



Peak – tourisme hivernal dans les Alpes

Documentaire, Allemagne/Italie 2011, version courte 30 min. (2015), dès 16 ans

Réalisation : Hannes Lang

Production : unafilm

Caméra : Thilo Schmidt, Hajo Schomerus

Montage : Stefan Stabenow

Son : Peter Rösnerf

Langue : allemand

Sous-titres : français, allemand

Matériel pédagogique : Birgit Henökl-Mbwisi, Hildegard Hefel

Traduction : Martine Besse

Thèmes

Réflexion sur les conséquences des sports d'hiver dans les Alpes ; chances et limites du développement du tourisme hivernal dans une région, face aux changements climatiques ; tourisme durable dans les Alpes

Compétences

Les élèves ...

- mènent une réflexion sur leur propre comportement en matière de sports d'hiver et discutent de leurs points de vue,
- analysent, s'informent et travaillent sur le tourisme dans l'espace alpin, la pratique du ski et du snowboard et des alternatives qui s'offrent au tourisme axé sur les sports d'hiver,
- analysent le titre du film « Peak » et étudient en quoi il pourrait avoir un rapport avec la notion de durabilité à l'échelon individuel, politique et économique,
- réfléchissent aux avantages et désavantages du tourisme axé sur le ski pour un pays donné et étudient les relations entre l'économie et l'écologie/l'environnement.

Contenu

La pratique du ski ou du snowboard est l'un des sports de loisirs les plus prisés en hiver. Beaucoup de touristes ne souhaitent rien d'autre que de la neige poudreuse, du soleil, des montagnes, de l'air frais et des soirées d'après-ski animées. Dans les Alpes en particulier, on continue d'aménager des surfaces supplémentaires pour le tourisme. Mais, en même temps, les changements climatiques mettent les domaines skiables à rude épreuve.

Ce film documentaire observe pendant une année les processus de construction et de production qui entourent le tourisme axé sur le ski dans les Alpes tyroliennes (glacier du Rettenbach, Sölden). Les exploitants essaient de compenser le recul croissant des glaciers et la diminution des quantités de neige en construisant un immense réservoir pour recueillir l'eau de fonte et assurer l'enneigement artificiel des pistes de ski. Les images des travaux (dynamitages dans la montagne, lourdes machines de chantier dans le paysage alpin) semblent presque aussi surréalistes que les

longs plans tranquilles sur les touristes d’hiver. Par un montage ciblé d’images qui font penser à des tableaux, ce film pose la question du rapport entre la technique et la nature. Jusqu’à quel point un paysage peut-il être artificiel ? Ou : jusqu’à quel point doit-il être artificiel pour répondre à notre envie d’amusement et de délasserement durant les congés de l’hiver ? Ce film aborde aussi, grâce à quelques interviews, la question de la dépendance économique du village à l’égard du tourisme d’hiver, ainsi que les conséquences qui en découlent.

Avec une économie de mots, en utilisant de longs plans tranquilles en cinémascope (format d’image en largeur), ce film documente l’utilisation massive de la technique pour produire un paysage d’hiver parfait pour les touristes, indépendamment des conditions météorologiques naturelles. En choisissant des images émouvantes, mais aussi fascinantes (surtout des panoramas et des plans d’ensemble), ce film met en évidence les tensions auxquelles cette région touristique est soumise. Comme le niveau de son très réduit ne restitue que les bruits que l’on entend sur place, que ce soit le grondement des canons à neige ou le brouhaha de la discothèque, la force expressive des images est encore accrue. Le réalisateur renonce aux commentaires de spécialistes de l’extérieur. La destruction progressive de l’espace alpin par les humains est montrée de manière saisissante par les images, sans commentaire ni jugement de valeur.

Suggestions didactiques

Remarque : les suggestions suivantes décrivent différentes méthodes et proposent plusieurs axes thématiques pour étudier le film. Chaque suggestion forme un tout et peut être utilisée indépendamment des autres.

Suggestion 1

Tourisme dans l’espace alpin

Objectif : les élèves mènent une réflexion sur leur propre comportement en matière de sports d’hiver et discutent de leurs points de vue. Ils analysent, s’informent et travaillent sur le tourisme dans l’espace alpin, la pratique du ski et du snowboard et l’avenir des alternatives qui s’offrent au tourisme axé sur les sports d’hiver.

