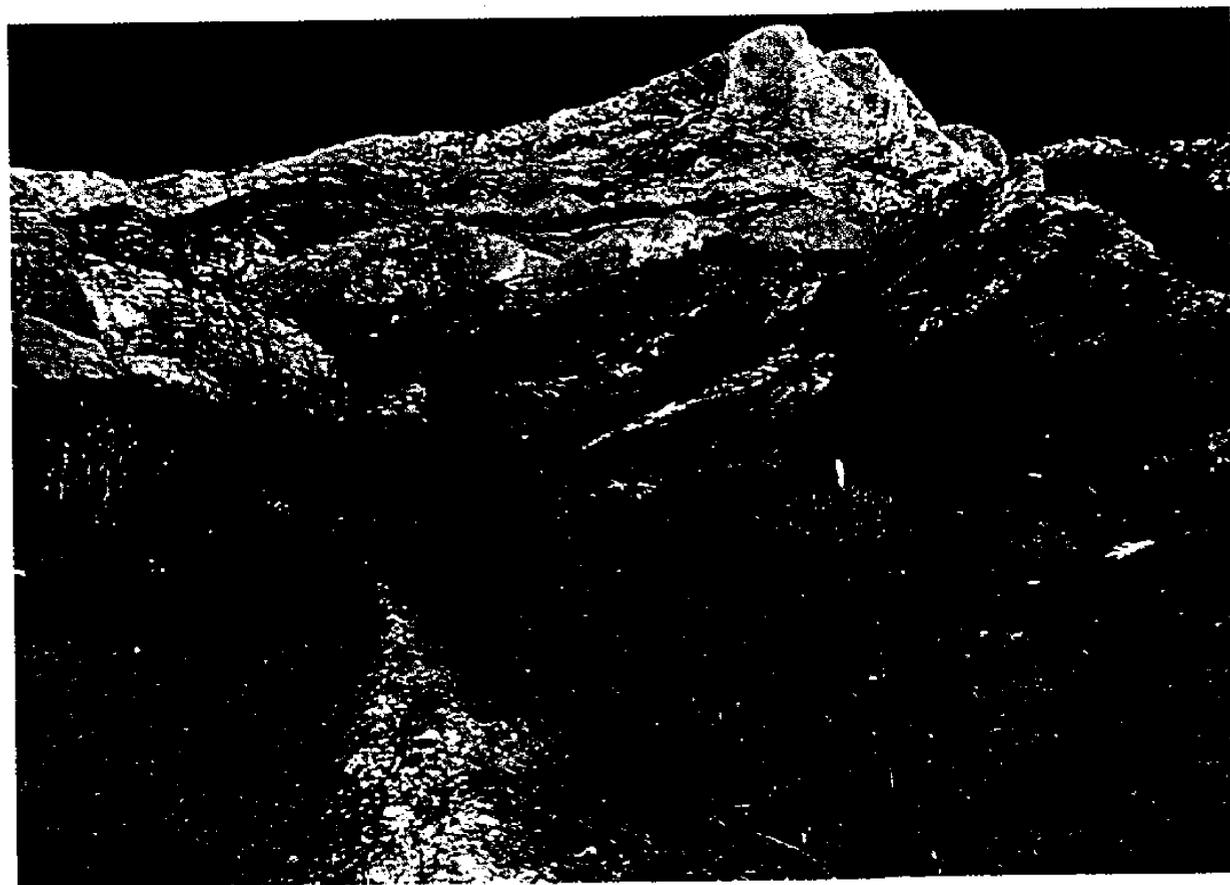


CENTRE INTERNATIONAL DE RECHERCHES ET D'ÉTUDES TOURISTIQUES
INTERNATIONAL CENTER FOR RESEARCH AND STUDIES IN TOURISM

*AMENAGEMENT TOURISTIQUE ET MONTAGNE :
LES STATIONS DE SPORTS D'HIVER
DANS LES PAYS ALPINS ET EN GRECE*



*φ.5
N.16*

ÉTUDES ET RAPPORTS / STUDIES AND REPORTS
AIX EN PROVENCE - FRANCE

**CENTRE INTERNATIONAL DE RECHERCHES ET D'ETUDES TOURISTIQUES
INTERNATIONAL CENTER FOR RESEARCH AND STUDIES IN TOURISM**

6, Avenue de Grassi 13100 Aix-en-Provence France
Tél : (33) 04.42.96.99.35 Fax : (33) 04.42.23.37.20
WWW Site : www.ciret-tourism.com E-Mail : ciret@free.fr

**AMENAGEMENT TOURISTIQUE ET MONTAGNE :
LES STATIONS DE SPORTS D'HIVER
DANS LES PAYS ALPINS ET EN GRECE**

*Silios VARVARESSOS
Marios SOTERIADES*

MAY 2006

**STUDIES & REPORTS
ETUDES & RAPPORTS**

Série J. Planification/Développement ◊
Planning/Development.
Volume 21

*Aménagement touristique et montagne:
les stations de sports d'hiver
dans les pays alpins et en Grèce.*

Stélios VARVARESSOS

Marios SOTÉRIADES

Stélios VARVARESSOS, Maître de conférences, Institut Universitaire
Technologique (TEI) de Lamia, Département «Tourisme»

Adresse: 13, rue Gelestathi, GR – 33100, Amfissa Fokidas, GRÈCE.

Téléphone: + 2265.072.268, Télécopie: +2265.072.504, Mél : teiamf@teiam.gr

Marios SOTERIADES, Maître de conférences, Institut Universitaire Technologique
(TEI) de Crète, Département «Tourisme»

Adresse: 13, rue Espéridon, GR-71307 Héraklion, Crète, GRÈCE.

Téléphone: +2810.37.96.64, Télécopie: +2810.25.42.37, Mél: marsot@sdo.teicrete.gr

TABLE DE MATIÈRES

Résumé

1. Introduction

2. Tourisme, montagnes et système socio-économique

2.1. Motivations, déplacements et activités touristiques en milieu montagnard

2.1.1. Les bases anthropologiques des motivations touristiques

2.1.2. Les activités en milieu montagnard

2.1.3. L'image touristique des montagnes

2.2. L'environnement naturel et le tourisme de montagne

2.3. Les sociétés montagnardes d'accueil touristique

2.4. La pratique du ski, phénomène de diffusion sociale

2.5. Le cadre de développement des pratiques de loisirs en montagne

3. Les stations de sports d'hiver : le cadre d'aménagement

3.1. L'organisation des stations de sport d'hiver

3.1.1. Les hébergements touristiques

3.1.2. L'équipement mécanique

3.2. Les quatre générations des stations de sports d'hiver

3.2.1. Le modèle de première génération des stations de sports d'hiver (1870-1930)

3.2.2. Le modèle de deuxième génération des stations de sports d'hiver (stations intermédiaires: 1930-1960).

3.2.3. Le modèle de troisième génération des stations de sports d'hiver (stations intégrées: 1960-1974).

3.2.4. Le modèle de quatrième génération des stations de sports d'hiver (stations-villages polyvalentes: 1975-2000).

4. Le modèle de développement touristique de la Grèce et la pratique des sports d'hiver

4.1. La pratique du ski: le cadre de développement

4.2. Les stations de sports d'hiver en Grèce

4.3. L'étude comparative des stations de sports d'hiver en Grèce et dans les pays alpins

5. Conclusions

Remerciements

Notes

Annexe

Bibliographie

Résumé

Les montagnes, à partir de la deuxième moitié du XXème siècle, représentent d'importantes destinations touristiques pour l'ensemble des pays développés. La conception d'un certain nombre de motivations de nature anthropologique (attentes ancestrales des individus), en liaison avec des activités de type sportif – récréatif (ski), a transformé les espaces montagnards en espaces touristiques à grande fréquentation. C'est le tourisme de sports d'hiver qui a contribué à cette transformation, durant les dernières décennies, avec la multiplication des flux touristiques vers les montagnes et le développement de quatre générations de stations de sports d'hiver. Les stations de deuxième et de troisième génération ont contribué essentiellement à la démocratisation du tourisme de sports d'hiver.

La Grèce, pays récepteur du tourisme de masse, doit son développement touristique à l'application spontanée d'un modèle de développement de type héliocentrique / estival. Il va sans dire que le développement du tourisme montagnard et plus précisément du tourisme de sports d'hiver n'a pas été parmi les priorités de la politique touristique du pays. Le fonctionnement de vingt et un (21) « centres de ski » en Grèce, en comparaison avec les « stations de sports d'hiver » dans les Alpes, présente de façon assez claire le type spontané / non planifié du développement touristique, appliqué en milieu montagnard grec. En même temps, il souligne la nécessité de mettre au point une politique d'aménagement touristique de montagne (sports d'hiver) et son intégration dans la politique touristique globale du pays au niveau national, régional et local.

1. Introduction

Les montagnes, en tant qu'espaces géographiques spécifiques, ont constitué le cadre spatial de conception et de réalisation d'un nombre d'activités de nature touristique et sportive – récréative. Le développement touristique des montagnes, sous sa forme actuelle, date ses débuts du temps de la diffusion / expansion de l'activité sportive – récréative du ski et de la création des stations de sports d'hiver situées dans les Alpes (Duhamel, & Sacareau, 1998). Pourtant la démocratisation du tourisme de sports d'hiver s'est effectuée en même temps que le développement des stations intermédiaires de deuxième génération et des stations de sports d'hiver intégrées (stations de troisième génération / modèle français: 1960-1974). Ce modèle français correspond parfaitement aux impératifs économiques (rentabilité), commerciaux et récréatifs (le ski intégral), d'une planification intégrée, de nature spatiale, urbanistique, architecturale, technologique et économique. En ce qui concerne le caractère récréatif du tourisme de sports d'hiver, son application contemporaine est attribuée au modèle de quatrième génération, ou autrement dit aux stations - villages polyvalentes (modèle du Tyrol: 1975-1990). Les stations - villages mettent leur centre d'intérêt dans la préservation de l'architecture traditionnelle et les principes du tourisme doux / alternatif (Hudson, 1996; Donohoe, 2004). En effet, elles représentent une nouvelle génération de stations, plus soucieuse d'écologie et d'équilibre entre la spécialisation touristique du milieu montagnard et les autres activités et, en même temps, elles apparaissent comme un contre-projet spatial des stations intégrées, dites de la troisième génération.

La Grèce est classée, touristiquement, comme une destination traditionnelle, récepteur de flux internationaux, de type « héliocentrique / estival » (1), qui a tenté de promouvoir le développement du tourisme de sports d'hiver durant le dernier quart du XXème siècle. L'image héliocentrique du pays, la nature sportive – récréative du ski, le faible taux de participation des populations locales aux activités touristiques en milieu montagnard, ainsi que l'intérêt très limité des investisseurs / promoteurs privés et des organismes publics, ont conduit à la création de vingt et un « centres de ski », de faible importance dans les espaces montagnards grecs. Les notions « centres de ski » (2) (Grèce) et « stations de sports d'hiver » (3) (Alpes), contiennent une double signification qui résulte:

- de différences substantielles, relatives au cadre idéologique – récréatif, spatial et économique appliqué.
- de la mise au point d'une politique de planification touristique des espaces montagnards, basée sur l'adoption d'un ou plusieurs modèles de stations de sports d'hiver.

La présente étude se décompose en trois parties. La première partie traite de l'approche globale du tourisme international de sports d'hiver, de l'analyse des facteurs de son développement, ainsi que des motivations de sa clientèle potentielle. La deuxième partie concerne l'analyse des stations des sports d'hiver et plus précisément les quatre générations de stations, qui ont été développées dans les Alpes. La troisième partie examine le tourisme de sports d'hiver en Grèce, à l'aide d'une étude comparative du type des stations de sports d'hiver grecques, avec les modèles de quatre générations des stations de sports d'hiver, mises en place dans les pays alpins.

Bien évidemment, de cette approche globale du tourisme des sports d'hiver et de l'étude comparative entre Grèce et pays alpins, ressort la nécessité de mettre au point une politique de planification touristique des espaces montagnards grecs. L'adoption et la mise en place de modèles de stations de sports d'hiver propices aux spécificités et aux particularités des milieux montagnards grecs - environnement économique, social, culturel, technologique et écologique – devraient faire partie intégrante d'une politique de développement et d'aménagement touristique des montagnes grecques.

