

[CARE'N RIDE]



première édition / 2021

édi

Quand je suis arrivée chez Mountain Riders, en 2009, j'ai été très vite embarquée par cette énergie bouillonnante, créative, positive, où beaucoup de défis, projets, actions étaient mis en place et beaucoup étaient à créer. Les idées fusaient, la spontanéité et la recherche de plaisir nourrissaient nos actions. C'était cette période dynamique du Grenelle de l'environnement, des premiers Bilan Carbone... nous étions prêts à aller bien plus loin, sans doute trop tôt, en proposant le Flocon Vert notamment.

À cette époque le scepticisme régnait encore fort dans nos montagnes. "On" aimait bien MR, cette bande de jeunes aux bouilles sympathiques, mettait en lumière les enjeux du développement durable à relever en montagne, par l'action et avec le sourire, en affirmant travailler avec tous. Pour d'autres, notre action était perçue comme légère, parfois impertinente... Quoi qu'il en soit, à cette période le champ des possibles s'offrait à nous !

to

Cette première prise de conscience était finalement les prémices du changement, donnant naissance à des actions et projets tout azimut et disparates. Depuis nous sommes passés du dérèglement climatique à l'urgence climatique, mouvement porté par les scientifiques et la société civile. Dans nos montagnes, cette pression a favorisé la prise d'engagement et le passage à l'acte. Les acteurs ont aujourd'hui une maturité dans leur mise en mouvement du changement qui permet de co-construire les modèles de demain.

L'enjeu que nous devons relever, à la fois individuellement et collectivement, est d'ajouter à nos stratégies de réduction des impacts, une stratégie d'adaptation. Cette dernière est complexe, systémique et globale. Elle nécessite un rassemblement des parties prenantes (citoyens, élus, acteurs économiques...) pour élaborer une vision commune de ce vers quoi doit tendre chaque territoire. Les territoires doivent s'ouvrir et être à l'écoute des scientifiques qui leur permettra d'avoir une vision éclairée et à long terme. Puis il est nécessaire ensuite de structurer et formaliser la stratégie de tourisme responsable, avec des instances de gouvernance partagée et des outils de pilotage, mais aussi l'engagement des acteurs économiques et de la société civile dans la co-crédation et le déploiement de cette stratégie de transition. Avec plus d'humilité et d'objectifs communs, les acteurs de la montagne s'ouvrent les uns vers les autres admettant ainsi que c'est ensemble que nous irons plus vite et plus loin.

Concrètement, il s'agit d'engager un nouveau dialogue avec les acteurs locaux et réfléchir ensemble à des nouveaux modes de gouvernance, afin de favoriser l'émergence d'idées et la convergence vers des projets, de manière permanente. Cela induit de faire évoluer nos comportements vers une posture de co-construction favorisant l'expression de l'individu et une prise de décisions portées par le plus grand nombre. Ainsi les décisions sont riches et innovantes car elles ont été nourries par chacun.

Nous voyons aujourd'hui des territoires qui sont en train de mettre en mouvement ce nouveau type de gouvernance. Ce processus de transformation est profond et structurel, il apporte énormément de puissance.

Chez Mountain Riders nous sommes convaincus que la prise de conscience se renforce, et que le passage à l'action se structure, en mettant au cœur notre relation à la nature. C'est en ce sens que nous accompagnons à la fois, les acteurs des destinations touristiques de montagne avec le Flocon Vert, et les pratiquants et visiteurs en activant le pouvoir d'agir. Notre raison d'être est d'accompagner celles et ceux qui souhaitent proposer un tourisme responsable centré sur des rapports humains de coopération et d'apprentissage.

Camille Rey-Gorrez
directrice de l'association Mountain Riders

7

regards croisés

mot de l'asso

6

15

montagne en
transition

LE 21
DOS-
SIER

carte **30** blanche



38 les coulisses MR

Association Mountain Riders
Maison des Associations,
67 rue Saint François de Sales
73000 Chambéry

Directrice de rédaction
Camille Rey-Correz

Responsable de rédaction
Yann Lamaison

Mise en page et design graphique
Nolwenn Gotteland

Gutenberg Imprimerie
9, rue de la Barrade
Z.I. du Pont de Tasset
74960 Meythet / Annecy
impression sur papier recyclé

paru le 18 juin 2021
en 300 exemplaires
diffusés gratuitement à l'occasion des 20 ans

Cairn (n.m) : *Amas de pierres élevé par les explorateurs des régions polaires ou par les alpinistes, afin de marquer leur passage.*

Care’n ride : *Fulgurance linguistique qui nous permet d’exprimer à la fois l’enjeu du soin à soi, aux autres, aux éléments, à la montagne. Rappelant dans sa sonorité le sens du mot cairn. Tout en recherchant le bien être, le bonheur, l’évasion, le dépassement de soi, l’aventure collective d’une session de ride en montagne.*

En montagne, le cairn est souvent utilisé pour indiquer une direction ou compléter le balisage existant lorsque les conditions météo sont défavorables et la visibilité réduite.

Alors nous aussi, on avait envie de montrer le chemin et marquer notre passage.

Depuis la création de l’association il y a déjà 20 ans, nous avons vu évoluer les pratiques des territoires, les comportements du grand public mais aussi la prise de conscience citoyenne autour de la préservation de ce que l’on aime appeler notre terrain de jeu.

À travers des actions de sensibilisation, d’accompagnement, de formation ou encore de mobilisation sur le terrain, nous nous sommes attachés à transmettre nos messages sans jamais moraliser et à apporter des solutions concrètes à celles et ceux souhaitant devenir acteurs du changement.

À l’heure de Zoom, LinkedIn et autres WeTransfer, nous avons préféré vous parler de tout ça via un bon vieux support papier, qui nous rappelle également le besoin de contact, de déconnexion et de prise de hauteur dont nous avons besoin.

À travers ces témoignages, ces retours d’expériences et ces prises de parole, nous espérons que ce format vous plaira et vous donnera, comme à nous, l’envie d’agir pour une montagne aussi essentielle que fragile.

Bonne lecture !

Le Conseil d’Administration

COISSES REGARDS

et quelques bonus...

7



Mountain Riders, 20 ans d'actions !

20 ans d'actions c'est aussi, et surtout,
une sacrée aventure humaine. Avec des parcours de
bénévoles, salariés, stagiaires, volontaires...

Chacun a apporté, contribué, **à son niveau**

8 à ce qu'est **Mountain Riders aujourd'hui**,
une grande famille !



« Nous avons pris pour habitude de dire
que l'association avait pour objectif de
ne plus exister puisque tout le monde
comprendrait les enjeux et agirait en
conséquence. » Erwann

Erwann = Président de l'association de 2009 à 2014

Quel regard portes-tu sur

l'évolution de l'asso ?