Âge et groupe visé : dès 16 ans ; écoles du degré secondaire II, école professionnelle/école de tourisme

Durée : 2 périodes

Matériel : crayons de couleur, papier pour tableau à feuilles (flip-chart), document à photocopier « L’avenir du tourisme des sports d’hiver »

Déroulement :

Réflexion – travail en petits groupes : On place en classe deux affiches portant respectivement le titre « Semaine de sports d’été » et « Semaine de sports d’hiver ». Les élèves forment des petits groupes (quatre à cinq personnes) et travaillent selon les consignes suivantes : votre école doit décider si elle organisera, désormais, davantage de semaines de sports d’été ou de semaines de sports d’hiver. Pour la votation qui aura lieu au comité de l’école (composé d’enseignant-e-s, de représentant-e-s des parents et d’élèves), chaque classe doit donner son avis. Discutez de vos points de vue au sein du groupe en incluant les facteurs suivants : quels avantages/inconvénients/dangers y a-t-il dans le cas des semaines de sports d’été/des semaines de sports d’hiver pour le directeur/la directrice et les enseignant-e-s, les élèves, les parents, la nature et l’environnement ? Réfléchissez aussi aux effets de votre décision pour les régions concernées (villages/villes, habitant-e-s).

Notez sur l’affiche correspondante (semaine de sports d’hiver ou semaines de sports d’été) les points principaux qui vous ont conduits à prendre votre décision.

Projection du film et courte discussion du contenu – plénum: les élèves regardent le film ensemble. Ils en discutent ensuite à l'aide des questions suivantes :

- Quels sont les thèmes du film ?
- Quels thèmes abordés dans le film vous étaient connus ? Lesquels étaient nouveaux ?
- Que veut dire le film ? Sur quoi cherche-t-il à informer les spectateurs/-trices et de quelle manière les pousse-t-il à réfléchir ?
- Pourquoi ce film est-il intitulé « Peak » ?

Rédaction de différentes thèses – travail en petits groupes: des petits groupes sont formés (quatre à cinq personnes). Chaque groupe reçoit pour chaque élève le document à photocopier « L'avenir du tourisme des sports d'hiver ». Après la lecture, les élèves réfléchissent aux positions des différents groupes d'intérêts sur la question « L'avenir du tourisme des sports d'hiver dans les Alpes face aux changements climatiques ». Ils rédigent pour les groupes d'intérêts des thèses courtes, percutantes et les présentent visuellement de manière attrayante sur une affiche. Il est important que l'ordre des thèses sur l'affiche exprime bien la position du groupe d'élèves sur la question.

Présentation des résultats – plénum: les groupes présentent leurs « images ». Les autres élèves ont pour tâche d'élucider quelle est la position du groupe qui présente. Le groupe réagit aux interprétations, les corrige ou les complète.

Discussion – plénum: s'il reste du temps à la fin, il est possible de discuter des questions suivantes : quelle « portion » de nature peut-on sacrifier au tourisme de glisse (ski, snowboard) et où devrait-on fixer les limites ?

Prolongements possible

Lors d'une prochaine période d'enseignement, il est possible de prévoir un jeu de rôle : dans le cadre d'une assemblée communale, le/la maire/syndic, le/la propriétaire d'un hôtel, l'exploitant-e des remontées mécaniques, le défenseur/la défenseuse de l'environnement, le paysan/la paysanne discutent ensemble autour d'une table des idées concernant l'avenir du tourisme hivernal dans leur localité/région. Le public se compose de différent-e-s habitants-e-s de la commune qui peuvent poser des questions aux intervenant-e-s à l'issue de la discussion. Le but est de négocier afin d'obtenir, en guise de solution, un compromis qui tienne compte autant que possible de la diversité des acteurs et des intérêts. Le déroulement d'un jeu de rôle est expliqué en détail dans la deuxième suggestion didactique qui accompagne le film « L'oiseau aux œufs d'or – Tourisme sur la Côte pacifique du Costa Rica ».

L'avenir du tourisme des sports d'hiver

Répartissez-vous la lecture des textes ci-dessous, discutez brièvement dans votre groupe du contenu de ces extraits et du film. Essayez de définir ensuite, à propos du sujet «L'avenir du tourisme des sports d'hiver dans les Alpes face aux changements climatiques», l'attitude et la position des groupes de personnes ci-dessous : quels sont les intérêts de tel ou tel groupe ? Quels sont ses buts ? Quelles stratégies propose-t-il ?

- Syndic/syndique ou maire d'une commune qui vit grâce au tourisme
- Propriétaire d'hôtel ou gérant-e d'hôtel qui vit grâce au tourisme
- Employé-e dans un hôtel qui gagne son revenu (de toute l'année) durant la saison d'hiver
- Touriste qui vient chaque année skier dans cette localité/commune et représente un afflux d'argent
- Exploitant-e des remontées mécaniques qui s'occupe de la neige et veille à assurer de bonnes conditions pour skier
- Personne qui défend l'environnement et s'investit dans la localité pour le tourisme d'été, car, la neige doit être produite artificiellement en hiver, ce qui a un gros impact environnemental pour la commune
- Jeune chef/cheffe d'entreprise du village avec beaucoup de potentiel créatif et des idées pour réorienter le tourisme
- Paysan/paysanne qui souffre des effets de l'enneigement artificiel (manque d'eau, glissements de terrain, érosion)
- Scientifique qui met en garde contre la destruction de la nature à cause des canons à neige, des changements climatiques, etc. et plaide pour un développement durable du tourisme
- Habitant-e qui en a assez de l'extension des constructions et de la dépendance économique

Résumez le point de vue de chaque groupe de personnes sous forme de phrases courtes (des thèses). Transcrivez chaque phrase/thèse sur une petite carte.

