

Skiing à la française. Skier à la québécoise

Henri Jamet

Volume 8, Number 1, March 1989

France-Québec

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1080355ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1080355ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Jamet, H. (1989). Skiing à la française. Skier à la québécoise. *Téoros*, 8(1), 25–27.
<https://doi.org/10.7202/1080355ar>

Skiing à la française Skier à la québécoise⁽¹⁾

De la Laponie en passant par la Finlande, la Suède et la Norvège, le ski fut introduit en Suisse et en Allemagne en 1890. Son apparition en France fut un peu plus tardive. C'est aux bataillons de chasseurs alpins que revient le mérite de l'utilisation des skis en France. Ces militaires les utilisèrent pour la traversée de cols de montagne dans la région de Briançon dans les Alpes. Ce sont surtout le Club Alpin Français et le Touring Club de France qui contribuèrent à la diffusion de ce nouveau sport dans les hautes vallées des Alpes, des Pyrénées et du Jura. C'est en 1907 que fut tenu le premier concours international de ski à Montgenèvre dans le Briançonnais. Et puis c'est à Chamonix-Mont-Blanc en Haute-Savoie, en 1924, que furent tenus les premiers Jeux Olympiques d'hiver. Ils n'eurent pas grand-chose de commun avec les XVèmes Jeux de Galgary (1988). Le ski de descente fit de rapides progrès à partir de 1930 et il acquit ses lettres de noblesse en France grâce aux victoires obtenues par le Megèvan Émile Allais, vainqueur au championnat du monde de la Fédération Internationale de Ski tenu à Chamonix et Megève en 1937.

Le développement du ski et des sports d'hiver prirent une très forte expansion en France suite à la tenue des Xèmes Jeux Olympiques d'hiver à Grenoble en 1968, il y a de cela 20 ans. La performance brillante des Jean-Claude Killy, triple médaillé d'or, Marielle Goitschel, Guy Perillat, ne fut pas étrangère au développement exceptionnel que le ski et les centres de ski allaient prendre par la suite.

La grande époque du ski en France 1968-1988

Avant les Jeux Olympiques de Grenoble de 1968, la France qui possédait des stations de ski de renommée internationale - comme Megève, Chamonix - et connues - comme La Cluzaz ou Courchevel - n'arrivait pas à se classer au niveau de ses concurrents immédiats comme la Suisse et l'Autriche, au niveau des équipements parce que le ski y était moins pratiqué que chez ses voisins. Les Français attribuent en général aux Jeux Olympiques de Grenoble et aux 17 médailles glanées sur les neiges de Portillo au Chili en 1960 la fièvre du ski qui s'était emparée de la France à cette époque.

C'est aussi le rapport de la Commission du tourisme pour le Vème Plan (1966-1970) qui prépara le climat en attirant l'attention sur

la stagnation du ski en France et le grand bond en avant qui devait suivre. Ce Vème Plan faisait observer: *Que les stations françaises n'utilisaient qu'une petite partie des beaux sites exploitables, ce qui n'était pas le cas dans d'autres pays concurrents. Les gisements de neige français sont parmi les meilleurs d'Europe. Ils permettent de satisfaire autant les amateurs de sport que les amateurs de soleil sans craindre de nouveaux concurrents et doivent donc être considérés comme des richesses nationales à préserver puis à mettre en valeur dans les meilleures conditions possibles.*

C'est à cette époque que naquit le slogan officiel selon lequel la neige française pouvait devenir un "piège à devises" dans le cadre de la compétition internationale.

Le plan neige 1971

Le plan de 1971, élaboré pendant les années 1960 et mis en oeuvre entre 1971 et 1975, allait marquer le paysage français de la montagne d'une façon indélébile.