2. Tourisme, montagnes et système socio-économique

Étant donné la multitude des facteurs restrictifs (« montagne et tourisme », « stéréotypes », « lieux d'accueil des touristes potentiels », etc.), les études relatives aux montagnes concernent particulièrement celles de l'Europe centrale, qui sont considérées comme des subsistants essentiels de la civilisation européenne et des espaces de développement économique et social (Debarbieux, 1995: 7-38). Par contre, les références au reste du monde sont limitées ou inexistantes. Cette constatation résulte d'un certain nombre de facteurs, tels que:

- Les types d'images bien précis, attribués aux montagnes d'importance locale, nationale et internationale correspondent aux stéréotypes ethnologiques / anthropologiques de beaucoup de pays. Les typologies d'images reflètent souvent les pratiques des populations hétérogènes installées en milieu montagnard (Bozonnet, 1992).
- Les pôles économiques et sociaux que représentent les sources principales des flux touristiques, sont peu nombreux au niveau international et constituent par excellence des dynamiques opérationnelles à propos de la création des activités touristiques et récréatives.
- Le tourisme, en tant que forme de hiérarchie sociale, représente une activité conforme à la structure sociale et au type de civilisation des pays occidentaux.
- Les déplacements des habitants des pays développés concernant les activités sportives – récréatives en milieu montagnard présentent une évolution continue. En même temps, ils sont caractérisés par une « ouverture spatiale » de ces activités, presque dans l'ensemble des plus importantes montagnes du monde (Broggio, 1992: 25-39).
- Un grand nombre d'espaces montagnards, dans le cadre des déplacements et des activités touristiques, a été intégré dans un système commun de valeurs, structuré et hiérarchisé selon un système économique de type occidental.
- Les conséquences de la colonisation européenne des montagnes, ainsi que l'adoption de formes de consommation de type occidental, ont influencé les populations montagnardes, de sorte qu'elles semblent avoir accepté les conceptions et types du tourisme, malgré les différences culturelles signalées entre touristes et locaux (Barberis, 1992: 65-76).
- Il apparaît que dans les habitudes des couches de populations à haut revenu est venu s'ajouter le tourisme de sports d'hiver de type occidental pratiqué à des unités spatiales tout à fait différentes (au niveau économique, social et culturel) de celles qui ont permis l'apparition et le développement de cette forme de tourisme deux siècles auparavant en Europe centrale (Pérés, 1986: 93-118).

Les facteurs mentionnés ci-dessus mènent à la constatation que l'adoption et la mise en œuvre de modèles de sports d'hiver de type occidental ont été acceptées par

presque tous les pays disposant d'une offre adéquate, même si les sous-systèmes - « espaces montagnards », « structures sociales, économiques, culturelles » - ont été très différents et spatialement très éloignés les uns des autres.

2.1. Motivations, déplacements et activités touristiques en milieu montagnard

Dans un cadre analytique des activités touristiques en milieu montagnard, il paraît assez simple et en même temps très restrictif de considérer les montagnes en tant que sources considérables de création de motivations chez les individus, en vue de déplacement. On sait fort bien que les motivations touristiques ne sont ni claires ni invariables. Historiquement et culturellement, elles se sont caractérisées par une certaine relativité (Py, 1996; Tsartas, 1996). L'attrait du paysage montagnard n'a pas été considéré dans toutes les circonstances comme un motif de déplacement touristique et un acte de mise en fonction de la consommation touristique, puisqu'il ne constitue pas aujourd'hui la motivation principale du départ en vacances. Il est à noter que les motivations des touristes pour se déplacer ne se limitent pas seulement à l'attrait du paysage montagnard (Holden, 1997; Hudson, 2004). Les motivations des touristes potentiels qui jouent un rôle important dans la naissance, l'évolution et le développement du tourisme montagnard, font souvent ressortir des aspirations intérieures et profondes qui cherchent à se satisfaire dans le milieu montagnard. Ces recherches et aspirations intérieures sont très liées à l'ensemble des images que l'on se forme des montagnes et de leurs caractéristiques géomorphologiques (Cazes, 1992: 76-101). Certaines des recherches et des images façonnées semblent avoir un caractère communément accepté, de nature anthropologique et même sociale et politique.

2.1.1. Les bases anthropologiques des motivations touristiques

Certaines des images que se forment les individus sur les espaces montagnards sont considérées comme de nature purement anthropologique et interprètent dans une large mesure les motivations touristiques. C'est en effet l'ensemble des éléments qui composent le milieu montagnard, parfois « attractifs, merveilleux, sacrés » et parfois « hostiles, répulsifs, effrayants » reflétant en même temps la puissance et la

dynamique des montagnes dans la formation d'un système d'images caractérisé souvent comme exceptionnel (Debarbieux, 1995: 11).

2.1.2. Les activités en milieu montagnard

Les activités en milieu montagnard doivent en partie leur existence au caractère sacré des montagnes dans les cosmogonies traditionnelles et à l'assurance d'une communication verticale entre le monde terrestre et le ciel. Dans cette dimension spatio-temporelle, l'homme revêt un rôle primordial et fait des montagnes un facteur essentiel des sociétés traditionnelles (Varvaressos & Soteriades, 2003: 19-21).

2.1.3. L'image touristique des montagnes

Les images qui accompagnent et en même temps caractérisent les activités touristiques en milieu montagnard essaient de combiner les éléments du paysage naturel où se pratiquent les activités sportives et récréatives avec le milieu économique, social et culturel, dans lequel fonctionne le sous-système « tourisme » (Cazes, 1992; Zimmermann, 1995).

2.2. L'environnement naturel et le tourisme de montagne

La conception élargie du paysage naturel des montagnes joue un rôle prépondérant dans la formation des motivations touristiques contemporaines. Elle a fait son apparition en Europe pendant le XVIIIème siècle, sous les formes suivantes:

- a) Le paysage montagnard en tant que partie d'une nouvelle esthétique (paysage alpin): l'émergence et l'affirmation d'une nouvelle esthétique paysagère, ainsi que le degré élevé de satisfaction que les espaces montagnards offrent aux visiteurs, contribuent à la formation de nouveaux types de motivations, synonymes de la découverte, de la beauté et de l'intelligibilité du paysage, ainsi que de la compréhension des interrogations et des recherches profondes des individus (Chabert, 1993: 51-64; Freshi, 1993: 31-49).
- b) Le paysage naturel: La notion du paysage « vierge » ou de « wildness » joue un rôle de plus en plus important dans la formation de l'image des espaces montagnards. En effet, les notions « paysage vierge » ou « wildness » utilisées soit en Amérique du Nord, soit en Australie ou en Europe centrale revêtent

une dimension surnaturelle et mystique, identique à celle de la création (Komilis, 2001: 108-114). Dans ce cadre, la sauvegarde du paysage naturel des montagnes fait partie bien évidemment d'une politique d'environnement qui doit être prise en considération dans les projets de planification et de création d'activités sportives et récréatives en milieu montagnard (Inskeep, 1997: 7-8 ; Hudson, 2004).

2.3. Les sociétés montagnardes d'accueil touristique

Il existe deux stéréotypes par rapport aux modes de vie des populations des régions montagnardes de l'Europe centrale. Le premier stéréotype s'est formé durant la période qui va jusqu'au milieu du XIX^{ème} siècle. Selon ce stéréotype, les populations montagnardes paraissent être dotées de vertus, mœurs et coutumes, influencées profondément par l'environnement lui-même et leur éloignement des modes de vie urbain. Le deuxième stéréotype concerne la période qui part du milieu du XIX^{ème} siècle. Il est opposé au premier et donne une image de populations montagneuses frustrées et archaïques, incapables d'initiatives et imperméables au progrès. Bien évidemment ce stéréotype caractérise les populations montagnardes, vis-à-vis des visiteurs potentiels, comme mauvais ou médiocres gestionnaires des services d'accueil, volontairement affublés de tous les maux de l'archaïsme économique et social. Ainsi, dès le milieu du XIX^{ème} siècle, pour les pays alpins, coexistent deux stéréotypes différents caractérisant les populations montagnardes: « le bon sauvage » d'un côté et le « crétin des Alpes » de l'autre (Debarbieux, 1995: 18). La formation de ces deux stéréotypes a résulté de la structure géomorphologique des Alpes, ainsi que du développement socio-économique et culturel des populations montagnardes et, plus précisément, des facteurs suivants (Knafou, 1994: 59-75):

- faibles revenus des populations montagnardes ;
- autarcie de l'ensemble des procédures productives ;
- égalitarisme social ;
- sens élevé du « volontariat » caractérisant « rapports sociaux » et « procédure productive ».

Les « stéréotypes » et les « images » ont formé les flux touristiques - principaux et secondaires - vers les montagnes, quand les motivations principales des visiteurs ont été « le dépaysement social » et « la recherche de la tradition et de l'authenticité ».

Le développement du tourisme de montagne, au niveau international, a contribué à améliorer les conditions de vie des populations montagnardes, économiquement et socialement. Cependant ces changements ont fonctionné souvent de façon fort restrictive sur la satisfaction des besoins du « dépaysement social » et de la « recherche de la tradition et de l'authenticité » des touristes potentiels et ont conduit à la naissance de flux touristiques secondaires vers d'autres régions du monde, moins développées, comme l'Himalaya, les Andes, etc. Il est à noter que les populations montagnardes compensent souvent les faiblesses du milieu montagnard, très influencées par le nombre des visiteurs et le type du tourisme (Inskeep, 1997: 171-173). En fait, les motivations touristiques résident en partie dans la capacité d'évocation du paysage montagnard, dans la richesse et la vigueur des images associées à cet environnement, ainsi que dans les désirs et dans les besoins des populations montagnardes (La Tribune de l'Expansion, 1991). De plus, il faut mentionner l'importance du taux de différenciation des types d'aménagement touristique des espaces montagnards (Bienvenu & Lamothe, 1983; Dupont, 1986).

2.4. La pratique du ski, phénomène de diffusion sociale

La pratique sportive du ski, au début du XIXème siècle, dans les montagnes de l'Europe centrale, a enrichi et en même temps différencié les types de séjours déjà pratiqués en espaces montagnards (cure d'air, santé, climatisme, thermalisme), en soulignant de cette façon l'émergence de conceptions nouvelles en ce qui concerne la nature et la géomorphologie des montagnes (alpinisme, escalade, spéléologie) (Zimmermann, 1995; Duhamel & Sacareau, 1998: 49-50). Les pratiques sportives en milieu montagnard représentent « l'idée d'accomplissement de soi dans un affrontement grandiose avec la montagne et les lois de la nature » (Debarbieux, 1995: 20), liées bien évidemment à la modernité occidentale et au statut individuel.

Dans ce cadre spatio-temporel et idéologique fait son apparition dans les pays alpins, durant l'année 1950, la pratique sportive du ski de piste et, dans les années 60, la pratique du ski de fond. Des années 70 date la pratique des sports aériens (deltaplane,

parapente) et des années 80 la pratique des sports aquatiques (rafting et canyoning). Toutes ces pratiques sportives en milieu montagnard arrivent à influencer sensiblement la conception des modèles de développement touristique des montagnes, à faire naître de nouvelles motivations touristiques chez les individus et à faire apparaître de nouveaux aspects à propos des montagnes et des populations d'accueil (Knafou, 1994: 47-53). La pratique sportive du ski a d'abord été la résultante d'un certain nombre de motivations paysagères et naturalistes, puis sportives et de loisirs, représentant la principale raison de fréquentation touristique de la montagne (Jamet, 1989: 26-28). Zimmermann (1995) fait remarquer que les espaces alpins ont adapté leur offre aux nouvelles données, en développant de nouveaux produits, tels que : attractions touristiques, tourisme sportif, tourisme de santé et d'aventure.

Dès le début du XXème siècle, les idées d'accomplissement de soi et de la recherche de distinction sociale ont énormément motivé aussi les pratiques de loisirs des classes dominantes / dirigeantes. Dans le cadre idéologique et socio-économique, la pratique de loisirs en milieu montagnard occupe une place considérable au sein de l'élite européenne. Ainsi, le flux des aristocrates anglais vers les régions alpines, initiateurs d'un certain type de voyage dans ce milieu montagnard (Chamonix, Grindelwald, Lauterbrunnen), a cédé par la suite la place à des groupes de visiteurs beaucoup plus nombreux, de nationalité française, allemande et italienne, provenant d'habitude d'un milieu intellectuel, caractérisé urbain (Chamonix, Cauterets). La formation des flux touristiques vers les Alpes et le besoin de distinction sociale (aristocrates, rentiers) ont conduit à des tentatives d'imitation sociale (Veblen, 1970). La pratique sportive du ski, en même temps que la reconnaissance des espaces montagnards comme lieux touristiques, a marqué une diffusion plutôt médiocre parmi les classes moyennes, en tant que fait de démocratisation et d'imitation par la suite, même si elle a été très encouragée par les pouvoirs publics. À part les pays scandinaves, où il y avait un faible rapport entre le tourisme et la pratique du ski (conditions climatiques), un nouveau concept concernant le ski s'est développé à travers un axe intelligible Nord - Sud, qui commence dans les pays nordiques, traverse les pays de l'Europe centrale et aboutit aux pays du sud (Grèce et Espagne). La pratique sportive du ski, dans ces premiers pas, a été adoptée par deux types de touristes bien distincts:

- a) Les touristes appartenant à des classes sociales de haut revenu, qui sont caractérisés par le taux élevé de départ pour des destinations touristiques

d'élite, de nature estivale; et le haut niveau d'attraction concernant les pratiques des loisirs en milieu montagnard.