Erwann

Nous avons pris pour habitude de dire que l'association avait pour objectif de ne plus exister puisque tout le monde comprendrait les enjeux et agirait en conséquence. Du coup force est de constater que le regard est ambivalent. À la fois c'est extrêmement réjouissant de voir une association pérenne, toujours en développement de nouveaux projets, à porter des convictions et s'inscrivant dans l'éducation populaire pour amorcer des changements, et puis agaçant de toujours voir 20 ans après que la politique publique n'a toujours pas intégré ces enjeux et préfère déléguer (dans le meilleur des cas) aux associations et ONG la résolution de ceux-ci. La force de Mountain reste d'être ancrée territorialement et de pouvoir être force de proposition aux échelons de décisions concernées.

Laureline

Je suis arrivée chez Mountain Riders comme bénévole il y a quelques années déjà. De nature plutôt optimiste, j'ai envie d'être hyper fière de ce que l'association est devenue et de la direction qu'elle a prise. Mountain Riders a su s'inscrire de façon pérenne, et avec toute sa légitimité, dans le paysage de la transition écologique. Nous avons grandi, nous avons su nous renouveler et proposer à nos partenaires, aux responsables politiques ou encore aux socioprofessionnels des outils originaux pour travailler concrètement sur les problématiques du changement climatique en montagne. Le label Flocon Vert est l'un de ces outils, il s'est vraiment développé ces dernières années et reflète, à mon sens, le dynamisme constant de l'association.

Laureline = Co-Présidente de l'association depuis 2014

QUELLE EST TA VISION DE MOUNTAIN RIDERS DEMAIN ?



Erwann

Je crois que je manque d'hypothèses stables pour définir MR de demain : combien de confinements ? Combien d'hiver sans neige ? La parka rouge va-t-elle être réélue à la tête d'AURA ? Nous étions tous raisonnablement optimistes sur cette sortie de crise, un hiver sans remontées mécaniques devait donner l'occasion aux territoires de montagnes d'amorcer cette transition vers des activités durables, repenser et mettre en œuvre ! Et puis j'ai vu des stations transformer des parkings en piste de karting pour moto-neige, mettre en place des navettes en 4*4 et proposer des balades en dameuse. Alors je me dis que dans les prochaines années l'accompagnement de collectivités, d'OT et des différents acteurs sera toujours à mener. L'impact social du changement climatique va, à mon sens, devenir un des enjeux de ces prochaines années, Mountain Riders devra peut-être accompagner plus fortement cet aspect. Sans poser de dates, nous savons que nous allons vivre à la fois la catastrophe annoncée, et à la fois un monde de transition écologique, à nous de faire en sorte que ce dernier précède et amortisse le premier.



Laureline

Nous avons encore du pain sur la planche ! C'est un peu triste mais c'est aussi extrêmement stimulant. Ces 2 hivers si particuliers ont, par la force des choses, incité certaines stations à repenser leur modèle économique uniquement basé sur le ski de piste. Il a fallu faire preuve d'originalité et envisager une économie sur les 4 saisons. D'autres stations n'ont, malheureusement, pas sauté le pas. Dans le changement, chacun avance à son rythme et je pense que nous devons respecter la capacité d'adaptation de chacun: les habitudes ont la vie dure ! Peu importe le territoire et le niveau de réflexion engagé, Mountain Riders se doit de poursuivre ses missions d'accompagnement avec humilité, sans jugement ni moralisation, comme nous l'avons toujours fait. Nous sommes conscients que les enjeux futurs sont colossaux et dépassent largement la problématique environnementale, nous devons donc continuer à agir positivement afin d'entraîner avec nous un maximum d'acteurs.

« L'impact social du changement climatique va, à mon sens, devenir un des enjeux de ces prochaines années, Mountain devra peut-être accompagner plus fortement cet aspect. »

Erwann

Laureline

Les 20 ans évidemment! Très sérieusement, je n'étais pas encore arrivée à l'association quand Mountain Riders a soufflé ses 10 bougies, et nous avons loupé le coche des 15 ans. Nous avons bien besoin de 2 jours pour souffler nos 20 bougies. Le gâteau sera beau et les invités de marque, ce n'est pas tous les jours que l'on a 20 ans. Je pense aussi que cet anniversaire marque un tournant dans la vie de l'association: la famille s'est bien agrandie et les projets ont pris une autre ampleur. Nos convictions n'ont pas changé, bien au contraire: nous sommes prêts pour les 20 prochaines années!

« Le gâteau sera beau et les invités de marque, **ce n'est pas tous les jours que l'on a 20 ans.** » *Laureline*

11

Quel est ton souvenir le plus fou dans cette aventure ?



Erwann

La tournée du respect Festival en 2008, c'est aussi ma première année de bénévole et comme j'étais tout neuf, Jérémie m'exploitait pour enlever les 20cm de glace sur le parking à la pioche. Tout ça pour installer son four solaire et produire les 30 litres de vin chaud (au blanc) en guise de repas du week-end pour les bénévoles. Son karma ne s'en est pas remis, la dernière fois qu'on l'a vu il faisait du kayak dans un waterslide aux Arcs, moche histoire... Mais blague à part, cette énergie de 4 week-end de concerts, 4 lieux différents, une mobilisation exceptionnelle de bénévoles, un concept global, un accueil euh... différent au sein de l'association par le Prez, Jérémie, Fix et Laurent et tous les acolytes déjà présents ont fait que j'ai eu envie de m'investir un peu pour le développement de MR, et surtout a été révélateur pour moi d'un esprit associatif que je ne connaissais pas.

Erwann

Pour moi l'essentiel reste l'état d'esprit de Mountain Riders et sa capacité d'innovation. La vision du Grand Maître des Padawan le Prez de réussir à fédérer des pratiquants du même terrain de jeu pour sa préservation était novatrice dans les années 1970 (d'où son âge actuel).

L'état d'esprit dans lequel on évoluait en tant que bénévoles est là, indemne, volonté du conseil d'administration de préserver cette qualité d'accueil, de bienveillance pour les adhérents, mais aussi cette furieuse envie de déconner parfois qui a laissé libre court à toutes sortes d'inventions, de concepts et d'idées, plus ou moins farfelues certes...mais toujours dans la bonne humeur :-).

Laureline

Sans grande originalité et comme l'a écrit Erwann, je ne peux pas ne pas citer l'état d'esprit de Mountain Riders. Du coup, je vous propose de lire la réponse d'Erwann ! En quelques mots: nous sommes portés par une énergie bienveillante et positive, parfois festive, parfois philosophique, et parfois sage. Heureusement, pour notre anniversaire, nous n'avons pas prévu de changer !

«La vision du Grand Maître des Padawan le Prez de **réussir à fédérer des pratiquants du même terrain de jeu pour sa préservation** était novatrice dans les années 1970.»

Erwann

ODE AU RIDE!

Rideuses ou chevaucheurs
A celles et ceux qui cheminent
En montagne ou en plaine,
Chacun sa trace singulière
Un mot pour vous, pour moi ;

Sur un surf ou des lattes, un bike
Une board ou une paroi
Un bâton, un bonnet, une godasse ou un chausson
Peu importe!

L'engagement est total, assumé, parfois risqué
Souvent au service de plus grand que soi
Le climat, les enfants, la nature, l'éducation, soi, l'autre...
Très bien mais est-ce l'essentiel ?