Le plan prévoyait la construction de 150 000 lits touristiques nouveaux en montagne et de 360 000 lits entre 1970 et 1980. Ce Plan Neige touchait vingt-trois anciennes stations telles que Font-Romeu, Serre-Chevalier, Montgenèvre, Les Gets, Morzine, Chamonix, Megève, Saint-Gervais, Les Contamines, La Cluzaz, etc... et vingt stations nouvelles dont l'aménagement avait déjà démarré en 1970 pour dix d'entre elles et dont dix autres ont été lancées au cours du VIème Plan entre 1971 et 1975.

Les stations du Plan Neige qui offraient 200 000 lits en 1971 pouvaient en offrir 350 000 cinq ans plus tard. La cadence annuelle de construction s'éleva à 30 000 lits nouveaux par année, soit l'équivalent de 15 000 chambres en occupation double, soit l'équivalent de 54 hôtels Québec/Hilton.

D'après les experts, l'expansion des nouvelles stations de ski ne s'est pas faite au détriment des stations anciennes. Le nombre de lits d'hébergement n'a pas cessé de s'accroître depuis ce temps sur une base annuelle de 30 000 à 45 000 lits. Chamonix disposait de 37 080 lits, Megève de 36 940 lits, Courchevel de 32 435 lits, Morzine-Avoriaz de 22 475 lits, Méribel de 22 000 lits en 1987.

* Henri Jamet, est employé par le ministère du Tourisme du Québec

Accroissement du nombre de skieurs français

S'ils n'étaient que quelques milliers au début de ce siècle, le nombre de skieurs français s'est accru assez rapidement.

Nombre de skieurs français

1960 (fin des années 60)	1 500 000
1972	2 000 000
1980	5 000 000
1988	7 500 000

Parc des remontées mécaniques

1960	400 appareils
1970	1 809 appareils
1980	3 270 appareils
1985	3 596 appareils
1986	3 672 appareils
1988	3 800 appareils

Parmi les 3 800 remontées mécaniques en exploitation, on dénombrait 2 853 téléskis, 656 télésièges, 137 télécabines, 54 téléphériques (dont le plus important à Courchevel détient le record du monde avec une cabine de 160 passagers) et quatre chemins de fer à crémaillère. Le plus récent de ces chemins de fer construit et mis en service en janvier 1988 à Val d'Isère peut transporter 3 000 skieurs à l'heure sur une longueur de 2,3 km dont 1,6 km s'enfoncent sous le rocher de Belvedere.

Les départements de la Savoie et de la Haute-Savoie regroupent à eux seuls plus de la moitié de ces installations (54%), les Alpes du Sud (17,6%), les Pyrénées (10%), Isère + Drôme + Ardèche (10,4%).

En 1987, plus de 130 millions de dollars canadiens ont été investis dans les seules remontées mécaniques. Le coût de construction de ces appareils s'est élevé à 1,3 million canadien pour un télésiège de 300 mètres de dénivellée et d'un débit de 1 500 skieurs à l'heure; à 4,2 millions de dollars canadiens pour un télécabine de 500 mètres et d'un débit de 1 800 skieurs/heure. Le prix de certains téléphériques peut atteindre celui d'une rame de train TGV ou d'un Boeing 737. Au niveau de l'exploitation, les dépenses en personnel représentent 3,7% des coûts tandis que l'énergie électrique, 6%.

Le ski de fond en France

Ce sport, quasi inexistant en France en 1950, a connu une progression surprenante:

1960	500 fondeurs
1970	10 000 fondeurs
1978	600 000 fondeurs
1980	1 000 000 fondeurs

Il y a maintenant en France 540 sites pour la pratique du ski de fond répartis dans 700 villages. Ils offrent 10 000 km de pistes aménagées (balisées et damées) ainsi que 5 000

km d'itinéraires moins aménagés. La Mecque du ski de fond se retrouve dans les Monts du Jura avec 32% des centres et les Alpes du Nord avec 29%.