Créez une affiche à l'aide de vos phrases/thèses et essayez de les mettre en évidence visuellement. Il est important que l'ordre des thèses sur l'affiche fasse ressortir clairement la position de votre groupe sur la question. Vous pouvez fixer les petites cartes sur l'affiche et les compléter par un cadre visuel attractif.

Textes

Christian Baumgartner, spécialiste du tourisme : « Les mesures de transformation et de réaffectation ou la décision de ne pas construire ne résolvent pas le problème fondamental des stations de sports d'hiver dans le contexte des changements climatiques. Il n'est pas rare que la totalité des infrastructures soient orientées en fonction des sports de glisse (ski, snowboard) : c'est ainsi que l'argent est gagné. Mais les exploitants des remontées mécaniques et les magasins qui louent des skis ne sont pas les seuls à gagner de l'argent grâce à la clientèle des sports d'hiver. En fin de compte, c'est toute la région qui est engagée, quand les touristes passent la nuit sur place, se nourrissent et font leurs courses et que les gains servent aux rénovations, à l'achat de nouveaux meubles ou à la maintenance des routes. Comme les chiffres d'affaires dépendent en majeure partie des remontées mécaniques et donc de la couverture neigeuse, le gâteau à partager devient, du point de vue statistique, de plus en plus petit. [...] Les stations de sports d'hiver devraient donc concevoir très vite des offres d'activités indépendantes de la neige afin de remplacer le tourisme de glisse qui fond lentement. »

www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2011_Klima_Wintersport_Broschuere_.pdf (p. 21)

Axel Doering, porte-parole du groupe « Alpes » auprès du « Bund Naturschutz » en Allemagne : « L'enneigement artificiel qui implique une utilisation colossale d'eau a des effets sur la végétation. La composition de la végétation se modifie en altitude : les espèces qui s'étaient adaptées à l'altitude disparaissent et laissent la place à une végétation commune. Pour utiliser la neige artificielle de manière efficace, il faut, en outre, aplanir particulièrement les pistes, car chaque inégalité du terrain nécessite un surplus de neige artificielle. En été, cela a pour effet que l'eau s'écoule beaucoup plus vite. Le danger de coulées de boue et d'érosion augmente. »

www.welt.de/wissenschaft/article123984127/Pisten-Beschneigung-foerdert-Katastrophen-im-Sommer.html

Werner Bätzing, expert de l'Arc alpin : « Depuis les années 80, le tourisme alpin stagne, il ne cesse de perdre des parts de marché au niveau mondial, alors que le tourisme en général a quasiment triplé au cours de la même période. A l'avenir, je pense que l'espace alpin pourra au mieux maintenir son nombre de nuitées actuel, mais pas plus. [...] Je vois deux stratégies : dans les centres touristiques, le tourisme doit renoncer à l'extension quantitative, et miser sur la qualité en proposant une offre spécifique. Je ne parle pas là de concerts, de ponts suspendus et de plateformes panoramiques, mais des offres spécifiques aux régions. Le tourisme doit sortir de sa tour d'ivoire, et intégrer l'économie et la culture locale dans son offre. Je recommande par exemple aux communes peu axées sur le tourisme de développer une offre touristique supportable autant pour la nature que pour la collectivité. [...] Comme le fait par exemple la vallée de Villgraten dans l'Est du Tyrol : ici, ni remonte-pentes, ni canons à neige, ni bars branchés, mais des randonnées en raquettes et à skis dans un paysage naturel et culturel intact. Un autre exemple : la tentative de l'Association des Alpes autrichiennes d'établir un tourisme proche de la nature avec les villages de grimpeurs (Bergsteigerdörfer). »

www.pronatura.ch/tl_files/dokumente_fr/7_service_fr/pro_natura_magazine/2015/Pro_Natura_Magazine_2_2015_La_montagne_autrement-le_tourisme_alpin_doit_changer_de_cap.pdf (p. 11)