Le style, coloré, aérien, acrobatique, artistique
Créateur de beauté, d'original, de nouveau
Etonnant et détonnant.
Très bien mais est-ce l'essentiel ?

Et si l'essentiel était dans l'équilibre ?
Chercher son centre, le trouver, le perdre,
L'accueillir, le faire vibrer, années après années
Jouer avec dans une danse permanente ?



13

Un équilibre entre
engagement et respiration
effondrement et renouveau
humain et biodiversité
progrès et culture
sécurité et imprudence
tricks et sobriété
musique et silence
faire et être

Pour les 20 prochaines années
A toutes les rideuses, rookie ou ridées
Aux montagnards, ces belles âmes d'humanité
A nos montagnes, celles belles rides de Terre

Je nous souhaite des genoux solides
Et un centre de gravité joyeux !

Laurent Burget Pilon
juin 2021

« LE MOT DU FONDATEUR »

Au départ, le projet était de créer une antenne Surfrider à la montagne...mais cela n'étant pas possible, nous avons fait les choses nous même.

Avec une première équipe, Colette pour le logo, le 1er Swallow, la com...et Marc pour le site. Bientôt rejoint par des riders d'un peu partout : Stewart, Thierry Truffet, Fix, et tant d'autres...

Après 3 années à observer, rencontrer, partager, on croise un Jérémie, boule d'énergie et de passion, qui, amenant avec lui une joyeuse bande, va faire passer Mountain Riders en mode sidéral, multipliant les partenariats, supports pédagogiques, relais locaux (antennes), site web... avec le même esprit : informer et sensibiliser, analyser, construire, tout en restant accessible, et surtout en se marrant... énormément.

14

Puis les évènements et les emplois de salariés se succèdent, des membres en amenant d'autres... Mister Laurent Biche de Ruche, Pilipe alias Billy et Willy, Mister B... je ne peux pas tous les citer, mais toutes ces rencontres ont été d'une richesse énorme, constructive, avec des amitiés qui ne se perdent pas malgré le temps et le chemin de chacun. J'ai eu la chance de partager tout cela avec vous, et cela a marqué ma vie... Certains nous ont quitté, mon Koy, mais tu es toujours avec nous. Merci à toutes et à tous de vous être impliqués et d'y croire ! ■■■

Christian Bujeaud, Fondateur de l'association Mountain Riders



MON- TAGNE EN TRANSI- TION

FLOCON VERT

16

La question de transition écologique en montagne n'est pas nouvelle : en 2006, l'association Mountain Riders publie « *L'Eco-Guide des Stations de montagne* », un guide des bonnes pratiques et actions positives menées par les stations. En parallèle nous réalisons le 1er bilan carbone d'une station de montagne, en 2007, avec Saint Martin de Belleville puis très vite nous poursuivons ces travaux avec l'ADEME et l'ANMSM pour réaliser un bilan carbone avec un panel de 10 stations pour plus de représentativité.

Cette même année nous co-construisons, avec ces deux mêmes partenaires historiques, la charte en faveur du développement durable en montagne, aujourd'hui devenue CIMES, de quoi permettre un premier pas d'engagement auprès des élus. À cette période, notre mission est de favoriser, intensifier, la prise de conscience car le déni du changement climatique est très présent.

Afin d'aller plus loin, nous lançons entre 2010 et 2012 le Flocon Vert, et animons un travail collectif autour de ce premier cahier des charges, pour donner naissance aux premières stations labellisées en 2013.

« Ce label est développé pour donner aux amoureux de la montagne **une vision claire sur les destinations touristiques engagées activement dans leur transition écologique.** C'est aussi **une véritable démarche d'accompagnement** des acteurs locaux, des élus, des habitants pour soutenir et mettre en mouvement **leur transition locale et collective.** »

Camille Rey-Gorrez, directrice de Mountain Riders

Grâce à cette démarche labellisante co-construite avec différentes institutions et acteurs de la montagne et plus largement du tourisme responsable, ces destinations se munissent d'un outil d'accompagnement à l'amélioration continue et de valorisation positive. En 2021, 8 destinations sont labellisées et 20 sont engagées dans la démarche.

Dernière labellisée en date, Bourg-Saint-Maurice Les Arcs a mis en place de nombreuses initiatives sur les thématiques abordées par le Flocon Vert : stratégie zéro déchet plastique, déploiement du dispositif Cap Energie pour réduire sa consommation énergétique, création de zones de quiétude avec le Parc National de la Vanoise, valorisation du patrimoine naturel et culturel, développement d'un projet alimentaire territorial et aide à l'installation de jeunes maraîchers, une gouvernance plus partagée pour piloter la stratégie de tourisme durable...

Élu maire de la commune l'année dernière, Guillaume Desrues revient avec nous sur les moments forts de ce début de mandat et nous livre les clés pour réussir à enclencher une démarche de transition sur son territoire.



Guillaume Desrues

À 39 ans, vous devenez maire d'une commune mêlant attractivité touristique et forte vie locale. Qu'est-ce qui vous a motivé à vous engager politiquement ?

J'ai depuis toujours été attaché au fonctionnement collectif : Très engagé dans le mouvement associatif (sportif, musical, de quartier, de parents d'élèves). Le vivre ensemble a toujours été un fil directeur dans ma démarche. Il vient un moment où l'on doit aller plus loin,

car on ne peut critiquer sans agir. Très préoccupé par les enjeux environnementaux, j'ai voulu m'engager pour être acteur au niveau de notre territoire sur les problématiques qui me sont chères : l'environnement, la mobilité et l'habitat. Notre enjeu du mandat : Faire de Bourg Saint Maurice Les Arcs et la Haute Tarentaise une destination responsable où l'on vient se ressourcer, s'aérer, skier et même travailler dans un environnement majestueux.

L'un des 4 piliers de la démarche Flocon Verts s'appelle " Gouvernance & Destination ".

Quelle place donnez-vous à la gouvernance dans la transition écologique ?

La Transition doit être écologique, mais aussi économique et sociale. Cela implique un certain nombre de changements dans les représentations de nos concitoyens. Et si on peut penser parfois que les étapes de concertation sont une perte de temps, voir de la « réunionite », ce sont des moments indispensables d'intégration pour nos habitants. Par exemple, nous sommes en train de transformer une rue commerçante en Espace Partagé : Après un temps de présentation du projet, nous passons à une phase de test sur site (aménagement provisoires) qui seront suivis de 2 moments de concertations avec les habitants et les commerçants. Ce seront des moments dédiés à l'échange et à la modification si nécessaire du projet. C'est absolument nécessaire pour l'acceptabilité de ce genre de projet qui modifie les habitudes.

Et si on peut penser parfois que les étapes de concertation sont une perte de temps, voir de la « réunionite », ce sont **des moments indispensables d'intégration pour nos habitants.**

Guillaume Desrues

Quelles actions avez-vous mis en place pour ouvrir davantage la gouvernance et remettre le citoyen au cœur de la vie du territoire ?