- b) Les habitants des centres urbains qui voient dans le ski une sorte de loisirs, pratiqués en hiver et par excellence durant les week-ends.

Les procédures de « démocratisation » de la pratique du ski ont été adoptées par plusieurs pays de l'Europe centrale pendant la deuxième moitié du XXème siècle (par exemple, France 1945-1975). Aujourd'hui, selon le cadre idéologique et socio-économique existant, il semble que la pratique de ce loisir soit caractérisée par un état d'uniformisation dû à l'imitation, où les valeurs de post-modernité (recherche d'identité, individualisme et narcissisme) s'imposent aux individus (Varvaressos, 2000: 235-237). Pourtant l'effet d'imitation contribue nettement, même aujourd'hui, à la multiplication des skieurs potentiels et, par conséquence, à la démocratisation plus poussée de la pratique sportive du ski en milieu montagnard.

2.5. Le cadre de développement des pratiques de loisirs en montagne

L'évolution de la demande de biens et services touristiques dans les régions montagnardes a été influencée de façon dynamique par des changements socioculturels survenus vers la fin du XXème siècle. C'est ainsi que les séjours de loisirs ont été très dépendants d'un certain nombre de facteurs, tels que (Sue, 1983: 27-54):

- la qualité des services d'accueil, assurés par les populations locales ;
- l'authenticité de l'environnement naturel et humain ;
- la qualité du paysage naturel.

Ces facteurs, relatifs à l'accroissement de la demande de loisirs en espaces montagnards, résultent:

- de l'affaiblissement du mythe de l'évolution technologique et des programmes de développement social ;
- du haut degré d'insatisfaction procuré par la vie quotidienne dans les agglomérations urbaines ; et
- de la recherche de refuge dans des valeurs traditionnelles.

Par conséquent, le développement touristique des régions montagnardes a résulté du rapport établi entre les attentes socioculturelles et les pratiques des loisirs, ainsi que de l'espace humain et naturel, ayant comme objectif la satisfaction des touristes potentiels. Bien évidemment, les besoins et le niveau de satisfaction des touristes potentiels varient selon leur culture et leur nationalité, dans la mesure où la mode, les identités nationales et les rapports anthropologiques qui lient les hommes et les montagnes ne se caractérisent pas par le même cadre spatial et temporel. C'est ainsi que les types et l'intensité des flux touristiques vers les espaces montagnards marquent de fortes fluctuations de nature inter – intra périphérique, très influencées par des éléments anthropologiques et culturels (Varvaressos & Soteriades, 2003: 13-14). La localisation des montagnes à l'échelle mondiale n'a pas été liée à la répartition des flux touristiques internationaux, en raison de la distance qui sépare les espaces montagnards des centres urbains, d'où proviennent essentiellement les touristes. L'accroissement des flux touristiques vers les montagnes a résulté de la démocratisation de la pratique sportive du ski, et plus précisément de sa diffusion dans les classes moyennes de la population caractérisées par de faibles taux de mobilité. L'accroissement de la mobilité des individus, dû à la multiplication des moyens de transports individuels (automobile), ainsi que l'augmentation du nombre des vacances de courte durée (week-ends et ponts), ont contribué à créer d'importants flux touristiques supplémentaires, de courte durée de séjours, vers les montagnes (Varvaressos, 1999: 37-38). Il apparaît donc que les facilités d'accès, représentant un facteur primordial d'aménagement des stations de sports d'hiver, sont en étroite relation avec le cadre socio-économique et idéologique existant (Carraud & Servoin, 2001: 45-84). L'intensité des flux touristiques reflète le taux de satisfaction de séjour, même s'il s'agit de facteurs relatifs de base et concernant l'aménagement des stations de sports d'hiver (Sabourin, 1998: 26-29).

Les Alpes représentent la montagne la plus fréquentée à l'échelle mondiale, avec un grand nombre de nuitées qui dépassent les 100 millions par an. Au Japon les stations de sports d'hiver se trouvent dans la province de Nagano, à distance égale des centres urbains de Tokyo et Osaka. Au Canada, les stations de sports d'hiver les plus fréquentées sont situées au Québec, non loin des grands centres urbains du pays (Archambault & Audet, 1997). Aux Etats-Unis, la majorité des stations de sports d'hiver se trouvent en Nouvelle Angleterre et plus précisément dans les Appalaches et le Wisconsin, régions rurales de cultures bien différentes à celles des touristes. En

Grèce, le centre des sports d'hiver du Parnasse est situé à une faible distance de l'agglomération urbaine d'Athènes et accueille des flux touristiques de moyenne et faible intensité, pour des séjours de courte durée (week-ends). Le taux d'intensité des flux touristiques concernant la pratique de sports d'hiver varie essentiellement de région en région, en raison de leur fort degré de dépendance de caractéristiques et de spécificités géomorphologiques, socio-économiques et culturelles des montagnes au niveau international, national et régional, ainsi que de leur prise en considération ou non dans les plans d'aménagement (Pearce, 1993: 47-52). Dans ce cadre, le taux de pratique sportive – récréative du ski s'élève à 40% pour les Suisses et les Autrichiens, à 15% pour les Canadiens, à 12% pour les Français, à 6% pour les Américains et à 2% pour les Britanniques et les Espagnols. En Grèce, le taux de pratique du ski ne dépasse pas 1%. Le taux de départ aux sports d'hiver est aujourd'hui très influencé par un grand nombre de facteurs démographiques, socio-économiques et climatiques, comme le faible taux de naissances dans les pays européens, la crise économique et les changements climatiques avec des hivers doux, qui poussent souvent le tourisme de « neige » à la phase de maturité du cycle de vie du produit. En fait, le tourisme de montagne, très lié à la pratique sportive et récréative du ski se présente, par rapport au tourisme estival / héliocentrique, plutôt intraverti qu'extraverti (Giotart, 1993: 140-147).

3. Les stations de sports d'hiver : le cadre d'aménagement

L'aménagement des stations de sports d'hiver a résulté d'un cadre idéologique, sociologique et spatial, selon lequel les demandes d'ordre social des individus étaient satisfaites à travers la pratique du ski (Morucci, 1993: 10-17). L'aménagement spatial des stations de sports d'hiver a été réalisé par un nombre de générations / modèles de stations, étroitement liés à la nature et aux spécificités de la pratique du ski. Cependant les différentes générations des stations de sports d'hiver et leur répartition spatiale ont présenté au fil du temps, des changements profonds, relatifs aux changements survenus dans les besoins de skieurs. C'est ainsi que l'adoption d'un modèle / génération de station de sports d'hiver, à part les facteurs classiques de type socio-économique, a tenu également compte d'un faisceau de facteurs de nature

géologique, climatique et sportive, comme la quantité, la qualité et la période de neige, le fonctionnement des différentes pistes de ski, l'amélioration du taux moyen de technique des skieurs, etc. (Rudaz, 2002: 101-107). Les conditions géomorphologiques et climatiques, très différentes selon les régions montagnardes, ont joué un rôle important dans le choix des plans d'aménagement et des modèles de stations de sports d'hiver (Barjolle, 1990: 3-9; Barberis, 1992: 65-76). Dans ce cadre esquissé de type géomorphologique – climatique, aux Etats-Unis, et plus précisément au Colorado, le climat continental et peu humide oblige les grandes stations de sports d'hiver à être situées à des altitudes très hautes (2.400 m à Aspen, 2.460 m à Vail). Dans le département de Washington, dans les montagnes des Cascades, le climat océanique, qui enregistre des taux élevés d'humidité, a permis aux grandes stations de sports d'hiver d'être installées à des altitudes moins hautes (en moyenne entre 1.000 à 1.300 m) par rapport à celles du Colorado. En Grèce, l'altitude moyenne avoisine 1.600 m. Les stations de sports d'hiver de Kitzbühel (Tyrol autrichien) et de Garmisch (Bavière) sont installées à une altitude de 730 m, sans avoir pourtant de sérieux problèmes de neige, grâce au climat continental de cette partie des Alpes (Pechlaner & Tschurtschenthaler, 2003). Ces exemples de stations de sports d'hiver, aux traits différents, démontrent de façon assez claire qu'il n'existe pas de conditions géomorphologiques et climatiques idéales concernant le choix spatial et le fonctionnement d'une station. En effet, l'attente des conditions idéales résulte des envies et des besoins des touristes potentiels.

Les stations de sports d'hiver, en tant que composantes essentielles des plans d'aménagement socio-économique et spatial des montagnes, très liées aux loisirs et aux sports, ont enregistré des taux de croissance fort élevés durant le XXème siècle (Duhamel & Sacareau, 1998). En France, les stations de sports d'hiver, de 154 qu'elles étaient en 1936 ont atteint les 225 en 1956, pour dépasser les 400 en 2000. En Amérique du nord, fonctionnent plus de 700 stations de sports d'hiver, au Japon environ 200, en Norvège 400 et en Grèce 21. Ces stations ont été installées dans des espaces montagnards de caractéristiques géomorphologiques et climatiques différentes, qui ont contribué à la création de types de stations répondant plus ou moins aux attentes des skieurs potentiels. Dans le cas où les espaces montagnards ont réussi à satisfaire un certain nombre d'attentes, on a remarqué un accroissement des stations de sports d'hiver: ainsi, dans la Vallée de la Tarentaise, dans les Alpes

françaises. 42% des recettes des sociétés de gestion de remontées mécaniques ont été enregistrées dans cette région montagnarde.

Les plus importantes des stations de sports d'hiver ont été créées durant la période 1961-1972 : Arcs, La Plagne, Ménuires, Val Thorens, Tignes, etc. (France), Anzère en Valais (Suisse), Pila en Val d'Aoste (Italie), Borovets (Bulgarie), etc. En Grèce, le fonctionnement de la station du mont Parnasse, caractérisée comme la plus importante du pays, date de 1975. Les aménagements des stations de sports d'hiver en espaces montagnards présentent des différences essentielles, par rapport aux aménagements, de type linéaire, des vastes zones côtières destinées aux équipements des stations balnéaires. En fait, les caractéristiques géomorphologiques et climatiques, ainsi que les espaces limités, propices à l'aménagement des montagnes, définissent de façon bien précise les modèles de développement touristique mis en œuvre (Gaido, 1998: 29-37; Deslarzes, 2003: 171-185).

3.1. *L'organisation des stations de sports d'hiver*

3.1.1. Les hébergements touristiques

La création d'hébergements touristiques a été le premier stade de la procédure d'équipement des stations de sports d'hiver dans les régions alpines, durant les deux derniers siècles. L'offre d'hébergements et de services complémentaires a été en grande partie assurée de manière 'spontanée / non planifiée' par les populations locales (Les Echos, 1990). L'accroissement des flux touristiques, ainsi que l'allongement de la durée de séjour des visiteurs, ont conduit à une première phase de commercialisation des hébergements touristiques. Dès les années 50, de nouveaux types d'hébergements ont été construits dans les régions montagnardes d'accueil touristique, contribuant ainsi à la démocratisation de la pratique sportive du ski (hôtels, hébergements de tourisme social, résidences secondaires, clubs de vacances). A partir des années 70, d'autres types d'hébergement se sont ajoutés aux précédents (time-sharing / multipropriété, appartements à louer) différenciés pourtant de milieu montagnard, résultant des besoins contemporains et des attentes des touristes – consommateurs, ainsi que du niveau culturel des populations locales, de l'envergure des initiatives locales et de la politique touristique du pays (Les Echos, 1991). La répartition spatiale des établissements d'hébergement reflète sûrement la répartition spatiale des flux touristiques en milieu montagnard, selon l'importance et les modèles

/ générations des stations de sports d'hiver. Les plus importantes se trouvent installées à Aspen (Colorado), Heavenly Valley (Californie) aux Etats-Unis, Chamonix, La Plagne, Megève, Courchevel, Les Arcs, Tignes, L'Alpe d'Huez, Serre Chevalier dans les Alpes françaises; Davos, Verbier, Zermatt, Saint-Moritz dans les Alpes suisses; Saalbach, Sölden, San Anton, Kitzbühel dans les Alpes autrichiennes. L'augmentation du nombre des hébergements touristiques a également résulté d'une politique de 'banalisation' du produit montagnard, surtout dans les Alpes françaises, ainsi que de l'application de différents modèles de développement touristique des régions montagnardes alpines (France, Suisse, Autriche et Allemagne). C'est ainsi que, tandis que dans le Tyrol autrichien sont enregistrées 114 nuitées environ annuellement par lit, en Savoie française les nuitées par an ne dépassent pas 48, ce qui montre un faible taux d'occupation des hébergements.

