons notamment, du côté des risques, deux éléments importants :

- **Le réchauffement climatique** remet sérieusement en question la fiabilité de l'enneigement dans les stations de ski et par conséquent menace les économies régionales qui sont tributaires du tourisme d'hiver.

Dans les massifs alpins de France, d'Autriche, de Suisse et d'Allemagne, où, chaque année, se rendent 60 à 80 millions de touristes, le réchauffement récent a été près de trois fois supérieur à la moyenne mondiale. Cet enjeu concerne pour le moment un peu moins la France, dont les grands domaines skiables sont situés pour la plupart à plus de 1200 mètres; mais 10% des domaines skiables alpins européens, de moyenne ou grande taille, opèrent déjà dans des conditions précaires et les hypothèses de hausse de la température font encore augmenter le nombre de domaines skiables ne bénéficiant pas d'un enneigement naturel fiable. Cet enjeu environnemental est aussi un enjeu économique, puisque dans ces zones une bonnepartie des revenus vient du tourisme d'hiver (par exemple la moitié des revenus du secteur touristique, soit 4,5 % de l'économie nationale, en Autriche) et que certaines actions (notamment économies d'énergie ou d'eau) ont un impact direct sur les coûts d'exploitation.

- Les Alpes, ajoute Bernard Cressens du WWF, sont un **conservatoire de la biodiversité mondiale** et les activités de sports d'hiver (extension et équipement des domaines skiables, loisirs motorisés, etc.) peuvent menacer la faune et la flore alpines.

#### Et du côté des opportunités :

- **Les touristes sont de plus en plus sensibles à ces aspects** dans le choix de leurs destinations de vacances : un certain nombre d'acteurs, comme l'association française Mountain Riders ou le Ski Club britannique, établissent ainsi des guides à l'attention du grand public présentant les stations les plus engagées en matière de certification environnementale (ISO 14001 ou EMAS), de gestion de l'eau et de l'énergie, de tri et de recyclage des déchets, de minimisation des transports, de construction écologique, d'utilisation d'énergies renouvelables ou encore de sensibilisation des touristes à l'environnement. D'ailleurs, ces touristes sont de plus en plus enclins à prendre en considération ces questions : selon Ulrike Proebstl, de la Fondation Pro Natura Pro Ski, 15 à 20% des touristes de certains pays d'Europe prennent déjà en compte l'environnement dans le choix de leur destination, tandis que 30 à 40% disent qu'ils pourraient être influencés par ces questions s'ils étaient mieux informés. Ce que confirme Maria Outters, directrice de l'innovation chez Pierre & Vacances, en indiquant que les touristes (notamment des pays du Nord de l'Europe) réagissent très positivement aux initiatives environnementales prises sur les sites du groupe.

• **Les organisateurs d'événements internationaux sont également très enclins à choisir les sites en fonction de leur engagement environnemental** : on sait que le Comité Olympique a décidé de faire de l'environnement le troisième pilier de l'olympisme, ce qui a permis à la station canadienne de Whistler, par exemple, d'être retenue pour les JO d'hiver de 2010, cependant que Val d'Isère a gagné les championnats du monde 2009 avec un projet de « championnat sans voiture » certifié ISO 14001.

## **2/ QUE PEUT FAIRE CONCRETEMENT UNE STATION DE MONTAGNE, FACE A L'AMPLEUR DE CES ENJEUX ?**

Une grande partie des tables-rondes était consacrée à des retours d'expérience de stations de montagne pionnières (Aspen dans le Colorado, Whistler Blackcomb au Canada, Saas Fee en Suisse, Werfenweng en Autriche,...) qui ont permis de dégager **les principaux facteurs-clefs de succès de ces démarches** :