Nos premières actions communales ont été de mettre en place un conseil citoyen des jeunes, dont les membres ont été tirés au sort. Doté d'un budget de 15k€, beaucoup d'actions en faveur de l'environnement et de la biodiversité sont en cours de mise en place: Nichoirs à Oiseaux et abris pour insectes dans les écoles, des potagers partagés, des équipements pour venir à l'école en vélo. Notre ambition est de former les citoyens de demain !

Ensuite, un budget participatif doté de 100000€ a été mis en place. Pas moins de 42 projets ont été déposés sur la campagne 2021! Cela montre un réel engouement de nos habitants pour ce type d'action, accessible à tous !

Enfin, et cela a pris du retard avec la crise sanitaire, nous espérons mettre en place le Conseil citoyen avant la fin 2021. Cette instance nouvelle composée de membres tirés au sort aura 2 missions: un but consultatif pour les projets communaux, et ce sera également une force de proposition pour la commune. Le tirage au sort permet d'avoir une assemblée représentant le plus fidèlement la population.

En tant qu' élu d'une commune de montagne, quelles clés donneriez-vous aux autres territoires pour s'engager dans une démarche de transition ?

Nous sommes élus depuis moins d'une année, donc il est trop tôt pour être affirmatif sur la pertinence de telle ou telle action. Ce que je ressens néanmoins, c'est que nos positions symboliques et fortes sur les

sujets environnementaux (extinction éclairage nocturne, refus d'une antenne 4G dans une vallée préservée, moratoire sur les constructions touristiques nouvelles...) sont vraiment attendues par nos populations. Bien sûr, il faut savoir écouter et modifier si besoin la position. Je prends l'exemple de l'éclairage où nous allons modifier l'ho-

raire estival d'extinction des lumières suite à une demande des restaurateurs. L'essentiel étant au final de réussir à mettre en place ces mesures en faveur de la biodiversité. ■

«Faire de Bourg Saint Maurice Les Arcs et la Haute Tarentaise **une destination responsable** où l'on vient **se ressourcer, s'aérer, skier** et même **travailler** dans un environnement majestueux.»

Guillaume Desrues



Sébastien Galy

19

La Fondation Nicolas Hulot soutient Mountain Riders et le Flocon Vert depuis ses débuts, quelles ont été ses motivations ? Quel a été le moteur pour la Fondation ?

C'est d'abord autour des valeurs et de la philosophie que la Fondation Nicolas Hulot et les Mountain Riders se sont retrouvés. Au début des années 2000, construire toute son approche sur le dialogue avec l'ensemble des acteurs de la montagne, notamment ceux du secteur privé, était révélateur de la vision de l'association mais aussi de son courage. C'était une position inconfortable car elle créait de la méfiance des deux côtés. Mais nous étions intimement convaincus que les enjeux de la transition écologique nous imposaient de dépasser nos diffé-

rences. Aujourd'hui encore, nous cherchons à construire demain sur ce qui nous rassemble, tout en évitant les pièges de l'immobilisme et sans sacrifier un certain niveau d'exigence.

Le Flocon Vert illustre bien cette approche, ce qui explique que la Fondation en soit un des contributeurs depuis le tout début.

Quel est selon toi l'enjeu majeur du Flocon Vert aujourd'hui ?

Les crises que nous vivons viennent nous rappeler que le modèle sur lequel la montagne française a été façonnée appartient au siècle passé. Mais elles nous montrent aussi que ce modèle a généré un important tissu socio-économique qui ne peut pas être ignoré.

Je crois que le Flocon Vert à vocation à devenir l'espace où se réfléchit et s'expérimente la « montagne de demain » dans toute sa diversité, car il concentre des intelligences et des énergies qui ont déjà commencé à la construire.

Si tu devais donner l'essentiel de ce qu'il faut retenir de cette démarche ?

Le Flocon Vert combine la souplesse d'une démarche à l'exigence d'un label. Cela signifie qu'il prend chaque territoire au niveau où il se trouve et tient compte de ses spécificités. Mais il donne aussi une direction et offre un cadre exigeant pour « cranter » le chemin, étape après étape. Sa principale richesse est de réunir de nombreux acteurs qui contribuent, depuis longtemps maintenant, à la transition écologique et solidaire des territoires de montagne.

Ta vision de l'avenir de la transition en montagne et du rôle de Mountain Riders ?

J'ai toujours pratiqué la montagne, je l'aime profondément et, aujourd'hui, je suis heureux de partager régulièrement cette passion avec mes trois enfants. D'un côté, la rapidité des changements que je constate ces dernières années m'inquiète et je me demande comment sera la montagne qu'ils connaîtront demain. D'un autre côté, je vois de plus en plus d'initiatives qui émergent partout et cette formidable énergie me réconforte.

Je sais que Mountain Riders a beaucoup joué ce rôle de semeur d'idées ces 20 dernières années. Il faut continuer et même accélérer les choses ! ■■■



Le dossier

2021 RÉTROSPECTIVES ET PROJECTIONS

21

Printemps 2001

À l'heure où l'urgence climatique est encore loin d'être au cœur des sujets sociétaux, un groupe d'amis œuvre déjà pour la préservation de leur terrain de jeu. Après la fonte des neiges, ils organisent des ramassages de déchets, partout dans les Alpes. Le mouvement prend petit à petit et se développe en tant qu'association d'éducation au développement durable en montagne.

20 ans et des centaines d'opérations plus tard, Mountain Riders compte 6 salariés, bientôt 9, un réseau national d'adhérents et se positionne comme un acteur majeur de l'accompagnement des jeunes et

moins jeunes au changement de leur pratique de la montagne.

Entre temps, la société a vu les mentalités évoluer et certains territoires se sont positionnés comme acteurs du changement en engageant des démarches de transition ambitieuses.

Alors, quel regard porter sur ces 20 dernières années ? Que retenir des évolutions économiques, sociales et environnementales qu'ont connu les territoires de montagne ? Et surtout, comment imaginer la montagne de demain ?

2001, à l'origine de la prise de conscience

[Armelle Solelhac, fondatrice de l'agence SWiTCH et spécialiste du tourisme en montagne]

En tant que partenaire de la première heure, comment perçois-tu l'évolution de nos actions et de notre positionnement depuis nos débuts jusqu'à aujourd'hui ?

L'évolution de Mountain Riders ces vingt dernières années est parlante. Nous sommes passés d'une bande copains qui se sont rassemblés autour d'une conviction à une véritable équipe d'experts de la sensibilisation et de la protection de l'environnement en montagne, qui conduisent des actions concrètes au quotidien. Cette professionnalisation s'est accompagnée d'une montée en compétence très importante de l'équipe, sans quoi l'association n'aurait sans doute pas survécu. Si la légèreté des débuts et les touches d'humour qui m'amusaient tant sont moins présentes aujourd'hui - parce que la situation est aussi beaucoup plus urgente qu'il y a 20 ans - la bienveillance est, quant à elle, toujours le maître mot au sein de l'association. C'est d'ailleurs l'une des principales raisons pour laquelle, à mon sens, elle est si plébiscitée par les parties prenantes en montagne aujourd'hui. Elles savent qu'elles ne seront pas pointées du doigt et fustigées par l'équipe, mais qu'elles seront au contraire aidées à progresser et à atteindre leurs objectifs sur le plan environnemental.