3.1.2. *L'équipement mécanique*

L'installation de téléphériques date du tout début du XXème siècle et elle s'est effectuée en même temps en France, en Suisse, en Espagne et aux Etats-Unis. Les téléskis font leur apparition en 1932, les télésièges en 1937, les télécabines en 1950, le funiculaire en 1980, contribuant ainsi à la diversification de la gamme des remontées mécaniques et en même temps à l'amélioration des services offerts (AFIT, 1994). Cette évolution s'est accompagnée de l'explosion de la pratique du ski durant la seconde moitié du XXème siècle (Duhamel & Sacareau, 1998). Aujourd'hui, la France possède plus de 4.000 remontées mécaniques, dont plus de 3.000 dans les Alpes et 1.000 dans les autres massifs, ce qui la place au premier rang mondial. L'Autriche en compte autour de 3.500, l'Italie un peu moins, la Suisse environ 1.700 et les Etats-Unis en ont plus de 3.200.

Par conséquent, la pratique sportive du ski, en tant qu'expression moderne de loisirs, a besoin de lourds investissements, puisque le développement du tourisme de ski a été le résultat de la collaboration de trois partenaires / acteurs, souvent opposés entre eux, les populations locales, les promoteurs / investisseurs privés et les services publics. La contribution de chacun d'eux au développement touristique des montagnes est considérée de grande importance, surtout quand il s'agit de plans d'aménagement, et du choix / mise en œuvre de modèles des stations de sports d'hiver.

3.2. *Les quatre générations de stations de sports d'hiver*

C'est dans les Alpes, dès la fin du XIX^{ème} siècle, qu'ont été créées et qu'ont fonctionné les plus importantes des stations de sports d'hiver. Ce fut le résultat d'une distinction sociale recherchée de la part des visiteurs, mais surtout d'un cadre culturel, idéologique et socio-économique posé par les populations d'accueil, ainsi que des particularités géomorphologiques et climatiques des espaces montagnards. L'aménagement et l'organisation des stations de sports d'hiver ont conduit à la formation de deux groupes de stations bien distingués entre eux, propres aux phases évolutives signalées (Tinard, 1992: 471-500).

Le premier groupe concerne les stations de sports d'hiver situées dans des espaces montagnards de caractère agro-pastoral. Le deuxième groupe représente les stations de sports d'hiver considérées comme de haut niveau d'aménagement. En effet, le deuxième groupe a pris en compte très sérieusement dans le domaine d'aménagement / planification les besoins profonds et les attentes et motivations des touristes, les politiques touristiques au niveau central et local (démocratisation), ainsi que les attentes des investisseurs privés (rentabilité) (Varvaressos & Soteriades, 2004: 28). La satisfaction d'un nombre de conditions de base, concernant le haut niveau de planification des stations du deuxième groupe, a conduit à la création des installations 'ex-nihilo'. Les critères d'aménagement de ces stations ont été conçus en rapport avec un certain nombre de facteurs relatifs aux objectifs de la politique de développement économique au niveau régional et local, ainsi qu'aux demandes des investisseurs privés concernant la communication, les infrastructures, l'altitude convenable des stations - altitude, longueur et diversité des pistes, enneigement satisfaisant, etc. (Duhamel & Sacareau, 1998; Cazes et al, 1993)

Les stations de sports d'hiver ont présenté une démarche évolutive durant le siècle dernier et se distinguent en quatre générations / modèles: A, B, C et D (Tableau 1) (Tinard, 1992: 471-500; Giotart, 1993: 140-147; Varvaressos & Soteriades 2004: 22-39).

Tableau 1

Les quatre générations des stations de sports d'hiver

Génération de stations	Période	Caractéristiques
Première génération	1870-1930	<ul style="list-style-type: none"> • Valorisation des bourgs et des villages traditionnels • Multi fonctionnement: multipolaire, poly nucléaire • Villégiature et récréation • Tourisme d'hiver, tourisme estival • Stations spécialisées (tourisme climatique, de cure, médicinal) • Développement spontané / non planifié
Deuxième génération /Stations intermédiaires	1930-1960	<ul style="list-style-type: none"> • Planification et construction des installations sportives à des altitudes plus élevées / accroissement des domaines skiable, enneigement satisfaisant • Spécialisation : activité sportive du ski • Structure spatiale : multipolaire, polynucléaire
Troisième génération / Stations intégrées Modèle français	1960-1974	<ul style="list-style-type: none"> • Implantation ex-nihilo (de type enclavé) en haute altitude (environ 2.000 m) afin de garantir l'enneigement • Aménagement rationnel en fonction de la pratique du ski alpin. • Planification intégrée de type spatial, urbain, technologique et économique • Maîtrise foncière préalable par expropriation au profit des collectivités locales • Développement planifié et réalisé par un promoteur unique (construction immobilière, remontées mécaniques) • Zonage fonctionnel des espaces de résidence, de circulation et de pratiques

		<ul style="list-style-type: none"> • Parti architectural privilégiant les grands immeubles (constructions démesurées) comportant des appartements et studios vendus en propriété simple ou multipropriété • Haut niveau de spécialisation
Quatrième génération / Stations – villages polyvalents Modèle tyrolien	1975-2000	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtrise de l'aménagement des espaces montagnards • Préservation de l'architecture traditionnelle • Valorisation des paysages esthétiques • Équilibre du milieu naturel et humain • Tourisme durable / activités polyvalentes

3.2.1. *Le modèle de première génération des stations de sports d'hiver (1870-1930)*

Les premières stations de sports d'hiver (Chamonix, Saint-Gervais-les-Bains, Lacaune, etc.) jusqu'en 1910 et avant l'apparition de l'activité sportive du ski, récréative et en même temps touristique, ont été des stations montagnardes célèbres (tourisme thermal / climatique, randonnées été – hiver, alpinisme, etc.) réservées à une classe privilégiée, caractérisées par une fréquentation sporadique, peu nombreuse. C'est surtout l'architecture traditionnelle des anciens villages montagnards de caractère agro-pastoral et l'environnement naturel (paysage) qui ont constitué les pôles de fréquentation touristique et ont formé les premiers milieux montagnards d'accueil touristique, d'habitude de type polyvalent.

L'apparition et le développement de l'activité sportive et récréative du ski, pratiquée à des altitudes plus hautes que la localisation des anciens villages et bourgs des montagnes, ont conduit à l'aménagement de stations de type bipolaire. La distinction spatiale entre les lieux de séjour et les pistes de ski s'est faite presque spontanément, sans aucun plan d'aménagement préalable, à l'exception des champs de ski (Giotart, 1993: 141-142): Saint-Moritz, Davos, Zermatt, Krans Montana et Gstaad en Suisse ; Cortina d'Ampezzo et Courmayeur en Italie ; Chamonix, Chamrousse, Saint-Gervais, le Mont Dore et Luchan en France.

Les stations dites « de la première génération » se caractérisaient par un développement spontané plus ou moins anarchique, au gré de l'initiative privée. Elles

se trouvent à peu près à 1.000 m d'altitude et bénéficient d'un milieu d'accueil ouvert et polyvalent en ce qui concerne leur fonctionnement spatial et temporel (promenade, randonnée, ski, bobsleigh, curling, patinage). En fait, l'aménagement de la station et ses installations se définissent par l'unité spatiale elle-même, des villages ou bourgs montagnards. Cependant, des entraves de type spatial ou fonctionnel caractérisent les stations de première génération:

- L'enneigement insuffisant dû à l'altitude moyenne des installations d'équipement récréatif (tourisme hivernal – estival).
- La faiblesse de séjour des skieurs potentiels près des pistes, en raison de l'éloignement des champs de ski des villages et des bourgs montagnards.
- Le manque de coordination entre les différentes fonctions de la station.
- Le développement spontané / non planifié de ces stations a amené à un état d'exploitation non contrôlé des espaces libres et limités des régions montagnardes.

3.2.2. Le modèle de deuxième génération des stations de sports d'hiver (stations intermédiaires: 1930-1960)

Les facteurs principaux concernant la création des stations de sports d'hiver de deuxième génération étaient la demande croissante pour les sports d'hiver (1930-1939) et la nécessité d'étendre les pistes de ski à des altitudes plus hautes, au-dessus des premières pistes, en assurant ainsi un enneigement suffisant. Les stations de cette génération ont été le résultat des aménagements spatiaux en haute altitude, dans des espaces montagnards vierges et inexploités (Micheletto & Novarina, 2002). Leur conception a été caractérisée souvent « ex-nihilo » et a conduit à la création de nouvelles stations spécialisées, sans mise en œuvre d'une planification spatiale et urbaine satisfaisante (Giotart, 1993: 142-143): Alpes d'Isère, Méribel, Superbagnères et Super Liorant en France ; Cervinia et Sestrières en Italie, etc. Le modèle de deuxième génération est différent des stations traditionnelles de la génération précédente et se caractérise par une spécialisation plus accentuée pour l'activité sportive – récréative du ski, ainsi que par un accroissement considérable des flux touristiques et une utilisation plus rationnelle des espaces montagnards.

Les facteurs qui ont conduit à une différenciation des stations de première génération par rapport à celles de la génération successive ont été:

- le taux de satisfaction des besoins et des attentes des touristes – consommateurs de sports d'hiver ;
- la multiplication des hébergements touristiques en milieu montagnard ;
- les tendances croissantes des villages et bourgs montagnards à élaborer des plans d'urbanisme ; et
- l'implication accrue des organismes privés et publics, chargés de travaux d'aménagement et d'exploitation touristique en montagne.

Les stations de deuxième génération, aménagées avant la deuxième guerre mondiale, présentent certaines faiblesses, telles que la mauvaise organisation, une structure spatiale non planifiée, des tâches administratives mal déterminées, des procédures de financement obscures, etc. En guise de constatations, le modèle de stations intermédiaires:

- se caractérise comme un important consommateur d'espace ;
- il applique partiellement une planification spatiale – urbaine ;
- il dispose d'un équipement par excellence sportif ; et
- il a développé des activités récréatives considérées problématiques, en raison de l'expansion spatiale des stations.

3.2.3. *Le modèle de troisième génération des stations de sport d'hiver (stations intégrées: 1960-1974)*

La nécessité d'enneigement durable a abouti, dans les années 60, à la création de nouvelles stations de sports d'hiver à des altitudes encore plus élevées (1.500 à 2.000 m.). Ces nouvelles stations intégrées des Alpes françaises ont constitué la troisième génération, autrement dit le « modèle français » (Knafou, 1978). Celui-ci a été conçu de façon à répondre parfaitement aux besoins nouveaux tant quantitatifs que qualitatifs des skieurs potentiels, ainsi qu'aux impératifs économiques (rentabilité), commerciaux (ski intégral) et récréatifs d'une planification intégrée de type spatial, urbain, technologique et économique (Knafou, 1994: 100-106; Herbin, 1995). Les stations de cette génération se différencient de celles de deux précédentes sur les points suivants:

- Les plans d'aménagement se caractérisent par une inspiration urbaine (complexes immobiliers, centres commerciaux, parkings).

- Les équipements techniques (téléphériques, télécabines, téléskis, etc.) sont installés souvent à de hautes altitudes (3.000 – 4.000 m.)
- L'isolement de la clientèle du milieu montagnard d'accueil, renvoie aux espaces touristiques de type enclavé (La Plagne, Les Arcs, Isola 2000, Le Corbier en France ; Angères, Aminona en Suisse, Squaw Valley aux États-Unis ; Portigo en Chili ; Sapporo au Japon ; Les Centres au Liban, etc.)

En fait, dans les stations de troisième génération l'investisseur principal invente et fabrique le produit final, qu'il proposera par la suite aux consommateurs. La création des stations intégrées de la montagne alpine, dans le cadre du Plan neige, constitue un exemple d'aménagement touristique planifié par l'Etat français sans équivalent dans le monde (Duhamel & Sacareau, 1998: 94-95). Si ce type d'aménagement est resté essentiellement ponctuel, la multiplication de stations de ski dites « de troisième génération » a contribué à faire des Alpes le haut lieu mondial de la pratique des sports d'hiver. L'objectif du Plan neige était de développer dans les Alpes françaises le tourisme hivernal afin d'y attirer les skieurs étrangers et de créer des emplois afin de ralentir l'exode rural. Dans ce cadre, a été mis en place un nouveau modèle de station de ski, typiquement français: la station intégrée de sports d'hiver.