• **L'intégration de ces aspects à la stratégie à long-terme du site** : beaucoup d'intervenants ont insisté sur la double nécessité de commencer par reconnaître les problèmes auxquels les stations sont confrontées notamment du fait du changement climatique, mais aussi et surtout sur celle d'aller au delà de solutions à court terme (par exemple recours à l'enneigement artificiel) pour réfléchir à des approches durables (par exemple diversification de l'offre pour proposer des alternatives au "tout ski" d'hiver avec d'autres activités sportives, culturelles, détente, estivales, etc.) ;

• **L'élaboration d'un plan d'actions** concret sur tous les aspects de la gestion quotidienne d'une station :

- o organisation de la démarche et certification environnementale type Iso 14 001,
- o optimisation écologique des systèmes de transport et encouragement de la mobilité douce comme incite à le faire le label Perle des Alpes (station sans voiture, encouragement des transports collectifs à moindre impact sur l'environnement, solutions alternatives de véhicules électriques ou solaires pour les transports inévitables, recours au biocarburant pour les dameuses, etc.),
- o mise en oeuvre d'une politique ambitieuse de construction écologique pour les bâtiments neufs et la rénovation sur la base de labels fixant des limites de consommation énergétique (comme Minergie – adopté par la station suisse de Saas Fee -, LEED – le standard utilisé par les stations nord-américaines - ou ClimateHouse – certification utilisée par l'hôtel Vigilius Mountain Resort dans le Tyrol italien),
- o gestion alternative de l'eau et des déchets, recyclage et sensibilisation des touristes,
- o recours aux énergies renouvelables (Aspen ou Werfenweng sont ainsi équipées en panneaux solaires, Whistler utilise l'énergie hydroélectrique de ses cours d'eau au moment de la fonte des neiges, 22 stations américaines s'approvisionnent à 100% en énergie éolienne, etc.) et compensation des émissions de CO2 ne pouvant être réduites,... ;

• **L'ouverture au dialogue avec les parties prenantes** et l'initiation de partenariats avec les différents acteurs qui « font » la montagne (opérateurs touristiques, collectivités et pouvoirs publics, fournisseurs d'énergie et de prestations sur les déchets, associations locales et environnementales, etc.) : Pierre & Vacances a ainsi initié un partenariat avec l'ONG environnementale WWF et travaille sur ces questions avec l'Office du Tourisme d'Avoriaz, Whistler Blackcomb a élaboré sa stratégie avec 16 groupes de travail impliquant tous ses publics, la SERMA travaille avec les organisateurs des championnats du monde de Val d'Isère sur des échanges d'expérience liés à la mise en oeuvre de la certification ISO 14001, l'Association des Stations de Ski Nord-Américaines a créé en 2000 une **charte** « Sustainable Slopes » fondée sur des consultations de plus de 1000 acteurs et qui donne lieu à de nombreux échanges d'expériences entre les 180 stations participant au programme,

l'association Perles des Alpes fédère plusieurs stations européennes engagées sur la mobilité douce dans un programme financé par l'Union Européenne (Les Gets en France)... Beaucoup d'intervenants ont souligné notamment la nécessité de **penser la montagne comme un territoire, dans sa globalité**, ce qui suppose par exemple **une approche intercommunale des problèmes... et des solutions !**

- **L'initiation d'une politique de lobbying responsable**, avec des prises de position publiques des stations ou des communes pour demander des textes plus exigeants sur les grandes questions comme le changement climatique où l'action individuelle des stations est indispensable mais insuffisante ;

- **La nécessité de ne pas oublier les autres aspects du développement durable, notamment le volet social et humain** (avec par exemple les enjeux liés à l'emploi local, au logement des saisonniers, etc.) et le volet économique (notamment tout ce qui a trait au développement économique local) ;

- Et enfin **l'importance de faire de cette approche une source d'innovation et de différenciation**, à la fois pour motiver les employés des entreprises et organisations concernées, pour attirer les touristes et mériter leur fidélité, pour faire de cette démarche un **élément d'image pour la station** (des stations comme Aspen ou Werfenweng reçoivent beaucoup de prix pour leur démarche, et ont ainsi une grande couverture médiatique positive), et pour assurer la pérennité économique des activités.