Il est d'ailleurs intéressant de noter que les missions de sensibilisation et de pédagogie auprès du grand public me semblent moins nombreuses qu'il y a encore 10 ans. Elles ont laissé la place à plus d'accompagnement des professionnels du tourisme en montagne, car le temps n'est plus à la sensibilisation, mais à l'action. Dans ce sens, la création du Flocon Vert et les nettoyages en montagne sont pour moi les deux actions les plus emblématiques de Mountain Riders et celles qui ont le plus d'impact à court comme à long terme. D'ailleurs, mon secret espoir est que, dans 20 ans, l'association n'ait plus besoin d'organiser ces nettoyages, parce que les visiteurs et les résidents des massifs montagneux auront enfin compris que la planète Terre est notre seule maison et qu'il faut en prendre le plus grand soin.

Quels sont pour toi les grands changements qu'a vécu la montagne sur l'aspect « transition environnementale » ces dernières années ?

En 2010, l'une de mes premières missions, était d'accompagner la station de Métabief (Jura) dans une réflexion prospective sur la diversification de ses activités. Fin 2020, celle-ci a acté la fermeture de ses pistes de ski alpin à l'horizon 2030-2035, ce qui aurait été impensable une douzaine d'années plus tôt.

Ces changements concrets, bien qu'effrayants au départ, nous obligent à faire preuve de créativité pour nous adapter et trouver d'autres modèles d'affaires, plus

respectueux de la nature et des aspirations profondes de la clientèle. Cette prise de conscience des enjeux et des impacts du changement climatique sur les business models des stations de montagne a lieu doucement, mais sûrement. C'est sans aucun doute l'un des plus grands changements qu'a vécu la montagne ces dernières années. Il y a encore de nombreuses résistances et il faudra sûrement encore une dizaine d'années avant que ce soit complètement intégré. Mais dans l'ensemble, les acteurs du tourisme en montagne et les habitants de ces régions si fragiles se mettent en mouvement pour faire face à ce nouveau paradigme et non seulement repenser leur relation à la nature, mais aussi en tirer le meilleur parti.

2021, une société en mutation et façonnée par les enjeux environnementaux

23

À la sortie du premier confinement en juillet 2020, la destination montagne a connu un essor exceptionnel.

Si la souplesse des conditions générales de vente ou la communication groupée à l'échelle de la destination ont pu accentuer cet engouement, la quête de grand air, de calme ou encore de vacances locales ont poussé la clientèle française à préférer l'air de la montagne.

Alors, simple effet post-confinement ou véritable changement de paradigme ?

Selon nous, le Covid-19 aura simplement accéléré l'évolution plus globale d'une société qui se pose chaque jour davantage de questions sur son impact environnemental : comment concilier outdoor et environnement ? Comment donner davantage de sens à ma consommation ?

En effet, une récente étude menée par G2A Consulting, Montagne Leaders et Co-Managing indique que plus de 60% des Français (62% exactement) affirment que le respect de l'environnement fait partie des critères

de choix d'une destination touristique¹. De même, la clientèle de montagne semble aujourd'hui consciente de l'impact de son mode de transport ou de son comportement (voir l'enquête G2A).

D'autres agences travaillent également activement à comprendre les nouvelles perceptions de la montagne par la clientèle touristique, en perpétuelles évolutions. C'est le cas de PopRock, que nous avons le plaisir d'accueillir dans ce numéro.

Au-delà d'une prise de conscience, de plus en plus de citoyens cherchent également à devenir acteurs du changement, en participant à des actions de préservation de l'environnement.

C'est le cas pour les opérations de ramassage de déchets qui fleurissent et dont le nombre d'initiatives se multiplie au fil des années: CleanWalk, Clean my Calanques, Remed Zéro Plastique, Initiatives Océanes... Ou encore Montagne Zéro Déchet, notre tout nouveau programme de réduction des déchets à la source en montagne. ■■■■

[Laureline Chopard est gérante associée chez PopRock, agence de conseil en transition des marques et territoires. Elle est également cofondatrice des Passeurs, revue de référence sur la montagne de demain.]

Réchauffement climatique, effondrement de la biodiversité, limites d'un modèle de développement « extractiviste » : 2019, puis 2020, ont été des années de prise de

conscience à grande échelle. La montagne, milieu fragile et surexposé, illustre et cristallise ces enjeux planétaires et leurs ramifications économiques, sociales et politiques.

Les débats autour de nouveaux projets sont vifs. Ces réactions en disent long sur l'évolution profonde des représentations liées aux enjeux de transition, à ce qui est ou sera considéré comme « durable », « responsable », ou pas, et qui va influencer les comportements dans les années et décennies à venir.

Retour au bon sens

Les années 2000 étaient celles de la globalisation, du monde comme terrain de jeu et de la toute puissance, dont les deux totems pourraient être l'explosion des vols low cost et celle d'Amazon, supermarché global en livraison rapide. 2020 nous fait revenir à un monde fini, plus tangible, plus raisonnable, plus simple, plus lent. La toute-puissance fait place au bon sens, avec l'émergence de consommateurs conscients: prendre soin de ses affaires pour qu'elles durent plus longtemps, acheter local et de saison, s'informer sur ce que l'on acquiert. Les domaines de l'alimentation et de l'habillement installent ces usages qui se diffusent dans tous les secteurs de consommation².

En montagne, ce retour au « bon sens » pourrait consister à proposer ce que la montagne peut offrir selon les saisons et les conditions, se reconnecter à des visiteurs de proximité, entretenir le lien social et la vie locale toute l'année, savoir renoncer à certains projets.

1-« Environnement et tourisme de montagne: nos clients sont-ils devenus schizophrènes? », G2A Consulting, 2020
2-Voir à ce propos l'étude Poprock avec Club Med, CDA, Decathlon, La Clusaz, SMBT, SNCF réalisée en 2019 sur l'impact des enjeux DD sur les comportements outdoor: https://www.youtube.com/watch?v=c6qWqVx_D14

Les Passeurs est un projet collectif visant à faire émerger de nouveaux imaginaires positifs en montagne. Sa première production est une revue parue en mars 2021 sur le thème « **Vivre en montagne après 2020** ». Scientifiques, journalistes, entrepreneurs, mais aussi dessinateurs, photographes et simples passionnés y ont contribué. L'aventure continue avec des ateliers de co-création et un numéro 2 en préparation qui paraîtra en novembre 2021, sur le thème « **Montagne Zéro Carbone** »



3 français sur 4 pensent que la sobriété est un passage incontournable pour répondre aux enjeux environnementaux.³

Faire sa part, une nécessité

Chacun d'entre nous, individuellement, fait évoluer ses habitudes, plus ou moins vite, plus ou moins facilement. On nous demande de faire notre part. Et nous attendons des marques, des organisations qu'elles en fassent autant (voire plus, cf infra.), en nous proposant des alternatives durables. Ainsi en montagne, l'attendu est de permettre à minima une continuité des comportements du quotidien qui deviennent des standards : trier et recycler ses déchets, acheter local et de saison, disposer d'alternatives douces à la voiture (une réalité quotidienne pour des millions d'urbains, qu'il faut rendre tangible dans nos milieux contraints de montagne).