La doctrine de l'aménagement « à la française » est poussée au bout de sa logique. Dans le contexte économique favorable des années 60, où la neige s'apparente à l'or blanc, l'État, en partenariat avec les départements, décide de fournir un gros effort en matière d'équipement touristique, pour pallier le manque d'initiatives des populations locales appauvries par l'exode rural. Des organismes d'État sont chargés de sélectionner les sites vierges à équiper, de convaincre les collectivités locales de céder leurs terrains, et de démarcher les promoteurs. Une vingtaine de stations sont créées, dont les plus connues sont dans les Alpes : Avoriaz (Chablais), Flaine (Giffres), Tignes, les Arcs, La Plagne, les Menuires, Val Thorens (Tarentaise), Le Corbier (Maurienne), Superdévoluy, Orcières-Merlette, les Orres (Hautes-Alpes, Pra-Loup (Ubaye) et Isola 2000 (Mercantour).

L'organisation spatiale de la station répond à des impératifs fonctionnels: l'urbanisation concentrée permet de limiter les déplacements au sein de la station. Du front de neige exposé au nord, les remontées mécaniques partent en éventail vers le domaine skiable. Cet espace est réservé aux piétons et aux skieurs; les véhicules sont

relégués à l'arrière du front de neige, dans des parkings construits à l'extrémité de la route d'accès à la station, séparant nettement les deux espaces de circulation. Les immeubles munis de balcons exposés au soleil sont souvent reliés par une galerie marchande.

Grâce à cette politique, les Alpes françaises ont comblé le retard pris sur la Suisse et l'Autriche pour offrir le premier domaine skiable d'Europe. De 40 remontées mécaniques en 1945, la France est passée à 1 800 en 1970. Le potentiel d'accueil s'est accru de 30.000 lits par an entre 1970 et 1975. La clientèle étrangère représente désormais près de 40% de la fréquentation hivernale. Désenclavement des secteurs de haute montagne, frein de l'exode rural, élargissement des sources de revenus et créations d'emplois, permanents et saisonniers, sont aussi à mettre à l'actif du Plan neige. Mais en 1977, l'État français renonce à poursuivre cette politique: retournement de conjoncture dans le marché des sports d'hiver, crise de mévente de l'immobilier, problèmes d'enneigement, mais aussi nombreuses critiques adressées à ce type d'aménagement: défiguration des sites, contestation du modèle architectural et urbanistique, trop faible rentabilité économique de stations incapables de retenir la clientèle en été, critique des procédures d'expropriation, sentiment des populations locales d'avoir été spoliées au profit de promoteurs extérieurs à la région. Ce type de stations, appelées souvent «industrie de ski», a beaucoup souffert du mouvement écologique des années 70 et il s'est attiré des critiques négatives sur les points suivants (Tinard, 1992 : 475-476):

- Constructions démesurées à grandes altitudes, au profit d'un enneigement durable.
- Création «ex nihilo» de nouvelles stations en milieux montagnards, très fragiles écologiquement.
- Naissance de noyaux – satellites artificiels (enclaves) dans des espaces montagnards vierges, au profit des investisseurs et des skieurs potentiels.

Cependant, malgré les multiples critiques dont elles ont fait l'objet, les stations de troisième génération, ont consommé beaucoup moins d'espace que celles des générations précédentes, elles ont contribué à la restructuration économique des régions montagnardes et ont aidé à la démocratisation des sports d'hiver (Pearce, 1993: 316-322; Gerbaux, 1994: 30-60).

Créées selon des impératifs avant tout techniques et fonctionnels, les stations intégrées de sports d'hiver, qui privilégient le ski de piste et une montagne alpine faiblement humanisée, ne répondent plus au goût récent de la clientèle pour la nature et les stations à taille humaine. Aujourd'hui, priorité est donnée à la moyenne montagne et à un aménagement global prenant en compte la complémentarité des étages montagnards et des activités économiques (agriculture et tourisme). Une quatrième génération de stations voit le jour sur le modèle de la station-village, avec une meilleure intégration des équipements à l'environnement (exemple: Valmorel en Tarentaise).

3.2.4. Le modèle de quatrième génération des stations de sports d'hiver (stations – villages polyvalentes: 1975-2000)

Les stations de sports d'hiver de quatrième génération ont été considérées comme la solution alternative, de type « durable », aux problèmes posés par le « modèle français » (Knafou, 1994: 96-100; Giotart, 1993: 143-144). Les stations de quatrième génération ont été aménagées à des altitudes moins élevées que celles de la génération précédente. En même temps, leur planification spatiale et urbaine a été dirigée vers la préservation de l'architecture traditionnelle locale, dans le cadre de principes du développement touristique doux et de l'application de la pluriactivité par les sociétés montagnardes d'accueil (Soyer, 1982: 45-50 ; Baily, 2002: 117-120). La vocation de la pratique du ski familial, en liaison avec l'adoption du tourisme vert (Baleseinte, 1986; Davidson, 1992: 154-158), a formé une image d'authenticité, correspondant à un modèle de stations plus soucieux des aspects écologiques et de l'équilibre formé entre la spécialisation touristique et les activités de type durable (Inskip, 1991: 228-233; Slee et al, 1997: 69-87), par exemple Wissler au Canada et Otztalez dans le Tyrol autrichien. Les stations de cette génération, ou autrement dit du « modèle tyrolien », se différencient de celles des générations précédentes par un certain nombre de caractéristiques particulières, telles que:

- La maîtrise de l'aménagement des espaces traditionnels montagnards (environnement rural et urbain).
- La préservation du décor traditionnel alpin, avec des activités polyvalentes agrotouristiques (Carmichael, 1994: 93-106).

- La pratique d'activités complémentaires, à part le ski (saison touristique estivale).
- La promotion des paysages esthétiques (décor paysager autrichien).

Cependant, la structure socio-économique des stations de quatrième génération, l'absence de sources financières satisfaisantes, les pistes de ski insuffisantes et l'extension polynucléaire de l'espace d'accueil ont conduit à la mise en oeuvre de solutions de type intercommunal, concernant les plans de gestion économique et d'aménagement spatial et urbain (Fyall & Garrod, 1997: 51-68). De plus, ces stations ont des problèmes structurels. Elles ont à faire face à des problèmes tels que la productivité faible, la petite taille de l'ensemble des entreprises impliquées, le manque de support substantiel des organismes de tourisme. Il faut créer les conditions nécessaires à une adaptation aux exigences contemporaines du marché (Vayssiere, 2002; Bieger et al, 2004). Il semble que cette adaptation devrait s'appuyer sur l'amélioration des qualifications qui amènerait au développement de capacités et de savoir-faire nouveaux pour les coopératives touristiques, afin de devenir des « sociétés de gestion de destination » flexibles et orientées vers le marché et la demande touristiques (Pechlaner & Tschurtschenthaler, 2003; Hudson et al, 2004: 79-94).

4. Le modèle de développement touristique de la Grèce et la pratique des sports d'hiver

En Grèce les sports d'hiver, même aujourd'hui, se trouvent dans un état embryonnaire, malgré les progrès réalisés au niveau international concernant la conception et le fonctionnement des stations de sports d'hiver (modèles / générations). Côté géomorphologique, le pays est caractérisé semi montagnard et montagnard (75% de la superficie totale). Pourtant, son image touristique, formée durant la période de l'après-guerre, a été basée sur les espaces balnéaires très étendus (15.000 Km) et la multitude des îles (2.000 îles) qui représentent 42% du nombre total des îles de l'Union européenne. C'est ainsi que l'image héliotropique du pays paraît très représentative d'un développement littoral de type linéaire, spontané et non planifié

(Varvaressos, 1999: 19-47; Briassoulis, 2000: 130-142). Les avantages comparatifs du pays, résultant plutôt de facteurs climatiques et géomorphologiques (longueur du littoral, multitude des îles, etc.) ont joué un rôle important dans la synthèse / composition du produit touristique grec, la formation des motifs touristiques et le type de développement touristique (Spilanis, 2000: 149-187). Le type de développement touristique mis en œuvre en Grèce a été le résultat d'une demande internationale de biens et services touristiques très excédentaire, et d'une offre touristique nationale plutôt insuffisante / élémentaire durant la période comprise entre 1950 et 1970. Ce déséquilibre établi entre la demande et l'offre touristique a conduit à la création des premières concentrations touristiques littorales de type linéaire, spontané. Par contre, dans les zones rurales et montagnardes du pays, le tourisme revêt un rôle de faible importance en tant qu'activité socio-économique (Karagiannis, 2000: 101-105).

La prédominance du modèle héliotropique du tourisme de masse durant ces 35 dernières années (de 1970 à 2005) a renforcé l'application d'un modèle de développement touristique de type spontané / non planifié et linéaire du littoral, incorporant des concentrations spatio-temporelles et urbaines (Tsartas, 1998: 13-45). Une différenciation de ce modèle héliotropique / balnéaire, axé sur le tourisme de masse, pourrait se faire à travers une canalisation des flux touristiques nationaux / intérieurs (démocratisation) et internationaux vers les zones rurales et montagnardes (Varvaressos, 1999: 37-39). Dans un cadre très restreint, de type socio-économique, les régions montagnardes n'ont jamais été prises en compte dans les plans de développement nationaux et régionaux, en raison du modèle dominant de développement touristique du pays. Les terres agricoles situées en montagne constituent de petites propriétés à faible productivité, le secteur secondaire enregistre de sérieuses difficultés d'approvisionnement, propres à sa structure et à son fonctionnement, et le secteur tertiaire ne fait pas partir des priorités de développement socio-économique des zones montagnardes. Ainsi, le développement non planifié des régions montagnardes conduit au gaspillage des ressources naturelles et humaines du pays et accentue les déséquilibres existants (Chiotis & Coccossis, 1992; Inskip, 1997).

4.1. *La pratique du ski : le cadre de développement*

La pratique du ski a été inconnue en Grèce pendant les trois quarts du XXème siècle, puisqu'une image de type héliocentrique identifiait le produit touristique du pays et que le tourisme de sports d'hiver, propre aux avantages comparatifs de certains pays, concernait surtout l'Europe centrale et l'Europe du nord (Pérès, 1986: 3-12). La station de sports d'hiver du mont Parnasses, qui est la plus connue du pays, date de 1975, pour le début de ses travaux d'aménagement qui s'achèvent en 1976, année où commence le fonctionnement des installations et de l'équipement des remontées mécaniques de Ftérolaka. En 1981 se termine l'installation des remontées mécaniques et d'équipement annexe à Kélaria, tandis que dans les années 1987-88 a fonctionné le ski lift qui a relié Ftérolaka à Kélaria. L'image dominante touristique du pays, les avantages comparatifs des pays de l'Europe centrale en matière du tourisme de sports d'hiver, l'absence de plans adéquats d'aménagement des zones montagnardes et le cadre général idéologique et socio-économique, représentent des aspects qui aident à expliquer qu'en Grèce la pratique du ski, au moins au début, n'a jamais été le résultat d'un besoin de distinction sociale des classes supérieures. Les motivations des individus, relatives au tourisme de sports d'hiver, avaient plutôt un caractère athlétique et naturaliste. Il va sans dire que sa faible importance au niveau récréatif a été bien signalée en Grèce, en opposition avec les pays alpins.

La confrontation de l'homme avec l'exceptionnel et le grandiose, la recherche du métaphysique et le besoin d'accomplissement de soi ont abouti à l'apparition des premières générations d'alpinistes et par la suite à la création des premiers clubs d'alpinisme. Ces structures, plutôt primaires, de sports d'hiver ont contribué à l'installation des premières remontées mécaniques dans un nombre très restreint d'espaces montagnards du pays, afin de satisfaire de conditions de base, telles que:

- l'altitude et l'enneigement suffisant ;
- l'étendue et la variété des pistes ;
- la localisation et la distance des champs de ski des centres urbains importants ;
- l'existence d'infrastructures et de voies de transport.

Pourtant, il apparaît qu'exception faite des clubs d'alpinisme, la pratique du ski elle-même n'a pas contribué essentiellement à une participation sérieuse des populations

locales, des investisseurs privés et des institutions publiques au développement de sports d'hiver (Tinard, 1992: 485-487). En Grèce, tous ces partenaires de développement touristique, investisseurs du tourisme balnéaire – estival, n'ont pas pu suivre et ensuite assimiler, même avec retard, les types d'aménagement touristique élaborés par les pays alpins, pendant le siècle dernier. L'accroissement du nombre des skieurs, au cours de ces 25 dernières années, a été le fait, d'une part, de la multiplication des domaines skiables du pays et, de l'autre, de la pratique du ski par un nombre de personnes appartenant aux classes moyennes, dans le cadre de la recherche de distinction sociale et de l'expansion du phénomène d'imitation (Guérin, 1984: 80-90). Certaines constatations, citées ci-dessous, résultent des spécificités et des caractéristiques du tourisme de sports d'hiver en Grèce:

- La pratique sportive – récréative du ski présente de grandes faiblesses de démocratisation et constitue aujourd'hui plutôt un privilège des classes supérieures. Par contre, dans les pays de l'Europe centrale, on constate un taux fort élevé de démocratisation de cette activité.
- La pratique du ski représente pour les participants plutôt une activité de nature sportive – récréative à coût élevé.
- La majorité des déplacements de ce type concerne surtout de séjours de courte durée (week-ends et ponts).
- Le ski est pratiqué, dans l'ensemble du pays, plutôt par des personnes jeunes attirées par le caractère sportif de cette activité et beaucoup moins par son côté récréatif. Cette constatation explique aussi partiellement le type d'aménagement mis sur place dans les espaces montagnards grecs.
- La pratique du ski s'adresse surtout à une clientèle nationale / intérieure.