En résumé, une conférence riche qui a rassemblé plus de 140 participants, source d'inspiration et d'ouverture à de nouveaux concepts pour nos stations !

### ***Précisions sur la norme ISO 14001 : Les principes de la norme***

*La norme prescrit les exigences relatives à un système de management environnemental permettant à un organisme de formuler une politique et des objectifs prenant en compte les exigences réglementaires et les informations relatives aux impacts environnementaux significatifs.*

*Elle s'applique aux aspects environnementaux sur lesquels l'organisme a les moyens de maîtrise et les moyens d'avoir une influence. Elle n'instaure pas en elle-même de critères spécifiques de performance environnementale.*

*Elle est conçue pour servir de référentiel d'audit et donc permet la certification.*

*Les concepts principaux, applicables à tous les types et tailles d'organismes, portent sur la nécessité de l'engagement de la direction générale, l'engagement de se conformer à la législation et de mettre en œuvre les principes d'amélioration continue et de prévention de la pollution, n'établissent pas d'exigences en matière de performance, encouragent l'adoption des meilleures technologies disponibles, ne contiennent pas d'exigences relatives à la santé et à la sécurité.*

### **[INTERET DE LA CERTIFICATION ISO 14001 POUR LES COLLECTIVITES LOCALES :](#)**

**Une réponse aux enjeux environnementaux, pour mieux identifier et maîtriser vos relations avec l'environnement et conforter vos efforts pour l'amélioration du cadre de vie.**

### **Pour qui ?**

La certification ISO 14001 s'adresse aux organisations de tous secteurs souhaitent intégrer la dimension environnementale dans leur activité.

### **Quels bénéfices ?**

- **Vecteur d'image**, la certification environnementale démontre votre engagement pour l'amélioration du cadre de vie.
- **Outil de dialogue**, la certification AFAQ vous assure **la confiance de vos partenaires** (administrations, administrés, assureurs, ...).
- **Outil de mobilisation**, elle fédère votre personnel autour d'un **projet commun** améliorant directement leur contexte professionnel (santé, sécurité, ...).
- **Outil de maîtrise des coûts**, un système de management environnemental permet de prévenir les incidents et de minimiser leurs impacts.

## Synthèse du premier forum international « Les stations de montagne s'engagent pour la planète » qui s'est tenu à Avoriaz le 19 janvier 07

D'ordinaire le risque avec ce qui se dit dans les forums, qu'il s'agisse de déclarations d'intention ou d'autres exemples inspirants, est que les paroles s'envolent et ne changent pas grand chose aux pratiques des participants... Mais dans le cas de ce premier forum international « Les stations de montagne s'engagent pour la planète », qui s'est tenu à Avoriaz le 19 janvier 07, les choses sont un peu différentes car les organisateurs, à savoir la station d'Avoriaz et le groupe Pierre & Vacances, ont plusieurs projets qui offrent une caisse de résonance particulière aux propos des intervenants et seront autant d'occasion de mettre en pratique les enseignements des différentes tables-rondes, qui sont exposés ci-dessous.

### **1/ PREMIER ENSEIGNEMENT : LE DEVELOPPEMENT DURABLE EST NECESSAIRE POUR LES STATIONS DE MONTAGNE**

---

Aujourd'hui, l'émergence de risques et d'opportunités nouveaux rendent pertinente et même nécessaire pour une station de montagne l'élaboration d'une stratégie de protection de l'environnement et de développement durable.