Interagir avec le Vivant

La notion de sobriété s'inscrit en réponse à la surexploitation des ressources, et par extension de la « Planète », par l'humain. Ainsi des courants de pensée issus de l'anthropologie et/ou de la philosophie, portés en France par des chercheurs comme Baptiste Morizot⁴, Philippe Descola⁵ ou Nastassja Martin⁶, remettent en question la vision naturaliste occidentale faisant de la « Nature » un objet que les hommes pourraient exploiter ou sanctuariser. Ils nous

proposent d'autres manières d'être au monde, issues de sociétés « natives », dans lesquelles l'Humain fait partie du Monde, au même titre que les animaux, le peuple végétal ou les éléments naturels, avec lesquels il doit interagir et négocier.

Les partisans du « droit de la nature » travaillent à la reconnaissance de droits fondamentaux pour les éléments naturels (comme pour le fleuve néozélandais Wanghanui en 2017⁷), qui permettraient de défendre leurs intérêts au sein de la société civile.

Ces conceptions nouvelles vont encore progresser dans les années à venir. Il faudra montrer plus que jamais en quoi les aménagements et projets menés en montagne proposent une interaction gagnant/gagnant entre les humains et le milieu qui les entoure.

S'engager sincèrement, défendre une vision sociale pour mieux vivre ensemble et avec la planète

En tant qu'individus, nous attendons de la société (civile et politique) une réponse et un engagement à la hauteur des périls auxquels nous sommes confrontés, et pour lesquels nous ne sommes pas à la hauteur individuellement.

Les destinations touristiques n'y échappent pas. Ainsi les destinations de montagne doivent affirmer leur contribution positive à la société, leurs valeurs et s'engager concrètement pour plus grand qu'elles : garder vivants les territoires de montagne et leurs ha-

3-Institut Montagne/Les Echos 4 mars 2021 (échantillon de 1003 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus)

4-Baptiste Morizot, *Manières d'être vivant*, Actes Sud, 2020.

5-Philippe Descola, *Par-delà nature et culture*, Gallimard, 2005.

6-Voir l'interview de Nastassja Martin dans la revue *Les Passeurs* #1, *Vivre en montagne après 2020*, Les Passeurs, 2021.

7-La Nouvelle-Zélande dote un fleuve d'une personnalité juridique, www.lemonde.fr, 20 mars 2017

bitants humains et non humains, préserver et renforcer leur rôle de puits de carbone, connecter des millions de personnes aux bienfaits des grands espaces et des éléments

naturels, en profiter pour les sensibiliser et les éduquer à mieux en prendre soin. Des combats qui sont dans notre ADN et auxquels nous devons redonner la priorité.



Qui seront les pionniers « Mountain Riders » de demain ?

28

Le 16 mars dernier, à l'occasion du lancement des États Généraux de la Transition du Tourisme en Montagne, la station jurassienne de Métabief a confirmé son ambition d'abandonner le ski alpin à l'horizon 2030-2035.

À l'heure de la diversification et du tourisme à l'année, les stations doivent réinventer leur modèle pour atteindre leurs ambitions environnementales et attirer une clientèle plus consciente de la nécessité de préserver ce terrain de jeu, aussi essentiel que fragile.

À l'image de Métabief, les stations se positionnent donc comme pionnières sur le développement de nouvelles offres,

transformant au passage un lieu historiquement de vacances en véritable lieu de vie.

Alors, au sein de Mountain Riders, nous nous questionnons également sur les pratiques et le rôle de l'association demain ?

Réponse avec Nico Didry, maître de conférences à l'Université Grenoble Alpes et sympathisant Mountain Riders de la première heure.

[Nico Didry est maître de conférences à l'Université Grenoble Alpes, chercheur au CREG (Centre de Recherche en Economie de Grenoble) et responsable du Master Stratégies Economiques du Sport et du Tourisme.]



« Mais c'est le défi collaboratif à relever pour véhiculer les valeurs de **la montagne de demain** : pour qu'elle puisse devenir encore **plus accessible** tout **en restant préservée**, pour qu'elle devienne encore **plus plurielle** tout **en gardant son caractère sacré**, pour qu'elle **se diversifie** tout en **conservant son authenticité**. » Nico Didry

En 2001, une poignée de pionniers (dans le sens de « personne qui fraye le chemin »), une bande de copains lancent cette belle aventure. Il existe déjà quelques associations œuvrant pour la préservation de l'environnement (Greenpeace, Surfrider Foundation, FRAPNA, Mountain Wilderness, etc.), mais Mountain Riders fait vite sa place et devient un acteur reconnu et incontournable dans les territoires de montagne.

20 ans plus tard, le nombre d'acteurs n'a cessé d'augmenter que ce soient de nouvelles associations (POW), des initiatives locales, des marques (Patagonia, Picture, Lagopède, etc.) ou encore des collectivités locales (avec le développement de labels). Il est fort probable que cette dynamique continue à s'amplifier.

Le premier défi pour Mountain Riders sera alors de continuer à exister dans ce contexte « concurrentiel » afin de préserver son image auprès des institutions mais aussi de développer sa notoriété et son image auprès des nouvelles générations qu'elle doit pouvoir fédérer.

« À l'ère de l'information, l'invisibilité équivaut à la mort » écrivait Bauman en 2008.

La visibilité, notamment pour les nouvelles générations, passe par les outils de communication digitaux. À l'heure de la digitalisation de nos modes de communication, n'est-ce pas l'occasion de repenser le rôle

des bénévoles de Mountain Riders, et ainsi de fédérer un collectif d'ambassadeurs qui deviendraient des relais de communication ? L'information n'est jamais aussi bien perçue, reçue et acceptée que lorsqu'elle vient d'amis ou de ses pairs. Qui n'a pas rêvé d'être un pionnier ? Cette possibilité serait donnée à tous. La force de Mountain Riders sera alors la force d'un collectif élargi, aux actions virtuelles comme réelles.

Des pionniers digitaux pour promouvoir les valeurs d'un espace naturel, le contraste pourrait paraître étonnant au premier abord. Mais c'est le défi collaboratif à relever pour véhiculer les valeurs de la montagne de demain : pour qu'elle puisse devenir encore plus accessible tout en restant préservée, pour qu'elle devienne encore plus plurielle tout en gardant son caractère sacré, pour qu'elle se diversifie tout en conservant son authenticité. La montagne de demain doit être respectée et cela s'apprend. Les nouvelles générations, très sensibles aux problématiques environnementales pourront apporter leur soutien et leur savoir-faire pour transmettre ces messages et faire prendre conscience à tous de l'équilibre fragile entre utilisation et respect de cet environnement naturel.