Helga Kromp-Kolb, climatologue, professeure: «Nous aurons aussi, à l'avenir, des hivers froids, avec de la neige en abondance. La question cruciale est la suivante: combien y aura-t-il d'hivers à la suite sans neige ou avec très peu de neige? Comment la branche du tourisme peut-elle faire face au fait que les touristes seront absents peut-être pendant plusieurs années? La solution apportée aujourd'hui est l'enneigement artificiel. Pour que cela fonctionne, il faut des températures basses, de l'énergie et de l'eau. L'enneigement artificiel des pistes est tout au plus une solution transitoire, pour que les communes et les régions aient le temps de se positionner autrement, par exemple en encourageant le tourisme d'été ou en se développant d'une tout autre manière. Elles doivent aussi veiller à assurer de bons transports en commun. [...] Il est important que l'on puisse aussi se débrouiller sur place en utilisant les transports en commun. Lors de la planification, il s'agit de tenir compte du fait qu'à l'avenir, nous aurons moins de neige et, parallèlement, moins d'énergie à disposition.»
www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2011_Klima_Wintersport_Broschuere_.pdf (p. 26)

« 'Sans la gestion des pistes et de l'enneigement (snow farming), Sölden aurait dû renoncer cette année à la coupe du monde de ski », souligne Posch, directeur des remontées mécaniques à Sölden. Mais ses collègues et lui avaient réussi à conserver à la fin de l'hiver 250'000 mètres cubes de neige et à lui faire passer l'été. En la couvrant de bâches spéciales et en la mettant en tas dans des endroits ombragés. [...] La branche du tourisme des stations alpines de sports de glisse cherche fébrilement des idées pour permettre de maintenir le commerce de la neige à l'avenir. Les scientifiques se cassent la tête à chercher la composition idéale du textile non tissé (flies) utilisé pour les bâches destinées à couvrir la neige. [...] Le snow farming est considéré actuellement comme le procédé le plus respectueux de l'environnement dans le domaine de la neige 'technique'. Il existe encore d'autres possibilités: des tuyaux de refroidissement devraient permettre de maintenir le sol si froid que la neige subsiste, même si les températures augmentent. On réfléchit même à utiliser des additifs biochimiques, des bactéries spéciales dites 'snowmax', actuellement interdites. Elles devraient rendre la neige résistante à la chaleur.»
www.deutschlandfunk.de/snowfarming-schnee-von-gestern-fuer-die-pisten-von-heute.697.de.html?dram:article_id=307442

« Dans le cadre de la gestion des pistes et de l'enneigement que l'on appelle aussi le snow farming, des masses de neige importantes sont transportées depuis les bords de la piste par des dameuses (ratraks) jusqu'à certains endroits où elles sont compressées; parfois, les tas de neige sont recouverts de bâches. Ces mesures servent à la préparation des pistes en général ou à l'aménagement de dispositifs artificiels sur les pistes comme les rampes (Half Pipes), les tremplins de saut ou les parcs des neiges, ainsi qu'à protéger les grottes de glaciers. Les formes intensives de la gestion des pistes et de l'enneigement portent préjudice au paysage alpin ('cicatrices' visuelles dans la couverture neigeuse là où l'on va prélever de la neige) et requièrent une utilisation importante de machines (consommation d'énergie, bruits et gaz d'échappement).»
www.bergrecht.ch/Eigene%20Publikationen/CIPRA_Gl_abd_Pos0507.pdf (p. 3)

« Les experts craignent que le glacier de la Zugspitze disparaisse bientôt entièrement – peut-être déjà dans vingt ans. Les bâches devraient permettre de repousser l'échéance. 'Nous considérons qu'il est de notre devoir de protéger ce glacier', dit Verena Lothes, porte-parole des remontées mécaniques de la Zugspitze. 'Nous aimerions, bien sûr, également conserver ce domaine skiable aussi longtemps que possible.' [...] Les bâches ne sont certainement pas un moyen approprié pour protéger les glaciers. 'Il existe des études selon lesquelles l'influence de ces mesures sur les glaciers ne serait pas quantifiable', dit le glaciologue d'Innsbruck, Martin Stocker-Waldhuber, qui travaille à l'Institut de recherche sur la montagne de l'Académie autrichienne des sciences. 'Il ne s'agit pas du glacier mais du marché du ski.' [...] Les défenseurs de la nature voient ces mesures d'un oeil sceptique. 'C'est un peu comme si l'on appliquait à un cancéreux un pansement rapide sur une petite blessure. Cela ne change rien aux causes des changements climatiques ni aux dangers qui menacent globalement le glacier', explique Christine Margraf qui fait partie du 'Bund Naturschutz' (ligue pour la protection de la nature) en Bavière. Ces mesures ne pourraient pas stopper le recul du glacier, mais tout au plus le ralentir ponctuellement. 'S'ils voulaient vraiment faire quelques chose pour le glacier, il faudrait qu'ils gèrent avec plus de soin les activités en lien avec le ski.' »
www.welt.de/regionales/muenchen/article106426463/Planen-schuetzen-Zugspitz-gletscher-vor-Sommersonne.html