Signalons notamment, du côté des risques, deux éléments importants :

- Le réchauffement climatique remet sérieusement en question la fiabilité de l'enneigement dans les stations de ski et par conséquent menace les économies régionales qui sont tributaires du tourisme d'hiver, selon Shardul Agrawala, spécialiste en environnement à l'OCDE, auteur d'un rapport tout juste publié sur le sujet<sup>1</sup>. Dans les massifs alpins de France, d'Autriche, de Suisse et d'Allemagne, où, chaque année, se rendent 60 à 80 millions de touristes, le réchauffement récent a été près de trois fois supérieur à la moyenne mondiale. Cet enjeu concerne pour le moment un peu moins la France, dont les grands domaines skiables sont situés pour la plupart à plus de 1 200 mètres ; mais 10% des domaines skiables alpins européens, de moyenne ou grande taille, opèrent déjà dans des conditions précaires et les hypothèses de hausse de la température font encore augmenter le nombre de domaines skiables ne bénéficiant pas d'un enneigement naturel fiable. Cet enjeu environnemental est aussi un enjeu économique, puisque dans ces zones une bonne partie des revenus vient du tourisme d'hiver (par exemple la moitié des revenus du secteur touristique, soit 4,5 % de l'économie nationale, en Autriche) et que certaines actions (notamment économies d'énergie ou d'eau) ont un impact direct sur les coûts d'exploitation.
- Les Alpes, ajoute Bernard Cressens du WWF, sont un conservatoire de la biodiversité mondiale et les activités de sports d'hiver (extension et équipement des domaines skiables, loisirs motorisés, etc.) peuvent menacer la faune et la flore alpines.

Et du côté des opportunités :

- Les touristes sont de plus en plus sensibles à ces aspects dans le choix de leurs destinations de vacances : un certain nombre d'acteurs, comme l'association française Mountain Riders ou le Ski Club britannique, établissent ainsi des guides à l'attention du grand public présentant les stations les plus engagées en matière de certification environnementale (ISO 14001 ou EMAS), de gestion de l'eau et de l'énergie, de tri et de recyclage des déchets, de minimisation des transports, de

---

<sup>1</sup> *Climate change in the European Alps – adapting winter tourism and natura hazards management*

construction écologique, d'utilisation d'énergies renouvelables ou encore de sensibilisation des touristes à l'environnement. D'ailleurs, ces touristes sont de plus en plus enclins à prendre en considération ces questions : selon Ulrike Proebstl, de la Fondation Pro Natura Pro Ski, 15 à 20% des touristes de certains pays d'Europe prennent déjà en compte l'environnement dans le choix de leur destination, tandis que 30 à 40% disent qu'ils pourraient être influencés par ces questions s'ils étaient mieux informés. Ce que confirme Maria Outters, directrice de l'innovation chez Pierre & Vacances, en indiquant que les touristes (notamment des pays du Nord de l'Europe) réagissent très positivement aux initiatives environnementales prises sur les sites du groupe.

- Les organisateurs d'événements internationaux sont également très enclins à choisir les sites en fonction de leur engagement environnemental : on sait que le Comité Olympique a décidé de faire de l'environnement le troisième pilier de l'olympisme, ce qui a permis à la station canadienne de Whistler, par exemple, d'être retenue pour les JO d'hiver de 2010, cependant que Val d'Isère a gagné les championnats du monde 2009 avec un projet de « championnat sans voiture » certifié ISO 14001.

## **2/ QUE PEUT FAIRE CONCRETEMENT UNE STATION DE MONTAGNE, FACE A L'AMPLEUR DE CES ENJEUX ?**

---

Une grande partie des tables-rondes était consacrée à des retours d'expérience de stations de montagne pionnières (Aspen dans le Colorado, Whistler Blackcomb au Canada, Saas Fee en Suisse, Werfenweng en Autriche,...) qui ont permis de dégager les principaux facteurs-clefs de succès de ces démarches :