Pour que la montagne de demain soit à la fois un terrain de jeu, de découverte et de contemplation et cela quelle que soit la saison, frayons ensemble un nouveau chemin. ■

"IL EN PENSE QUOI ...



Diplômé d'un Master Climat et Médias de l'Université Paris-Saclay et après un passage en tant que rédacteur spécialisé pour le magazine skipass.com, Loïc Giaccone est désormais en charge de l'éditorialisation des contenus du Centre de ressources pour l'adaptation au changement climatique, au sein du Cerema (Centre d'études et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement).

30

« Je pense que c'est une bonne façon de montrer au public que **les phénomènes qu'ils observent** sont dus au changement climatique, et **donc, à nos activités émettrices de gaz à effet de serre.** »

Après avoir écrit pour skipass.com sur les thématiques du freeski, tu consacres désormais tes sujets à l'adaptation des territoires au changement climatique. Qu'est-ce qui a motivé cette évolution de parcours ?

À la fois une culture écologiste assez ancienne venant de ma famille, et une prise de conscience plus profonde, progressive, notamment en couvrant les impacts du changement climatique en montagne. Au bout d'un moment, comme pour de plus en plus de personnes dans cette situation, il n'est plus possible de continuer au sein de ce que l'on a identifié comme faisant partie des sources du problème.

Tu es assez actif sur les réseaux sociaux, où tu publies beaucoup de données explicatives sur le changement climatique en montagne. Quel rôle donnes-tu à la sensibilisation dans la lutte pour la préservation de l'environnement ?

C'est l'une des nombreuses actions qu'il faut mener, en parallèle d'autres plus « concrètes ». Au niveau du changement climatique, on a de plus en plus de données qui montrent comment chaque territoire est impacté, et ce que cela donnera à court, moyen et long terme. Je pense que c'est une bonne façon de montrer au public que les phénomènes qu'ils observent sont dus au changement climatique, et donc, à nos activités émettrices de gaz à effet de serre. Un jour, peut-être, je délaisserai la

... LOÏC GIACCONE ?

« communication » pour faire des choses un peu plus « terrain ».

Avec les Passeurs, vous avez réalisé un travail formidable de projection de ce que pourrait être la montagne en 2050.

Selon toi, quels vont être les grands défis à relever demain ?

Eh bien, la Stratégie Nationale Bas-Carbone indique que nous devrons être à la neutralité carbone en 2050. Nous avons également un objectif de « zéro artificialisation nette » pour la même échéance. Dans le même temps, il faudra continuer les efforts d'adaptation au changement climatique, puisque les impacts vont continuer d'augmenter en intensité et en fréquence au moins jusqu'en milieu de siècle. La suite dépendra des mesures prises dès aujourd'hui pour atténuer les émissions. Cela en fait des défis... Et pas pour demain !

Tu es également intervenant pour le Master of Science "Strategy and Design for Anthropocene" proposé par l'ESC Clermont.

Peux-tu nous expliquer les projets sur lesquels tu travailles avec eux ?

L'équipe de ce master a développé le concept de « redirection écologique »,



qui consiste à s'interroger sur la viabilité de long terme des entités de notre société, entreprises, collectivités, etc. Si cette viabilité est remise en question, et c'est le cas pour beaucoup, il convient alors d'opérer un virage vers une durabilité réelle. Pour certains secteurs, cela peut vouloir dire la fin des activités. Et cela doit se gérer ! On ne doit pas abandonner les personnes et les infrastructures à elles-mêmes. J'ai notamment travaillé lors d'ateliers sur le cas des stations de ski, celles de basse et moyenne altitude étant menacées par la baisse de l'enneigement. C'est un sacré défi également...

« il faudra continuer les efforts d'adaptation au changement climatique, puisque les impacts vont continuer d'augmenter en intensité et en fréquence »

32



OUTDOOR EN TRANSITION

« Si cela permet, à travers mon image,
de « prêcher » la bonne parole (et de ne
pas simplement vendre des chaussures)
mais plutôt de **soutenir des actes liés**
à l'environnement, ça me fait plaisir ! »

Xavier Thevenard

XAVIER THEVENARD
MAEL BESSON
BORIS FOURNIER

XAVIER THEVENARD ULTRA-TRAILEUR PARRAIN DE L'ASSOCIATION

Cela fait plus de 10 ans maintenant que tu pratiques l'ultra-trail en compétition.

Quel regard portes-tu sur l'évolution de ce sport en montagne ces dernières années ?

C'est vrai que depuis ces 10 dernières années le trail a beaucoup évolué, il y a eu de plus en plus de densité, il y a de plus en plus de coureurs qui viennent sur les courses longues distances et c'est une bonne chose. Ça permet de sensibiliser les gens au milieu naturel et à la montagne, à la faune, à la flore et tout ce qui nous entoure. Si les personnes qui pratiquent l'ultra ont cette sensibilité là et la trans-

mettent par l'éducation par exemple, c'est parfait !

On te sait très concerné par l'impact de ta pratique, notamment sur le transport ou l'alimentation. Quelles actions mets-tu en place au quotidien pour diminuer ton impact lors de tes entraînements ou de tes compétitions ?

Premièrement, pour limiter les déplacements, je fais pas mal de sport de proximité. Il m'arrive très rarement de prendre l'auto pour aller m'entraîner, je m'entraîne souvent autour de la maison : en vélo, en ski, en ski-roue et en course à pied. Dans les déplacements du quotidien, j'essaie de prendre le vélo pour aller faire mes courses car j'ai tout ce qu'il faut à proximité. Je consomme principalement bio et j'ai un petit jardin à côté qui permet de faire un plus. Sinon, local, de saison bien évidemment et nous essayons de limiter nos déchets, avoir un petit composteur à côté, ça fait du bien !

Tu as aujourd'hui une vraie influence auprès du monde du trail, et tu t'es associé en 2021 à On Running, marque soucieuse

de son empreinte environnementale. Quel message aimerais-tu faire passer aux acteurs de ce milieu ? (équipementiers, organisateurs de courses, ...)

Je crois que nous avons tous les éléments pour y arriver. Si chacun s'y met, si chaque acteur de l'outdoor vise à diminuer son empreinte carbone et son impact global nous y arriverons. Il faut être dans cette dynamique et il faut y croire. Avec des convictions nous pouvons faire beaucoup de choses !

Enfin, tu es également le parrain de Mountain Riders depuis plusieurs années (et nous en sommes ravis). Que signifie pour toi le fait de porter la voix d'une association comme la nôtre ?

Voilà un petit moment maintenant que je suis le parrain de Mountain Riders. C'est un honneur pour moi car je partage les mêmes valeurs et les mêmes convictions que l'association. Si cela permet, à travers mon image, de « prêcher » la bonne parole, et de ne pas simplement vendre des chaussures :) mais plutôt de soutenir des actes liés à l'environnement, ça me fait plaisir !