« Les cours d'eau alpins fournissent de l'eau à 170 millions de personnes. Les changements climatiques limiteront massivement la disponibilité de l'eau dans les Alpes et bien au-delà. La diminution des pluies, l'augmentation des sécheresses en été et un recul net des précipitations sous forme de neige en hiver ne sont qu'un petit nombre des conséquences que l'on prévoit. De ce fait, les exigences quant à l'utilisation de la ressource que représente l'eau augmenteront et la concurrence entre les différents groupes d'utilisateurs s'aiguîsera. Seuls 10 pour cent des cours d'eau des Alpes peuvent être considérés comme intacts au niveau écologique – c'est-à-dire qu'ils ne sont pas pollués, transformés par des constructions ou entravés dans leur écoulement naturel. »
www.cipra.org/de/positionen/116

Ernst Flütsch, ancien président de la commune St. Antonien : « Chez nous, le tourisme proche de la nature est, pour ainsi dire, né d'un besoin et s'est mis en place lentement. Depuis les années 1980, St. Antonien compte parmi les régions de Suisse les plus prisées pour les randonnées à skis et en raquettes. Nous avons également beaucoup d'hôtes en été. L'utilisation de la capacité présente un rapport de 50 pour cent entre l'été et l'hiver. C'est un avantage en comparaison des grandes stations hivernales, sous-exploitées en été. Nous profitons de la popularité toujours croissante du ski de randonnée, auquel s'adonnent bon nombre de nos hôtes, fatigués par les files d'attente et les bousculades aux remontées mécaniques. De manière générale, nos chiffres sont stables. En hiver, nous expliquons aux touristes combien l'été est beau chez nous : il y a des prairies fleuries, on peut observer facilement le gibier. En général, les gens reviennent. Chez nous, la nature intacte existe vraiment. Par contre, nous n'avons pratiquement aucune alternative en cas de mauvais temps. »
www.pronatura.ch/tl_files/dokumente_fr/7_service_fr/pro_natura_magazine/2015/Pro_Natura_Magazine_2_2015_La_montagne_autrement-le_tourisme_alpin_doit_changer_de_cap.pdf (p. 6)

Suggestion 2**Peak – et en quoi cela a-t-il un rapport avec la durabilité ?**

Objectif: les élèves analysent le titre du film « Peak » et étudient en quoi il pourrait avoir un rapport avec la notion de durabilité. Ils mènent une réflexion sur la question de la durabilité à l'échelon individuel, politique et économique.

Âge et groupe visé: dès 16 ans ; écoles du degré secondaire II, école professionnelle/école de tourisme

Durée: 2 périodes

Matériel: papier, crayons de couleur, feuilles pour flip-chart, document à photocopier « Peak », éventuellement accès à Internet (ordinateur ou téléphone portable)

Déroulement:

Courte explication de terme avant le film en guise d'entrée en matière – plénum : Que signifie le mot « peak » qui a donné son titre à ce film ? « Le mot peak vient de l'anglais et signifie 'sommet, pointe, pic, apogée, maximum'. Dans la technique de mesure et les processus stochastiques, on désigne par peak une valeur maximale significative. »

<http://de.wikipedia.org/wiki/Peak>

Consigne pour les élèves pendant la projection du film :

- Essayez de trouver quelles intentions ou quels motifs ont poussé le cinéaste à intituler son film « Peak ».
- Qu'est-ce qui vous est venu spontanément à l'esprit durant le film en lien avec le titre « Peak » ?

Projection du film et courte discussion de son contenu – plénum : Les élèves regardent le film ensemble. Ils discutent ensuite du film en s'aidant des questions suivantes :

- Quel est le thème central du film ?
- Quels sont les groupes d'intérêts qui apparaissent dans le film ? Que défendent-ils ?
- Avec quelles mesures les exploitants essaient-ils de maintenir le tourisme d'hiver sur le glacier ?
- Comment fait-on face au manque de neige et d'eau ?
- Quels sont les thèmes abordés par ce film que vous connaissiez déjà ? Qu'est-ce qui était nouveau ?
- Si vous deviez accompagner d'un commentaire les longs plans des paysages de montagne, des travaux autour du bassin de retenue, des touristes, quel serait son contenu ? Que dit le film par ces images ?
- Pourquoi le cinéaste a-t-il intitulé son film « Peak » ?
- Quel jugement portez-vous sur les investissements importants consentis pour développer techniquement les domaines skiables ? Qu'est-ce qui plaide en faveur/contre un tel développement ?
- Quels pourraient être les effets de cette évolution (changements climatiques et développement technique des domaines skiables) pour la population locale dans 35 ans, c'est-à-dire en 2050 ?