En Grèce, la pratique du ski a contribué à la création de flux touristiques partant des centres urbains vers les milieux montagnards, enregistrant de faibles taux de développement économique. C'est ainsi que le tourisme de sports d'hiver a aidé à renforcer une redistribution intérieure des revenus de la capitale (Athènes) et des autres centres urbains du pays vers les régions montagnardes, où se trouvent installées les stations de sports d'hiver. Il paraît assez difficile d'estimer avec précision les retombées économiques – directes ou indirectes - du tourisme de sports d'hiver, en raison du manque de statistiques et de la faiblesse de la mise en application

d'instruments méthodologiques de mesure au niveau régional et local (Varvaressos, 2000: 249-255). Il faut aussi appréhender les fuites monétaires concernant l'achat d'équipement mécanique de stations (remontées mécaniques, téléskis, téléphériques, etc.), les changements effectués au niveau structurel des sociétés locales, représentant des populations rurales installées en montagne, la revalorisation des terres montagnardes, la spéculation foncière, etc.

La vitesse et la manière selon lesquelles les populations montagnardes d'accueil ont réagi à ces nouvelles opportunités économiques semblent être également influencées par des facteurs sociaux et culturels (Olivier, 1993: 167-180; Karagiannis, 2000: 101-105). Le tourisme de sports d'hiver revêt une conception différente du tourisme balnéaire – estival, quant au degré de démocratisation et à la mise en œuvre de plans d'aménagement (conditions géomorphologiques et climatiques, économiques, sociales, environnementales et culturelles) (Broggio, 1992: 25-39). Après les années 70, la prédominance de deux modèles de développement planifié du tourisme de sports d'hiver (modèle français et modèle tyrolien), en Europe et ailleurs, n'a pas pu faire modifier la réalité grecque qui persiste, même aujourd'hui, sur la notion restreinte de « centre de ski », tant au niveau spatial qu'en type d'aménagement appliqué.

L'étude de deux notions « centre de ski » (2) et « station de sports d'hiver » (3), fait apparaître de manière assez claire non seulement les différences existant dans leurs structures d'aménagement spatial et leur gestion économique, mais aussi le degré de leur infiltration et incorporation dans les économies et les sociétés locales et régionales (Varvaressos & Soteriades 2003: 17-21). Cependant, pour des raisons purement méthodologiques et d'homogénéité, on emploiera dorénavant le terme de « stations de sports d'hiver » au lieu de celui de « centres de ski ». Bien évidemment, cela détermine la prise en compte d'unités spatiales beaucoup plus étendues que celles de domaines skiabiles qui composent en général un centre de ski en Grèce. En effet, le terme explicatif « centre de ski » incorpore les faiblesses spatiales, structurelles et organisatrices caractérisant l'activité sportive – récréative dans l'ensemble du pays.

4.2. Les stations de sports d'hiver en Grèce

Les stations de sports d'hiver représentent des projets impliquant d'importants investissements, tandis que leur réalisation s'étale sur plusieurs années. La décision de lancement de tels projets, à forte intensité de capital, dépend de la rentabilité escomptée par leurs promoteurs, ainsi que de leur habileté à attirer des investisseurs qui en assumeront le financement (Tinard, 1992: 471-473). Les stations de sports d'hiver en Grèce constituent en général des exploitations économiques de lourds frais d'opération, à tel point que les investisseurs privés ne peuvent assumer leur financement. Sans vouloir accroître le pessimisme qui entoure le fonctionnement et la rentabilité des stations de sports d'hiver, il faut tout de même souligner que leur majorité présente des problèmes financiers assez aigus.

Les investisseurs et gestionnaires de stations de sports d'hiver en Grèce ne sont pas des groupes industriels ou des organismes financiers, exploitants individuels, promoteurs immobiliers ou sociétés de gestion comme en France. Ces rôles sont assumés par la Société 'Immobiliers Touristiques Grecs' (I.T.G.), responsable de la privatisation et de la gestion – exploitation de biens fonciers et immobiliers de l'Organisation Nationale Hellénique du Tourisme (O.N.H.T.), le 'Secrétariat Général aux Sports' (S.G.S.), les Clubs d'alpinisme, en collaboration avec le S.G.S., ainsi que les instances locales politiques, économiques et associatives (collectivités locales) (Vasiliades & Masmanides, 2004: 20-25). En Grèce, fonctionnent vingt et une (21) stations de sports d'hiver (voir Tableau 2 et Annexe), qui disposent de 75 remontées mécaniques, comptent une longueur de pistes de 75 Km et peuvent accueillir 75.000 skieurs par heure. Exception faite éventuellement de la station du Mont Parnasse et de celle de Séli, les autres stations de sports d'hiver du pays ne correspondent pas aux normes / standards internationales et subissent les règles interposées par l'évolution de la demande pour les sports d'hiver, d'une clientèle potentielle nationale ou locale.

Tableau 2
Les stations de sports d'hiver en Grèce

Stations / Localisation	Altitude ; pistes de ski (longueur) ; remontées mécaniques (longueur) ; capacité (skieurs / heure)
1. Parnasse (Ftérolaka, Géronovrachos) / Département de Béotie	<ul style="list-style-type: none"> • Kélaria 1.750 m, Ftérolaka 1950 m, Géronovrachos 1.800 m. • 24 pistes (17.300 m) • 17 remontées (11.060 m) • Capacité: 6.000 skieurs
2. Tymfristos (Vélouchi, Diavolotopos) / Département d'Eurytanie	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.800 m • 2 pistes (2.500 m) • 3 remontées (1.510 m) • capacité: 2.500 skieurs
3. Dirfis / Département d'Eubée	<ul style="list-style-type: none"> • 1 remontée
4. Olympe (Olympes, Vrissopoulès) / Département de Larissa	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.800 m • 5 remontées (1.140 m) • capacité: 850 skieurs
5. Pilio (Portaria, Chania) / Département de Magnésie	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.500 m • 3 pistes (2.425 m) • 4 remontées (1.630 m)
6. Pertouli / Département de Trikala	<ul style="list-style-type: none"> • 1 remontée
7. Kissavos / Département de Larissa	<ul style="list-style-type: none"> • 1 remontée
8. Metsovo (Karakoli, Pinde) / Département de Ioannina	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.350 m • 1 piste (1.000 m) • 1 remontée (800 m)
9. Séli (Chrisso Élafi) / Département d'Himathia	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.500 m • 16 pistes (22 Km) • 7 remontées • capacité: 8.000 skieurs
10. Naoussa (Tria – penté Pigadia) / Département d'Himathia	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.420 – 2.005 m • 4 pistes (5.700 m) • 4 remontées (2.700 m) • capacité: 2.000 skieurs
11. Pissodéri / Département de Florina	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.650 m

	<ul style="list-style-type: none"> • 3 pistes (6.000 m) • 3 remontées (2.500 m) • capacité: 6.000 skieurs
12. Vorras (Kaimaktsalan) / Département de Pellas	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 2.480 m • 2 pistes • capacité: 250 skieurs
13. Vitsi (Vérno) / Département de Kastoria	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.680 m • 3 pistes (3.400 m) • 1 remontée • capacité: 9.000 skieurs
14. Vassilitsa (Vassilitsa, Diasselo) / Département de Grévéna	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude : 1.750 m • 2 pistes (2.550 m) • 2 remontées (1.450 m)
15. Falakro / Département de Drama	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.720 m • 1 piste (400 m) • 2 remontées (1.150 m) • capacité: 1.200 skieurs
16. Lailias / Département de Serrès	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.600 m • 3 pistes (4.000 m) • 2 remontées (1.050 m) • capacité: 400 skieurs
17. Pagaio / Département de Kavala	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.750 m • 3 pistes (400 m) • 1 remontée (300 m) • capacité: 250 skieurs
18. Helmos – Kalavryta / Département d'Achaïe	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.650 – 2.100 m • 8 pistes (10.000 m) • 5 remontées (2.600 m) • capacité: 5.000 skieurs
19. Mainalo (Ostrakina) / Département d'Arcadie	<ul style="list-style-type: none"> • Altitude: 1.600 m • 4 pistes (3.580 m) • 3 remontées (2.000 m) • capacité: 700 skieurs
20. Lefka Ori / Département de La Canée	<ul style="list-style-type: none"> • 2 pistes (300 m) • 1 remontée

	<ul style="list-style-type: none"> • capacité: 80 skieurs
21. Antalofos / Département de Xanthe	<ul style="list-style-type: none"> • 1 piste (300 m) • 1 remontée (400 m)

Source: Organisation Nationale Hellénique du Tourisme (O.N.H.T.), 2005

Les stations de sports d'hiver grecques apparaissent bien inférieures, tant au niveau spatial que structurel et fonctionnel, aux stations d'autres pays qui disposent de conditions climatiques et géomorphologiques identiques et de structures socio-économiques similaires. S'agissant du niveau spatial / structurel, n'est pas mentionné le fonctionnement des hébergements touristiques au pied des remontés mécaniques, à part les stations de Séli (2 hôtels) et de Karpenissi (1 auberge). À propos du nombre de skieurs, au premier rang est placée la station de Parnasse qui satisfait les conditions suivantes:

- Courte distance de l'agglomération d'Athènes (200 Km).
- Le département de l'Attique où se trouve la capitale grecque représente environ 50% de la clientèle grecque de sports d'hiver.
- Les hébergements touristiques sont installés dans des bourgs et des villages montagnards ou semi montagnards du mont Parnasse (Arachova, Delphes, Amfiklia, Eptalophos, Agoriani et Livadi).
- Les voies d'accès et les moyens de transports.

D'autres stations de sports d'hiver de moindre importance que celle de Parnasse sont celles de Séli, Chelmos, Naoussa, Pilio, Tirmphristos. Les installations et les équipements dans la plupart des stations sont considérés rudimentaires et insuffisants et destinés à satisfaire les besoins de base relatifs à la pratique du ski, au niveau local (Vasiliades & Masmanides, 2004). Dans le cadre d'une classification des stations de sports d'hiver du pays, il semble plausible de tenir compte d'un groupe de facteurs, tels que le type d'aménagement appliqué, l'étendue de la station, l'équipement mécanique, le gestionnaire, le personnel spécialisé, les caractéristiques géomorphologiques et climatiques du milieu montagnard, les infrastructures, les superstructures touristiques, les installations complémentaires, l'évaluation du site, le nombre des skieurs, le type de clientèle, etc. (Sestier, 1996: 148-163). En retenant ces facteurs / critères, les stations de sports d'hiver grecques pourront être caractérisées

d'importance régionale / locale (Serrès: Lailias ; Pilio: Chania ; Karpénissi: Vélouchi, Kalavryta: Chelmos, etc.) ou nationale (Lévia: Parnasse – Kélaria, Ftérolaka, Géronovrachos ; Véria: Séli ; Naoussa: Tria-penté Pigadia ; Voras: Kaimaktsalan).

4.3. L'étude comparative des stations de sports d'hiver en Grèce et dans les pays alpins

L'étude comparative de quatre générations de stations de sports d'hiver développées dans les pays alpins durant le XXème siècle avec les stations grecques fait apparaître de grandes différences concernant le cadre idéologique – récréatif et spatial – socioéconomique, dans lequel elles sont apparues, se sont développées et ont évolué, les attentes métaphysiques, le paysage décor naturel, l'imaginaire et les traditions, la satisfaction d'un nombre très restreint de personnes (aristocrates et rentiers) qui ont lancé les stations de première génération et ensuite ont créé les stations de deuxième génération (Sonois, 1987).

La Grèce a été privée d'individus appartenant à des classes socioéconomiques similaires, capables de faire fonctionner les premières stations polynucléaires et multipolaires traditionnelles, de type purement récréatif, dans des sites d'altitude de moins de 1.000 m, dotées d'une structure agro-pastorale. En effet, pour des raisons plutôt idéologiques et socioéconomiques, n'ont pas été repérés en Grèce d'anciens villages et bourgs d'architecture traditionnelle et de type récréatif qui auraient pu constituer dans le passé des pôles d'attraction pour les touristes à revenus supérieurs, durant la période estivale (Varvaressos & Soteriades, 2003: 11-12). La multipolarité des sites pourrait se faire avec l'addition / juxtaposition de la pratique du ski pendant la période hivernale. Les stations de deuxième génération ont été le résultat plutôt d'un besoin de satisfaction de la demande croissante pour les sports d'hiver que du cadre idéologique et socio-économique qui entourait la création des stations de première génération. Par conséquent, l'enneigement satisfaisant à des altitudes plus hautes et l'ouverture de pistes de ski dans des sites montagnards vierges ont constitué les caractéristiques principales des stations de deuxième génération, mention faite aussi de leur spécialisation en matière de la pratique sportive du ski.