Bilan des vingt dernières années

Au cours des vingt dernières années, l'industrie des sports d'hiver dans les 144 stations de ski a généré plus d'une centaine de milliers de nouveaux emplois assurant dans des zones économiques fragiles la relève d'emplois agricoles et industriels en déclin. C'est le cas dans les Vallées de la Tarentaise en Savoie, de la Guisane dans les Hautes-Alpes. Aujourd'hui, il y a 10 000 moniteurs de ski, 2 000 pisteurs secouristes, 13 000 employés de remontées mécaniques, plusieurs dizaines de milliers d'employés dans le secteur de l'hôtellerie, de la restauration, des transports et des services.

Après vingt ans de rattrapage, l'industrie française des sports d'hiver rivalise maintenant avec ses voisins Autrichiens, Suisses, Italiens. On y dénombrait 7 500 000 de skieurs alpins en 1988 et 3 800 remontées mécaniques. Elle a généré une industrie de pointe:

Rossignol: no. 1 mondial (ski);

Salomon: no. 1 mondial (fixations, bottes de ski);

Pomagalski: no. 1 mondial (remontées mécaniques).

La mise en oeuvre d'infrastructures lourdes a nécessité des immobilisations importantes. Chaque lit créé représente un investissement de 20 000 à 30 000 dollars canadiens. Après cet effort exceptionnel, la machine commence à manifester des signes d'essoufflement. Pour la première fois en 1984-1985, les taux de départs en vacances aux sports d'hiver ont baissé d'une façon significative; il y a eu une autre légère baisse en 1985-1986 puis une reprise par la suite. Pour l'hiver 1987-1988, les taux de départs représentaient 35,5% de ceux qui partaient pour un total de 5 millions de touristes. En moyenne, les séjours aux sports d'hiver durent huit à neuf jours et s'adressent massivement à la catégorie des 20 à 49 ans (45,6%). Les 14 à 19 ans représentent 14% et les 50 ans et plus: 18,4% des partants.

Les Alpes du Nord sont les premières montagnes recherchées par les skieurs; viennent ensuite les Alpes du Sud qui tendent même à les rattraper. En 1985, les premières accueillait 3 168 000 séjours et en 1986: 2 947 000 séjours et les dernières: 748 000 séjours en 1985 et 1 181 000 en 1986. Suivent les Pyrénées puis le Jura (environ 300 000 séjours), le Massif Central (200 000 séjours) et les Vosges (120 000 séjours); les trois perdent du terrain.

Les skieurs français vont pratiquer aussi leur sport en Suisse (137 000 séjours en 1986),

en Autriche (82 000 séjours) et en Espagne (55 000 séjours). D'après un rapport de la Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale:

“L'hypothèse la plus plausible pour les années qui viennent est que le marché français ne connaîtra plus les croissances exceptionnelles des dernières décennies... La France devra dans le cadre de la compétition trouver ailleurs des marchés qui ne sont pas encore trop sollicités tels que la Scandinavie, l'Angleterre, l'Espagne et les marchés nord-américains”.

Historique du ski à la québécoise

La première apparition du ski remonte au Québec en 1879 lorsqu'un immigrant norvégien fit le trajet de Montréal à Québec sur “des chaussures de ski norvégiennes”. La pratique de l'activité débuta en 1890. Le Montréal Ski Club fut mis sur pied en 1904, le Club de ski de Québec en 1908 et celui de Trois-Rivières en 1911.

Le premier remonte-pente fut introduit au Québec en 1929 à Foster Hill à côté de Shawbridge dans les Laurentides (il s'agissait en fait d'un câble sans fin très rudimentaire actionné par un moteur V8). Le train de neige (le petit train du Nord) débuta ses opérations en 1927.

C'est surtout la tenue des Jeux d'hiver à Lake Placid dans l'État de New-York en 1932 qui lança le ski sur le continent nord-américain. Au Canada, le nombre de stations de ski passa de 53 à 119 entre 1961 et 1965 et le nombre de remonte-pentes de 90 à 235; de 1965 à 1976, le nombre de stations de ski passa de 119 à 206 et le nombre de remonte-pentes de 235 à 731.