Développement de mesures – travail en petits groupes : Les élèves se répartissent en petits groupes de quatre à cinq personnes ; tous les élèves reçoivent un exemplaire du document à photocopier « Peak ». Après avoir lu les deux citations, ils discutent de la relation entre ces deux citations et le film. Ils réfléchissent aux possibilités d'adopter un mode de vie durable et se demandent ce que cela signifierait pour eux au quotidien. Seraient-ils prêts à modifier (c'est-à-dire à réduire) leur empreinte écologique ou ne voient-ils pas de sens à le faire ? Quel est le rôle de la politique et de l'économie, à leur avis ? Ils réfléchissent ensemble aux mesures qui seraient sensées à l'échelon individuel, politique et économique.

Présentation – plénum : Chaque groupe présente les résultats en plénum.

Peak

« Le cybernéticien autrichien Heinz von Foerster (1911-2002) a formulé, à partir de la connaissance de la complexité, un impératif éthique : ‘ Agis toujours de manière à accroître le nombre des possibilités de choix ! ’ Mais comment savons-nous a priori lesquels de nos actes augmenteront le nombre des possibilités – en particulier si nous acceptons le fait que le comportement des humains et de la terre n’est pas prévisible ? Ce serait déjà un grand pas dans le sens d’une qualité de vie acceptable durablement si nous apprenions à éviter les actes par lesquels nous limitons avec certitude nos possibilités de choix. »

Verena Winniwart, Hans Rudolf Bork (2014), *Geschichte unserer Umwelt. Sechzig Reisen durch die Zeit*, primus Verlag, Darmstadt, p. 9s

« ‘ Un développement durable est un développement qui satisfait les besoins des générations présentes sans compromettre l’aptitude des générations futures à satisfaire leurs propres besoins ’ (COMMISSION MONDIALE SUR L’ENVIRONNEMENT, 1987 : 51) – c’est ainsi que les auteurs définissent l’objectif que l’humanité devrait se fixer. Les points centraux sont la justice internationale et intergénérationnelle, ainsi que la participation de tous les acteurs à parts égales. Sous une forme plus poétique, on trouve la même idée dans un slogan du mouvement pour l’environnement des années 1970 : ‘ La Terre ne nous appartient pas, nous l’empruntons à nos enfants. ’ »

Verena Winniwart, Hans Rudolf Bork (2014), *Geschichte unserer Umwelt. Sechzig Reisen durch die Zeit*, primus Verlag, Darmstadt, p. 8s

Consigne de travail

Etape 1 : Lisez les citations individuellement et demandez-vous ce qu’elles ont de commun avec le contenu du film. Notez au dos de la feuille tout ce qui vous vient spontanément à l’esprit concernant le lien entre les citations et le développement technique du tourisme axé sur le ski dans le contexte des changements climatiques (installations d’enneigement, risque de pénurie d’eau, etc.).

Etape 2 : Discutez ensuite au sein du groupe de tous les parallèles que vous avez trouvés. Réfléchissez ensemble sur l’empreinte écologique que vous laissez avec votre mode de vie (logement, nourriture, mobilité, consommation). L’empreinte écologique indique en hectares la surface qu’il faut à une personne, en raison de son mode de vie, pour satisfaire ses besoins :

www.wwf.ch/fr/agir/vivre_mieux/calculateur_d_empreinte/

www.footprintnetwork.org/fr/index.php/GFN/page/personal_footprint/

Discutez ensemble des questions suivantes : pouvons-nous maintenir le niveau de vie que nous avons jusqu’à maintenant, ou les limites de la croissance sont-elles atteintes ? Que signifierait dans notre vie quotidienne un mode de vie durable ? Serions-nous prêts à changer quelque chose à notre mode de vie ? Si oui, dans quels domaines ? Est-ce que le fait de changer de mode de vie au niveau individuel peut avoir un certain effet ? Quel est le rôle qui revient à la politique et à l’économie ?

Etape 3 : Réfléchissez ensemble aux mesures à prendre au niveau individuel, politique et économique pour pouvoir obtenir une qualité de vie acceptable pour tous.

Suggestion 3**Peak – et les avantages du tourisme axé sur le ski ?**

Objectif: les élèves réfléchissent aux avantages et désavantages du tourisme axé sur le ski pour un pays donné et étudient les relations entre l'économie et l'écologie/l'environnement.