S'agissant de ce type de stations, il est à noter qu'il n'existe pas de sites montagnards concernés, tant au niveau spatial qu'urbain (Amato, 1998: 40-50). Le cas grec

présente beaucoup de similarités avec les stations de sports d'hiver de la deuxième génération, étant donné le caractère plutôt sportif des stations. A ceci peut s'ajouter l'absence totale d'un plan d'aménagement dotant les villages / bourgs montagnards d'une structure polynucléaire et multipolaire d'une station de deuxième génération. La station de sports d'hiver de Parnasse pourrait constituer un exemple représentatif à cet égard. L'aménagement des champs de neige s'est fait à la suite d'une évaluation des caractéristiques propres au site sélectionné, telles que l'enneigement, l'étendue, la qualité et la variété des pistes (pistes pour débutants, vertes, bleues, rouges et noires) qui constituent des éléments de différenciation dans le cadre d'une concurrence à caractère national. Le séjour et les autres activités récréatives des visiteurs ont été satisfaits dans des villages / bourgs de type agropastoral, qui n'ont jamais été pris en compte dans un plan d'aménagement concernant les stations de type intermédiaire (Giotart, 1993: 142).

Le site lui-même fait partie du mont Parnasse au niveau spatial et structurel et représente plutôt une station de sports d'hiver de deuxième génération de type polynucléaire (Kélaría, Ftérolaka, Géronovrachos) et multipolaire (Arachova, Livadi, Delphes, Eptalophos, Agoriani, Amfiklia). Arachova, qui constitue le bourg le plus important du massif et en même temps le pôle principal d'attraction de Parnasses (séjour et récréation) présente, pendant les quinze dernières années (1990 – 2005) une bipolarité intense, par rapport à Livadi, situé à mi chemin (25 km) entre Arachova et Kelaria, où se trouve installé le funiculaire qui amène les skieurs sur les pistes. C'est ainsi que la plupart des hébergements touristiques sont installés au bourg d'Arachova, tandis que de nouvelles constructions (chalets, appartements, restaurants, cafés, etc.) se réalisent « ex-nihilo » à Livadi de façon spontanée, n'étant pas incorporées à un plan d'aménagement du milieu montagnard de Parnasse qui tiendrait compte de ses spécificités et ses avantages comparatifs (Gill & Williams, 1994: 212-220). Dans le cadre de la mise au point de plans d'aménagement du relief, on pourrait entrevoir la réalisation et le fonctionnement d'autres stations de sports d'hiver « ex-nihilo », de type intégré (troisième génération ou modèle français) ou de type station-village polyvalent (quatrième génération ou modèle tyrolien). Il est à noter que les nouvelles stations spécialisées « ex-nihilo », de troisième ou de quatrième génération, ne correspondent à aucun modèle de stations de sports d'hiver qui a été mise en œuvre en Grèce, durant ces trente dernières années. Le type de stations, plutôt généralisé dans le

pays, correspond davantage aux stations de sports d'hiver de deuxième génération (modèle intermédiaire).

L'étude comparative des stations de sports d'hiver dans les pays alpins et en Grèce fait ressortir deux catégories de facteurs, bien distincts entre eux, qui tentent de définir l'état actuel comme résultat du cadre idéologique – récréatif existant et des impératifs techniques, spatiaux et socio-économiques interposés:

- La diffusion de la pratique sportive – récréative du ski et le développement des quatre générations des stations de sports d'hiver au relief des Alpes a été le résultat de la démocratisation (i), de la pratique du ski (facteurs géomorphologiques – climatiques : Autriche, Suisse, pays scandinaves) et (ii) des vacances (France, Italie, Allemagne, etc.).
- La démocratisation des sports d'hiver a entraîné la mise en activité et la participation d'un faisceau de facteurs dynamiques de nature technologique, spatiale, urbanistique et socio-économique, dans le cadre d'un aménagement planifié des sites montagnards (stations de troisième et quatrième génération) (Varvaressos & Soteriades, 2004).

Le développement unilatéral des stations de sports d'hiver en Grèce pourrait être esquissé par les facteurs mentionnés ci-dessus, dans la mesure où il n'a jamais été adopté ni mis en œuvre de politique de développement touristique des montagnes, incorporée aux plans régionaux, départementaux et nationaux d'aménagement du territoire. La mise en œuvre de nouveaux plans d'aménagement concernant les vingt et une stations de sports d'hiver en Grèce pourrait aboutir à l'adoption d'un modèle adéquat de stations, tenant compte, d'une part, des caractéristiques climatiques, géomorphologiques et socio-économiques des reliefs, et d'autre part, du modèle existant de développement touristique du pays (Milon, 2004: 82-86 ; Franchi et al, 2005: 33-46).

5. Conclusions

Les montagnes, durant le XXème siècle, représentaient pour les habitants des pays développés des destinations touristiques de grande importance. Les pays émetteurs de

touristes ainsi que le type de culture, en tant qu'éléments constitutifs de base du cadre ethnologique et socio-économique de ces pays, ont joué un rôle considérable dans l'évolution de ce phénomène.

Le grand nombre de motivations touristiques et la mise en œuvre de différents plans d'aménagement des sites montagnards ont d'abord conduit à la multiplication des skieurs potentiels, puis à la démocratisation de sports d'hiver. Bien évidemment, la démocratisation de sports d'hiver a été obtenue progressivement / graduellement, avec la diffusion de la pratique sportive – récréative du ski et l'évolution des modèles / générations des stations de sports d'hiver. Les stations intégrées « ex-nihilo » de la troisième génération (modèle français), orientées plutôt vers le caractère sportif – récréatif du ski, sont celles qui ont contribué à une démocratisation plus poussée du tourisme de sports d'hiver et qui ont permis un accroissement spectaculaire du parc des hébergements touristiques, malgré les qualifications négatives de ce type de stations telles que « usines à ski » ou « modèle de tourisme dur ».

Les stations–villages polyvalentes de la quatrième génération (modèle tyrolien), destinées plutôt à la satisfaction des besoins récréatifs – estivaux d'une clientèle potentielle, représentent le type « doux » de développement touristique des milieux montagnards. Même si ces deux modèles de station ont été développés durant la deuxième moitié du XXème siècle dans les Alpes, le développement du tourisme de sports d'hiver en Grèce présente beaucoup de faiblesses, concernant vingt et une (21) stations d'importance plutôt locale / régionale, qui correspondent, quant à leur type d'aménagement, aux stations de la deuxième génération. Dans aucune des stations de sports d'hiver grecques, jusqu'à l'heure actuelle, n'a été entreprise la mise en œuvre de plans d'aménagement des sites montagnards.

Par conséquent, il semble plausible de faire introduire dans les plans d'aménagement touristique de la Grèce, au niveau national, régional et local, des notions systémiques, telles que « tourisme de sports d'hiver », « sites montagnards » et « modèles de stations de sports d'hiver ». Le type de « stations-villages polyvalentes » correspond plutôt aux attentes intercommunales et le type de stations intégrées « ex-nihilo » pourrait contribuer à la démocratisation du tourisme de sports d'hiver. Bien évidemment, cela pourrait se faire dans le cadre d'un aménagement qui tiendrait compte des spécificités des espaces montagnards et qui mettrait en place des institutions et des outils permettant de définir sur le plan national, régional et local les bases d'une politique polyvalente à travers le territoire grec.

Remerciements

Les auteurs tiennent à remercier Mr René BARETJE-KELLER, Président du Centre International de Recherches et d'Etudes Touristiques (CIRET) pour ses suggestions afin d'améliorer l'étude présente. La banque de données du CIRET a été une source abondante de documents scientifiques permettant de valoriser notre travail.

Notes:

1. Héliotropisme, au sens littéral signifie « être attiré par le soleil ». Mot employé pour nommer la mobilité des Occidentaux vers les régions méridionales de leurs pays respectifs ou pour caractériser la venue de Nord-Européens dans les pays du Sud de l'Union, essentiellement le Bassin méditerranéen, de Nord-Américains vers la Floride (snow-birds).
2. Le terme « centre de ski » est caractérisé comme très limitatif et unilatéral, au niveau spatial et fonctionnel. Celui-ci indique / représente le domaine skiable auquel se pratique l'activité sportive du ski, après aménagement spatial (remontées mécaniques, télécabines, etc.) et infrastructures de base (routes, alimentation en énergie et eau, etc.).
3. Le terme « stations de sports d'hiver » paraît beaucoup plus large et complexe que celui du « centre de ski », puisque à part le domaine skiable, le site montagnard contient hébergements touristiques, restaurants, structures d'animation, marchands d'articles de sports, commerçants d'alimentation, buralistes, aires de stationnement, etc. Par conséquent, une « station de sports d'hiver » représente un type d'espace touristique d'habitude polynucléaire. Le terme englobe les effets socio-économiques et environnementaux de l'ensemble d'un milieu montagnard, dus / (entraînés / impliqués par) au développement économique du tourisme de sports d'hiver.

ANNEXE

LES STATIONS DE SPORTS D'HIVER EN GRECE

Localisation des stations de sports d'hiver grecques

1. Parnasse (Fterolaka, Gerodovrachos), Béotie
2. Tymfristos – (Velouchi, Diavolotopos), Eurytanie
3. Dirfis – Eubée
4. Olympe (Olympes, Vrissopoules), Larissa
5. Pilio (Portaria, Chania), Magnésie
6. Pertouli, Trikala
7. Kissavos, Larissa
8. Metsovo (Karakoli, Pinde), Ioannina
9. Seli (Chrisso Elafi, Seli), Himathia
10. Naoussa (Tria – pente Pigadia)
11. Pissoderi, Florina
12. Vorras (Kaimaktsalan), Pellas
13. Vitsi (Vermio), Kastoria
14. Vassilitsa (Diasselo), Grevena
15. Falakro, Drama
16. Lailias, Serres
17. Pagaio, Kavala
18. Helmos – Kalavryta, Achaïe
19. Mainalo (Ostrakina), Arcadie
20. Lefka Ori, La Canée
21. Antalofos, Xanthe

Source: Organisation Nationale Hellénique du Tourisme (O.N.H.T.), 2005

BIBLIOGRAPHIE

- AGENCE FRANÇAISE DE L'INGÉNIERIE TOURISTIQUE (AFIT) (1994), Les remontés mécaniques en France, *Les Dossiers du SEATM*, janvier, Paris, AFIT.
- AMATO G. (1998), *Une politique pour les zones de montagne*, Rapport d'information de la section du développement régional du Comité Économique et Social des Communautés Européennes, Bruxelles.
- ARCHAMBAULT M. et AUDET S. (1997), À la recherche des skieurs alpins: la situation dans les Cantons-de-L'Est, *Revue Téoros*, 16(1), 28-31.
- BAILLY A. (2002), Pour un développement durable des stations de sports d'hiver, *Revue de Géographie Alpine*, 90(4), 117-120.
- BALSEINTE R. (1986), Tourisme et agriculture en montagne. I, l'exemple du Nord Tirol autrichien, *Centre des Hautes Etudes Touristiques, Collection Les Cahiers du Tourisme, Série A, N° 31*, Aix-en-Provence, 51 p.
- BARBERIS C. (1992), La montagne ou les montagnes italiennes, identités et civilisation, *Revue de Géographie Alpine*, 4, 65-76.
- BARETJE R. et LARA A. (1990), Tourisme et hydrôme. Sports d'hiver: essai bibliographique, tome 7, *Centre des Hautes Etudes Touristiques, Collection Essai, Volume 329*, Aix-en-Provence, 48 p.
- BARETJE R. et BOIGEOL N. (1993), Tourisme et hydrôme. Sports d'hiver: essai bibliographique, tome 8, *Centre des Hautes Etudes Touristiques, Collection Essai, Volume 402*, Aix-en-Provence, 54 p.
- BARETJE R. (1995), Tourisme et hydrôme. Sports d'hiver: essai bibliographique, tome 9, *Centre des Hautes Etudes Touristiques, Collection Essai, Volume 456*, Aix-en-Provence, 57 p.
- BARJOLLE D. (1990), La politique de la montagne en Suisse. Quelques enseignements pour la France, *Economie rurale*, 197, 3-9.
- BIEGER T., BERITELLI P. & WEINERT R. (2004) Do cooperation really pay? Contribution based on strategy process theory for the case of small and medium sized ski area companies, in KELLER P. & BIEGER T. (eds), *The future of small and medium sized enterprises in tourism. 54th Congress 2004, Petra, Jordan*. St. Gallen, Publication of the Aiest, Volume 46, 151-162.