Il y avait au Québec, au cours de l'hiver 1985-1986, 106 centres de ski alpin. Le parc était constitué par 9 centres majeurs, 12 centres intermédiaires présentant plus de 250 mètres de dénivellée et plus de 100 lits à la base. Il y avait aussi 25 centres intermédiaires de loisirs présentant moins de 250 mètres de dénivellée et moins de 100 lits à la base et, enfin, 60 petits centres.

La dénivellée des centres québécois varie en moyenne de 131 mètres dans les petits centres à 452 mètres dans les centres majeurs. La dénivellée du Mont Tremblant est de 656 mètres. Ce sont surtout les 9 centres majeurs qui peuvent se comparer avec les gros centres de ski de la Nouvelle-Angleterre. Contrairement à la situation d'équilibre observée aux USA et en France, le ski alpin au Québec connaît une croissance importante depuis 5 ans. La clientèle québécoise des skieurs a pratiquement doublé entre 1982 et 1987 passant de 7,5% à 15%; le nombre de skieurs québécois âgés de 18 ans et plus est passé de 661 000 en 1984-1985 à 850 000 en 1985-1986, soit une augmentation de 28%. Il y aurait actuellement près de 1 million de skieurs actifs. La fréquentation des centres

de ski représente environ 10 millions de jours/skieurs dont 90% sont générés par la clientèle québécoise et 10% par la clientèle américaine et des autres provinces canadiennes, principalement de l'Ontario.

Impact économique

L'industrie du ski a généré des dépenses de 425 millions de dollars pendant l'hiver 1986-1987; 200 millions ont été dépensés dans les centres de ski proprement dits; 190 millions au niveau de l'hôtellerie et de la restauration et 75 millions au niveau de l'achat d'équipements et d'articles de sport. L'industrie a généré des recettes fiscales de 62 millions au niveau de la province et de 33 millions au niveau fédéral, soit un total de 95 millions.

Le chiffre d'affaires s'est élevé en moyenne de 160 000 dollars pour les petits centres à 1 million pour les centres intermédiaires de loisirs, 4,4 millions pour les centres intermédiaires touristiques et 6,4 millions pour les centres majeurs.

La vente de billets ne représente que 56% du revenu d'un centre de ski, les autres activités telles que boutiques, écoles de ski, 14% et l'hébergement et la restauration, 40%. Enfin, 10 450 emplois par année sont liés directement ou indirectement à l'activité du ski alpin dont 3 750 dans les stations de ski.

L'entente auxiliaire Canada-Québec

Au cours de la période de 1983 à 1986, 56 centres de ski ont bénéficié de ce programme auquel se sont greffées d'autres formes de soutien. Le coup de pouce du secteur public de 70 millions de dollars a généré des investissements de l'ordre de 180 millions: 75 millions sont allés à la modernisation et à l'expansion des équipements de montagne; 55 millions ont été utilisés à l'hébergement et aux services au bas des pentes; 30 millions ont été consacrés à l'amélioration des infrastructures et des services collectifs; 20 millions ont été utilisés pour l'amélioration générale des centres (46 centres fabriquent de la neige artificielle et 61 ont des pistes éclairées le soir).

Le développement de l'hébergement au pied des pentes est bien amorcé. Depuis deux ans environ, des projets réalisés ou en voie de réalisation totalisent 100 à 125 millions de dollars. D'après une étude récente réalisée par la firme CEGIR "la transformation des principaux centres de ski, une dizaine au maximum, en véritables pôles touristiques quatre-saisons, passe par l'émergence d'une fonction de commercialisation beaucoup plus poussée qu'elle ne l'est à l'heure actuelle" et également par la consolidation des activités d'après-ski qui font la notoriété, la prospérité de certaines grandes stations européennes ou américaines. La neige est indispensable dans les centres de ski, qu'elle soit naturelle ou artificielle mais il faut plus

que de la neige pour attirer et conserver la clientèle. Il faut offrir des activités culturelles et des compétitions sportives d'envergure.