Âge et groupe visé: dès 16 ans; écoles du degré secondaire II, école professionnelle/école de tourisme

Durée: 3 périodes

Matériel: du papier, des crayons de couleur, un accès à Internet (ordinateur ou Smartphone), document à photocopier « Campagne d'affichage: les aspects négatifs du tourisme dans les Alpes », « Campagne d'affichage sur le tourisme durable dans les Alpes »

Déroulement:

Projection du film et courte discussion du contenu – plénum: Les élèves regardent le film ensemble. Ils discutent ensuite du film en s'aidant des questions suivantes :

- Quels sont les thèmes de ce film ?
- Pourquoi ce film est-il intitulé « Peak » ?
- Parmi les thèmes abordés dans ce film, lesquels connaissiez-vous déjà ? Qu'est-ce qui était nouveau ?
- Que dit ce film ? A propos de quoi souhaite-t-il informer les spectateurs/-trices, respectivement les pousser à réfléchir ?
- Comment jugez-vous les investissements élevés consentis pour développer techniquement les domaines skiables ? Est-ce, à votre avis, une réponse adéquate aux changements climatiques et cela correspond-il à un tourisme adapté à l'avenir ?
- Quelles pourraient être les conséquences de cette évolution pour la population locale dans 35 ans, aux alentours de l'an 2050 ?
- « Sans le tourisme, il n'y aurait rien ici en haut ! » dit, dans le film, un ouvrier du bâtiment. Quelles seraient, à votre avis, les alternatives possibles pour cette région ? Y aurait-il d'autres scénarios touristiques ou, de manière générale, d'autres possibilités de développer la région ?
- Un tourisme hivernal proche de la nature et durable est-il une option ?

Préparation d'une campagne d'affichage – travail en petits groupes: on forme des petits groupes de quatre à cinq personnes. Ils conçoivent une campagne d'affichage (A3) pour la variante 1, la variante 2 ou la variante 3 :

Variante 1 : les élèves réalisent une campagne d'affichage en illustrant la manière dont ils se représentent le tourisme d'hiver en 2050. Ils doivent y intégrer les différents acteurs et intérêts.

Variante 2 : les élèves reçoivent le document à photocopier « Campagne d'affichage: les aspects négatifs du tourisme dans les Alpes ». Ils conçoivent une campagne d'affichage cynique sur les préjudices du tourisme lié au ski, en mettant en évidence les aspects négatifs de ce type de tourisme par des messages positifs. Un exemple de campagne de ce type se trouve sous :

<https://campaignwatchers.wordpress.com/2012/07/23/campaignwatch-lets-go-public-green-peace-triezt-seinen-lieblingsfeind-shell-mit-viraler-plakatkampagne/>

Variante 3 : les élèves reçoivent le document à photocopier « Campagne d'affichage sur le tourisme durable dans les Alpes ». Ils conçoivent une campagne d'affichage sur le tourisme durable en choisissant des slogans appropriés.

Présentation – plénum: les affiches sont accrochées dans la salle de classe et commentées par les élèves en plénum. Les affiches peuvent aussi être exposées dans l'établissement scolaire.

Campagne d'affichage : les aspects négatifs du tourisme dans les Alpes

Lisez le petit texte ci-dessous sur les aspects négatifs du tourisme dans les Alpes. Essayez de trouver au moins trois sujets clairement définis à partir desquels vous réaliserez une campagne d'affichage sur les aspects négatifs du tourisme lié au ski dans les Alpes. Cherchez sur Internet des images/photos qui conviennent.

Dans le cadre de cette campagne, il s'agit de mettre en évidence les aspects négatifs de manière cynique et drôle en utilisant des messages positifs, comme par exemple sur : <http://campaignwatchers.wordpress.com/2012/07/23/campaignwatch-lets-go-public-greenpeace-triezt-seinen-lieblingsfeind-shell-mit-viraler-plakatkampagne/>

En concevant votre affiche, soyez attentifs aux points suivants : un texte court, mais percutant (5-7 mots) que l'on peut comprendre en 2 secondes au maximum ; taille des caractères permettant une bonne lisibilité ; logo bien placé ; positionnement du produit au milieu de l'affiche ; tirer profit des contrastes de couleurs ; utiliser des visages en liaison avec les produits.