- BIENVENU R. et LAMOTHE C. (1983), Aménager une station touristique, *Revue Téoros*, 2 (3), 6-8.
- BOZONNET J. P. (1992), *Des mots et des mythes, l'imaginaire social de la montagne*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, Coll. Montagnes.
- BRIASSOULIS E. (2000) Planification du développement touristique: approches caractéristiques, in TSARTAS P. et al. (éds), *Développement touristique ; approches multidisciplinaires*, Athènes, Exantas, 123-148.
- BROGGIO C. (1992), Les enjeux d'une politique montagne pour l'Europe, *Revue de Géographie Alpine*, 4, 25-39.
- CARMICHAEL B. (1994) *Using conjoint modelling to measure tourist image and analyse ski resort choice*, in JOHNSON P. & THOMAS B. (eds), *Choice and Demand in Tourism* (3rd edition), London, Mansell, 93-106.
- CARRAUD M. et FRANSOIS S. (2001), *Le tourisme de montagne ? L'heure européenne*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- CATER E. (1995), Environmental considerations in sustainable tourism, *Geographical Journal*, 161(1), 21-28.
- CAZES G. (1992), *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Paris, Editions Bréal.
- CAZES G., LANQUAR R., RAYNOUARD Y. (1993), *L'aménagement touristique*, Collection Que sais-je ? Paris, Presses Universitaires de France.
- CHABERT L. (1993), L'aménagement de la montagne suisse, *Revue de Géographie Alpine*, 2, 51-64.
- CHIOTIS G. & COCCOSSIS H. (1992) Tourist Development and Environmental Protection in Greece, in BRIASSOULIS H. and VAN DER STRAETEN, J. (eds), *Tourism and the Environment: Regional, Economic and Policy Issues*, Dordrecht, Kluwer Academic Publishers, 133-145.
- COGNAT B. (1973), *La montagne colonisée*, Paris, Editions du Cerf.
- DAVIDSON R. (1992), *Tourism in Europe*, London, Pitman Publishing, 154-158.
- DEBARBIEUX B. (1990), *Chamonix – Mont Blanc*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, Coll. « Montagnes ».
- DEBARBIEUX B. (1995), *Tourisme et montagne* (2ème édition), Paris, Economica.

- DESLARZES, B. (2003) Verbier, 1930-1960. Le décollage d'une station hivernale, in L. Tissot (sous la direction), *Construction d'une industrie touristique aux 19ème et 20ème siècles. Perspectives internationales*, Neuchatel (Suisse), Editions Alphil, Collection Histoire, 171-185.
- DONOHOE H. (2004) Green snow: sustainability and the ski industry, in *Measuring the tourism experience: when experience rules, what is the metric of success? Travel and Tourism Research Association 35th Annual Conference Proceedings*, June 20-23, 2004, Montréal, Québec, Canada. Travel and Tourism Research Association, Boise ID (U.S.A.), 2 p.
- DUHAMEL P. et SACAREAU I. (1998), *Le tourisme dans le monde*, Paris, Armand Colin.
- DUPONT C. (1986), Petite Rivière-Saint-François: une station de sports d'hiver, *Revue Téoros*, 5(1), 9-12.
- FRANCH M., MARTINI U. & DIVERS (2005), The community model and sustainability in tourist destinations: the case of the Dolomites, *Tourism Review International*, 9(1), 33-46.
- FRESCHI L. (1987), Le Haut – Adige – Tyrol du sud; autonomie et développement, *Cahiers de l'Alpe*, Grenoble.
- FRESCHI L. (1993), La politique d'aménagement de la montagne au Tyrol du sud (Italie) : un modèle d'autodéveloppement ? *Revue de Géographie Alpine*, 2, 31-49.
- FYALL A. & GARROD B. (1997) Sustainable tourism: towards a methodology for implementing the concept, in STABLER M. J. (edr), *Tourism and Sustainability, Principles to Practice*, Oxon, CAB International, 51-68.
- GAIDO L. (1998), Les stations de neige de l'avenir, *Revue de Tourisme (The Tourist Review)*, 2/1998, 29-37.
- GERBAUX F. (1994), *La montagne en politique*, Paris, L'Harmattan.
- GILL A. & WILLIAMS P.W. (1994) Managing growth in mountain tourism communities, *Tourism Management*, 15(3), 212-220.
- GIOTART J.P.L. (1993), *Géographie du tourisme* (4ème édition), Paris, Masson.

- GUERIN J. P. (1984), *L'aménagement de la montagne; politiques, discours et productions d'espaces*, Grenoble, Orphys.
- HARPER P. (1997), The Importance of Community Involvement in Sustainable Tourism Development, in STABLER M. J. (edr), *Tourism and Sustainability: Principles to Practice*, Oxon: CAB International.
- HERBIN J. (sous la direction de) (1993), *Tourisme et environnement*, Paris, La Documentation Française.
- HERBIN J. (1995) Mass tourism and problems of tourism planning in french mountains, in ASHWORTH G.J. and DIETVORST A.G.J. (eds), *Tourism and spatial transformations: implications for policy and planning*, Wallingford, C.A.B. International, 93-105.
- HOLDEN A. (1997) An understanding of skiers motivations, a key to sustainable management in mountainous areas, in BUSHELL R. (edr) *Tourism research: building a better industry. Proceedings from the Australian Tourism and Hospitality Research Conference*, Sydney 6-9 july 1997, Canberra, Bureau of Tourism Research, 523-533.
- HUDSON S. (1996), The "greening" of ski resorts: a necessity for sustainable tourism, or a marketing opportunity for skiing communities?, *Journal of Vacation Marketing*, 2(2), 176-185.
- HUDSON S. (2004) Winter sport tourism in North America, in RITCHIE B. W. & ADAIR, D (eds), *Sport tourism. Interrelationships, impacts and issues*, Collection Aspects of Tourism, 14, 77-100.
- HUDSON S., BRENT RITCHIE J.R. & TIMUR S. (2004), Measuring destination competitiveness: an empirical study of canadian ski resorts, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(1), 79-94.
- INSKEEP E. (1991), *Tourism Planning: An Integrated Sustainable Development Approach*, New York, Van Nostrand Reinhold.
- INSKEEP E. (1997), *National and Regional Tourism Planning; Methodologies and Case, Studies*, London, World Tourism Organisation & International Thomson Press.
- JAMET H. (1989), Tourisme sur neige: du ski de fond au tourisme d'aventure, *Revue Téoros*, 8(3), 26-28.

- JOHNSTON B. & EDWARDS T. (1994), The commodification of mountaineering, *Annals of Tourism Research*, 4, 65-80.
- KARAGIANNIS, S. (2000), Potentialités et perspectives pour les entreprises touristiques en Grèce ; le cas du Plateau de Lassithi, *Revue de Décentralisation, de l'Administration locale et du Développement régional*, 20, 101-105.
- KNAFOU R. (1978), *Les stations intégrées de sports d'hiver des Alpes françaises. L'aménagement de la montagne à la française*, Paris, Masson.
- KNAFOU R. (1994), *Les Alpes*, Collection Que sais-je ? Paris, Presses Universitaires de France.
- KOMILIS P. (2001), *Écotourisme: une solution alternative de développement touristique durable*, Athènes, Editions Propombos.
- LA TRIBUNE DE L'EXPANSION (1991), Le développement des stations de ski sous haute surveillance, 16 avril, 12.
- LAGOS D. (1998), Growth of Tourism in Greece and environmental protection EAST – WEST / European Environmental Research, *East – West Series in Economics, Business and the Environment*, 1(1), 105-111.
- LAGOS D. (2005), *Économie touristique*, Athènes, Editions Kritiki.
- LES ECHOS (1991), Le plan montagne décrète une pause immobilière, Paris, 16 avril, 16.
- LES ECHOS (1990), Les stations de montagne sonnent la mobilisation générale, Paris, 17 octobre, 12.
- MICHELETTO M. et NOVARINA G. (2002), La montagne vue par les urbanistes (les années 1930-1940), *Revue de Géographie Alpine*, 90(4), 33-47.
- MILON C. (2004), Les P'tits montagnards. Un label de qualité en mouvement, *Les Cahiers Espaces*, 83, 82-86.
- MORUCCI B. (1993), Prospective touristique: essai méthodologique, *Revue Téoros*, 12(2), 10-17.
- OLIVIER A. (1993), Vers une nouvelle ruralité dans la montagne touristique et urbaine ? Le cas de Saint-Gervais-les-Bains, *Revue de Géographie Alpine*, 2, 167-180.

- PEARCE D. (1993), *Géographie du tourisme*, Paris, Nathan, Collection «Géographie».
- PECHLANER H. & TSCHURTSCHENTHALER P. (2003), Tourism Policy, Tourism Organisations and Change Management in Alpine Regions and Destinations: A European Perspective, *Current Issues in Tourism*, 6(6), 508-539.
- PÉRÈS M. (1986), *Le ski alpin*, Collection Que sais-je ? Paris, Presses Universitaires de France.
- PY P. (1996), *Le tourisme ; un phénomène économique*, Paris, La Documentation Française.
- RUDAZ C. (2002), Réflexions sur l'identité d'une station de sports d'hiver en montagne: Crans-Montana (Valais, Suisse), *Revue de Géographie Alpine*, 90(4), 101-107.
- SABOURIN V. (1998), Les stratégies concurrentielles des stations de ski. Une perspective nord-américaine, *Revue Téoros*, 17(3), 26-29.
- SESTIER J.F. (1996), Réalisation et exploitation des équipements sportifs en montagne, *Les Cahiers Espaces*, 47, "Gestion des stations", 148-163
- SLEE W., FARR H. & SNOWDON P. (1997) Sustainable tourism and the local economy, in STABLER M. J. (edr), *Tourism and Sustainability, Principles to Practice*, Oxon, CAB International, 69-87.
- SONOIS J. -P. (1987), Sports d'hiver, déclin ou maturité ?, *Les Cahiers Espaces*, No 84, février.
- SOYER D. (1982), Sports d'hiver et processus de pente : la nécessité d'une analyse spatio-temporelle des interactions, *Méditerranée*, 45-50.
- SPILANIS I (2000) Tourisme et développement régional ; le cas des îles de la mer Egée, in TSARTAS P. et al. (éds), *Développement touristique; approches multidisciplinaires*, Athènes, Exantas, 149-187.
- SUE R. (1983), *Le loisir* (2ème édition), Collection Que sais-je ?, Paris, Presses Universitaires de France.
- TINARD A. (1992), *Le tourisme : économie et management*, Paris, McGraw-Hill.
- TSARTAS P. (1996), *Touristes, voyages, destinations: approches sociologiques du tourisme*, Athènes, Exantas.

- TSARTAS P. (1998), *La Grèce: du tourisme de masse au tourisme alternatif*, Paris, L'Harmattan.
- VARVARESSOS S. (1999), *Développement touristique et décentralisation administrative*, Athènes, Editions Propombos.
- VARVARESSOS S. (2000), *Le tourisme; approches économiques (2ème édition)*, Athènes, Editions Propombos.
- VARVARESSOS S. & SOTERIADES M. (2003), Tourism into Mountain Chains: A Spatial and Temporal Analysis, *Tourist Scientific Review*, 1, 9-23.
- VARVARESSOS S. & SOTERIADES M. (2004), Tourism Development based on Winter Sports in the Alps: A Comparative Analysis, *Geographies*, 6, 22-39.
- VASSILIADES H. & MASMANIDES T. (2004) Les perceptions des organismes de gestion des centres de ski concernant les potentialités, les faiblesses, les opportunités et les menaces, in PAPADIMITRIOU D. (edr), *Actes du 5ème Colloque Hellénique de Gestion des Sports*, Association Hellénique de Gestion de Sports et Université de Patras, Patras, 10 – 12 décembre 2004, Athènes, Propombos, 20-25.
- VAYSSIERE B. (2002) Corporate versus community: vers une gestion intégrée et unitaire de l'espace stations? De la commune impossible au centre de loisirs global?, in *Actes du Colloque "Territoires et marchés". 2ème Colloque de recherche en tourisme de l'Association Française des I.U.P. Tourisme, Hôtellerie et Loisirs*. 12-14 septembre 2002, Chambéry, Université de Savoie, I.U.P. T.H.T.L., Chambéry, 1-11.
- VEBLEN T. (1978), *Théorie de la classe de loisir (2ème édition)*, Paris, Gallimard.
- ZIMMERMANN F. M. (1995) The Alpine Region: Regional Restructuring Opportunities and Constraints in a Fragile Environment, in MONTANARI A. and WILLIAMS A. M. (eds.), *European Tourism: Regions, Spaces and Restructuring*, London, John Wiley & Sons, 19-40.