- L'intégration de ces aspects à la stratégie à long-terme du site : beaucoup d'intervenants ont insisté sur la double nécessité de commencer par reconnaître les problèmes auxquels les stations sont confrontées notamment du fait du changement climatique, mais aussi et surtout sur celle d'aller au-delà de solutions à court terme (par exemple recours à l'enneigement artificiel) pour réfléchir à des approches durables (par exemple diversification de l'offre pour proposer des alternatives au "tout ski" d'hiver avec d'autres activités sportives, culturelles, détente, estivales, etc.) ;
- L'élaboration d'un plan d'actions concret sur tous les aspects de la gestion quotidienne d'une station :
  - organisation de la démarche et certification environnementale type Iso 14 001,
  - optimisation écologique des systèmes de transport et encouragement de la mobilité douce comme incite à le faire le label Perle des Alpes (station sans voiture, encouragement des transports collectifs à moindre impact sur l'environnement, solutions alternatives de véhicules électriques ou solaires pour les transports inévitables, recours au biocarburant pour les dameuses, etc.),
  - mise en œuvre d'une politique ambitieuse de construction écologique pour les bâtiments neufs et la rénovation sur la base de labels fixant des limites de consommation énergétique (comme Minergie – adopté par la station suisse de Saas Fee -, LEED – le standard utilisé par les stations nord-américaines - ou ClimateHouse – certification utilisée par l'hôtel Vigilus Mountain Resort dans le Tyrol italien),
  - gestion alternative de l'eau et des déchets, recyclage et sensibilisation des touristes,

- recours aux énergies renouvelables (Aspen ou Werfenweng sont ainsi équipées en panneaux solaires, Whistler utilise l'énergie hydro-électrique de ses cours d'eau au moment de la fonte des neiges, 22 stations américaines s'approvisionnent à 100% en énergie éolienne, etc.) et compensation des émissions de CO2 ne pouvant être réduites,... ;
- L'ouverture au dialogue avec les parties prenantes et l'initiation de partenariats avec les différents acteurs qui « font » la montagne (opérateurs touristiques, collectivités et pouvoirs publics, fournisseurs d'énergie et de prestations sur les déchets, associations locales et environnementales, etc.) : Pierre & Vacances a ainsi initié un partenariat avec l'ONG environnementale WWF et travaille sur ces questions avec l'Office du Tourisme d'Avoriaz, Whistler Blackcomb a élaboré sa stratégie avec 16 groupes de travail impliquant tous ses publics, la SERMA travaille avec les organisateurs des championnats du monde de Val d'Isère sur des échanges d'expérience liés à la mise en œuvre de la certification ISO 14001, l'Association des Stations de Ski Nord-Américaines a créé en 2000 une charte « Sustainable Slopes » fondée sur des consultations de plus de 1000 acteurs et qui donne lieu à de nombreux échanges d'expériences entre les 180 stations participant au programme, l'association Perles des Alpes fédère plusieurs stations européennes engagées sur la mobilité douce dans un programme financé par l'Union Européenne... Beaucoup d'intervenants ont souligné notamment la nécessité de penser la montagne comme un territoire, dans sa globalité, ce qui suppose par exemple une approche intercommunale des problèmes... et des solutions !
- L'initiation d'une politique de lobbying responsable, avec des prises de position publiques des stations ou des communes pour demander des textes plus exigeants sur les grandes questions comme le changement climatique où l'action individuelle des stations est indispensable mais insuffisante ;
- La nécessité de ne pas oublier les autres aspects du développement durable, notamment le volet social et humain (avec par exemple les enjeux liés à l'emploi local, au logement des saisonniers, etc.) et le volet économique (notamment tout ce qui a trait au développement économique local) ;
- Et enfin l'importance de faire de cette approche une source d'innovation et de différenciation, à la fois pour motiver les employés des entreprises et organisations concernées, pour attirer les touristes et mériter leur fidélité, pour faire de cette démarche un élément d'image pour la station (des stations comme Aspen ou Werfenweng reçoivent beaucoup de prix pour leur démarche, et ont ainsi une grande couverture médiatique positive), et pour assurer la pérennité économique des activités.

En résumé, une conférence riche qui a rassemblé plus de 140 participants, et dont le détail sera prochainement mis en ligne, avec les vidéos et les présentations Powerpoint des interventions, sur le site Internet d'Avoriaz.