Contrairement au boom du tourisme dans le monde, le tourisme alpin stagne depuis quelques années. Pour toucher de nouveaux client-e-s, on mise souvent sur l'aspect quantitatif et non pas qualitatif ; des montants importants sont investis pour assurer l'enneigement : canons à neige, bâches spéciales pour couvrir la neige (snow farming), remontées mécaniques performantes, nouveaux domaines skiables, etc. Le changement d'un paysage culturel traditionnel et paysan en un paysage de délasserment touristique s'accompagne d'un grand nombre d'impacts environnementaux. La construction des installations touristiques accapare de grandes surfaces (par ex. hôtels, centres de wellness, terrains de golf, etc.) dans la pente ou sur les hauteurs, des emplacements fragiles du point de vue écologique ; la production de neige artificielle génère des nuisances environnementales (consommation élevée d'énergie et d'eau, altération des sols) ; la pollution liée au trafic routier s'accroît, le volume des déchets et des eaux usées augmente, etc. En plus, on mise sur un tourisme avide d'aventure ; c'est le cas, par exemple, du pont suspendu le plus haut d'Autriche qui s'accompagne d'un « escalier dans le vide/Treppe ins Nichts » sur le glacier du Dachstein ; en plus du « palais de glace/Eispalast » à l'intérieur du glacier et du « Skywalk » – une plate-forme panoramique avec un sol en plaques de verre, ces artifices devraient encore donner une touche supplémentaire à la « mise en scène » de l'univers du Dachstein. La commercialisation croissante des Alpes marque de plus en plus le paysage naturel et entraîne souvent des destructions environnementales difficilement réversibles.

Informations supplémentaires : Description des problèmes dans le tourisme axé sur le ski et conseils pratiques pour un tourisme durable :

http://assets.wwf.ch/downloads/les_domains_skiables_en_suisse_papier_de_position_wwf_2011_f.pdf
www.wwf.de/aktiv-werden/tipps-fuer-den-alltag/umweltvertraeglich-reisen/skifahren-wintersport-mit-folgen

Campagne d'affichage sur le tourisme durable dans les Alpes

Lisez le petit texte ci-dessous à propos du tourisme durable dans les Alpes. Essayez de trouver à propos des standards de qualité cités au moins trois sujets clairement définis à partir desquels vous réaliserez une campagne d'affichage sur le tourisme durable dans les Alpes. Cherchez sur Internet des images/photos qui conviennent.

Soyez attentifs aux points suivants lors de la conception de votre affiche : un texte court, mais percutant (5-7 mots) que l'on peut comprendre en 2 secondes au maximum ; taille des caractères permettant une bonne lisibilité ; logo bien placé ; positionnement du produit au milieu de l'affiche ; tirer profit des contrastes de couleurs ; utiliser des visages en lien avec les produits.

Le tourisme proche de la nature représente actuellement une part d'environ 20 pour cent sur l'ensemble du tourisme alpin. « Comme forme spécifique de tourisme durable en lien avec la nature et le paysage alpin, le tourisme proche de la nature soutient la protection de la nature et une évolution du paysage de qualité dans les régions alpines.

Standards de qualité du tourisme proche de la nature : la liste se compose de dix standards de qualité accompagnés chacun de cinq critères qui sont complétés par des indicateurs qualitatifs et quantitatifs. Les standards de qualité concernent les thèmes suivants : 1. Région proche de la nature ; 2. Qualité agréable du lieu du point de vue de l'architecture, du paysage et de l'espace ; 3. Développement de l'offre proche de la nature ; 4. Hébergement et repas adaptés ; 5. Encouragement d'une planification des transports durable ; 6. Protection et valorisation de la nature et du paysage ; 7. Information et sensibilisation ; 8. Marketing proche de la nature ; 9. Encouragement de la création de valeur dans la région ; 10. Gestion de la qualité. » www.landschaft.wzw.tum.de/fileadmin/pdf/veranstaltungen/Zusammenfassung_Siegrist_20140112.pdf (en allemand)

Vous trouverez une description plus précise des standards de qualité ici : www.bafu.admin.ch/sport_tourismus/10631/index.html?lang=de&download=NHZLpZeg7t,lnp6loNTUo42lzZ6ln1acy-4Zn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCGfX12gmym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A--

Informations supplémentaires et exemples inspirants :

Exemples de tourisme proche de la nature :

www.ecotourismepaca.fr/

www.are.admin.ch/themen/nachhaltig/00264/02601/index.html?lang=fr

La fédération CIPRA (Commission internationale pour la protection des Alpes) s'investit depuis 1952 pour la protection et le développement durable dans les Alpes. Depuis 1988, elle se manifeste chaque année par une action particulière : des feux sur les hauteurs pour attirer l'attention sur la préservation du patrimoine culturel et naturel des Alpes. Pour laisser parler la nature et le paysage, les feux brûlent en août dans les Alpes. CIPRA Suisse coordonne cette opération. Autres informations et annonce des feux : www.feuerindenalpen.com

Description des problèmes dans le tourisme axé sur le ski et conseils pratiques pour un tourisme durable : http://assets.wwf.ch/downloads/les_domains_skiabiles_en_suisse_papier_de_position_wwf_2011_f.pdf

www.wwf.de/aktiv-werden/tipps-fuer-den-alltag/umweltvertraeglich-reisen/skifahren-wintersport-mit-folgen (en allemand)