Portrait-type des grandes stations québécoises

Le Mont Tremblant, avec ses 48 ans de service, fait figure de précurseur: ses 14 hôtels, ses 41 pistes balisées, ses 10 remontées mécaniques en font une station de calibre international. Le Mont Sainte-Anne inauguré en 1966 avec sa dénivellée de 625 mètres, ses 14 remontées mécaniques, ses 38 pistes, sa proximité de Québec, est devenu une destination de ski internationale. Le Mont Sainte-Anne s'est doté d'un nouvel hôtel de 89 chambres, on a construit au pied des pentes un centre de villégiature avec boutiques et, récemment, un complexe sportif. Au cours de l'été, près de 7 millions ont été investis au Mont Sainte-Anne dont 600 000 dollars pour améliorer le domaine skiable.

Le massif de la Petite Rivière Saint-François comporte actuellement une dizaine de pistes aménagées mais aucune remontée mécanique. Les descentes s'effectuent par petits groupes sous la conduite d'un guide et les remontées s'effectuent en autobus. Ce centre de ski international en devenir, parce qu'il possède la plus haute dénivellée du Québec, doit éventuellement faire l'objet de travaux évalués à 100 millions de dollars pour la première phase; le massif, qui est jumelé avec la station les Arcs, profitera de l'expertise et de la renommée de cette dernière.

Le programme d'investissements publics et privés amorcé au Québec en 1983 a permis à l'industrie québécoise des sports d'hiver de reprendre une place enviable de la même façon que le Plan Neige mis en oeuvre par les Français a permis à la France de rattraper son retard par rapport à ses voisins Suisses et Autrichiens. Il n'en demeure pas moins que, pour conserver une position concurrentielle, la Belle Province et la France devront continuer à être imaginatives, constantes et agressives au niveau du développement, de l'évolution du produit et du marketing.

Les enjeux du futur

Les vacanciers des sports d'hiver ont déjà adopté les règles du libre-échange depuis quelques hivers. À l'heure actuelle, l'offre est considérable, les compétiteurs des Québécois et des Français sont légion. La concurrence est féroce et l'offre s'est raffinée. Le retour à la station-village s'accroît et la reconquête du village ancestral refait surface. Les marchands des blocs-appartements des neiges doivent se faire plus discrets. Le style montagnard qui s'harmonise avec son environnement fait recette partout où on l'avait foulé aux skis.

Les stations toutes neuves d'Amérique suivent cette tendance: c'est l'Europe servie à l'américaine. L'urbanisme s'inspire des stations de ski à l'européenne où l'on tend à évacuer les voitures et où tout est accessible en peu de temps à pied ou en ski. Pour consoli-

der sa position concurrentielle, le Québec devra accentuer sa priorité sur l'hébergement au pied des pentes comme l'a fait le groupe des "91 majeures françaises" qui possède 1 000 000 de lits touristiques, soit 11 000 lits (5 000 chambres) en moyenne par station. Le Québec est encore loin du compte à l'intérieur de ses "9 majeures" mais il ne devrait pas être réticent à se donner sur les marchés intérieurs et extérieurs une véritable image de pays de sports d'hiver comme les concurrents européens ont si bien réussi à le faire. Pour cela le Québec aurait avantage à améliorer son réseau de transport terrestre et surtout aérien.

La France, de son côté, devra continuer son effort pour corriger les excès de certains grands constructeurs qui ont défiguré certains villages et sites de montagne.

Une collaboration plus intense entre les stations de ski françaises et québécoises devrait s'accroître pour affronter la compétition. Le Québec avec son slogan "skiing à la française" a fait un premier petit pas. C'est au tour de la France de skier à la québécoise!

f

Note

- (1) Ce slogan publicitaire fut utilisé par le Service de marketing de Tourisme Québec pour vendre la neige québécoise sur le marché américain