MAEL BESSON

« Mountain Riders fait partie des premières associations de pratiquants sportifs à avoir compris que **leurs sports dépendaient de l'environnement** et qu'ils avaient **tout intérêt à devenir des défenseurs de l'environnement.** »



Tu suis MR depuis la première heure, quel regard portes-tu sur l'évolution de l'association ?

Depuis le début Mountain Riders a su rendre le sujet de la protection de l'environnement attrayant pour une grande partie de la communauté des pratiquants de montagne. Puis au fur et à mesure des années, les projets de Mountain Riders se sont voulus de plus en plus structurants pour le secteur avec cette volonté d'accélérer la transition écologique. Mountain Riders fait partie des premières associations de pratiquants sportifs à avoir compris que leurs sports dépendaient de l'environnement et qu'ils avaient tout intérêt à devenir des défenseurs de l'environnement.

Selon toi, quel rôle la montagne, et ses grands espaces, ont aujourd'hui dans notre société ?

Symbolique et locale. « Symbolique » car la montagne a toujours eu une place particulière dans l'imaginaire collectif et les glaciers sont en train de devenir un symbole du réchauffement climatique.

Ils permettent quelque part de matérialiser les conséquences de ces dérèglements et

RESPONSABLE SPORT CHEZ WWF FRANCE

d'accélérer la prise de conscience « locale » car la montagne me semble être un des principaux grands espaces naturels accessibles en France sans avoir recours aux transports aériens qui sont sources de GES. La crise sanitaire a remis en lumière notre besoin de contact avec la nature. Les parcs, forêts, bords de mer et autres espaces naturels sont pris d'assaut. La montagne est en quelque sorte notre « grand espace local » en France.

Comment le WWF travaille sur les enjeux du sport et du développement durable ?

En plus de la sensibilisation du grand public, ce que nous recherchons au travers des collaborations que nous pouvons mener dans le sport c'est l'effet transformationnel que les actions peuvent avoir sur un secteur d'activité. Par exemple, le partenariat avec la

Mael Besson

«Mais il me semble que les efforts peuvent être plus ambitieux et sont encore trop autocentrés sur l'impact environnemental direct de chacun et pas suffisamment pensés dans un écosystème global.»

Est-ce que la filière outdoor s'approprie suffisamment vite les enjeux ?

Ligue de Football Professionnel est intéressant car il permet d'influencer les 40 clubs professionnels français dans leurs pratiques. Nous avons également établi un partenariat avec l'Ultra-Trail du Mont Blanc qui peut influencer la manière de faire de tout le secteur du trail. La collaboration avec le Ministère des sports autour de la charte des 15 engagements écoresponsables des organisateurs d'événements sportifs et gestionnaires d'équipements permet de transformer les standards environnementaux en matière d'organisation d'événement et de gestion d'équipement. Le programme d'accompagnement du sport à la transition écologique élaboré dans le cadre de Paris 2024 permet lui de développer des outils et des ressources sur plusieurs sujets. Nous pensons que le sport peut nous aider à transformer la société pour la rendre plus durable.

De manière générale, nous n'allons malheureusement pas assez loin et vite dans la transition écologique. Les acteurs de l'outdoor ont une sensibilité au sujet et une partie d'entre eux avancent dans le bon sens.

Mais il me semble que les efforts peuvent être plus ambitieux et sont encore trop autocentrés sur l'impact environnemental direct de chacun et pas suffisamment pensés dans un écosystème global. Par exemple, il apparaît antinomique de réduire l'empreinte environnementale d'un équipement de sport et d'en faire la promotion avec des images de spots se situant à l'autre bout du monde. Les pratiques outdoor, même si elles deviennent écoresponsables, subiront les conséquences de l'inaction climatique des autres. Les acteurs de l'outdoor ont donc tout intérêt à devenir des défenseurs de l'environnement en, par exemple, prônant « le pratiquer local et de saison ».

35

Mael Besson

« Nous pensons que le sport peut nous aider à transformer la société pour la rendre plus durable. »

OUTDOOR SPORTS VALLEY

36



« L'appropriation du développement durable se fait aujourd'hui par « petit bout » et nous travaillons pour que sa prise en compte soit plus systémique et stratégique. »

BORIS FOURNIER

Quel regard portes-tu sur l'appropriation des enjeux de développement durable par les acteurs économiques de la filière ?

L'industrie outdoor entame sa transition. Négligé depuis quelques années, le sujet du développement durable commence à s'installer comme un sujet majeur au sein de l'industrie outdoor. Gaz à effet de serre, bilan carbone, B Corp, préservation du terrain de jeu : ces termes ne nous sont plus étrangers.

Chaque marque prend le virage à son allure, en mettant l'accent sur un aspect en particulier en lien avec son activité, sa spécificité, son histoire. Certaines en parlent, d'autres le font en interne.

Cet engouement global résulte de 3 facteurs clés.

Les pionniers, ces marques qui n'ont pas attendu l'effet de mode pour se positionner publiquement sur ce thème.

Les réglementations, qui se font de plus en plus pressantes au niveau national et européen. Et bien entendu la communauté des pratiquants outdoor, public particulièrement sensibilisé et qui montre un vrai intérêt à s'impliquer auprès de marques engagées.

Pourtant, la route est encore longue. L'appropriation du développement durable se fait aujourd'hui par « petit bout » et nous travaillons pour que sa prise en compte soit plus systématique et stratégique. Une coordination entre marques, à l'échelle de l'industrie, pourrait nous faire avancer encore plus vite. ■

37

150 000€

collectés et reversés à des associations (Mountain Wilderness, Surfrider Foundation, Mountain Riders, la Water Family, et bien d'autres...) en 3 ans

PROGRAMME ACT FOR THE OUTDOORS

ACT for the Outdoors, créé il y a 3 ans, **fédère et mobilise** un collectif d'**acteurs** de la filière outdoor et de **pratiquants** qui agissent ensemble pour la préservation de notre terrain de jeu. Concrètement, les entreprises outdoor peuvent participer à **un programme de mécénat collectif et contribuer à financer des projets associatifs** concrets et de qualité. Ce programme de mécénat a été lancé par OSV et accompagné par des partenaires de choix comme le Cluster Montagne, la Fondation Eau Neige et Glace ou le fonds de dotation Essentiem.

Les projets financés ont 2 vocations, préserver les espaces naturels et contribuer au développement durable de la pratique outdoor.

LES COULISSES

Thierry Benaux, créateur de l'antenne Sud et membre du CA

38

Un week-end d'hiver 2000, je suis monté dans les Ecrins faire un sommet, et j'ai vu une cordée repartir en jetant quelques déchets après avoir mangé la-haut, dans ce cadre si beau... Je connaissais aussi les fronts de neige sales au printemps et je voyais des déchets de remontées mécaniques qui parfois traînaient sur les pistes. Ce sont ces différentes observations qui m'ont poussé à m'engager et me rapprocher de Mountain Riders en 2002 et ainsi créer l'antenne.



Nous venions **sensibiliser déguisés en Yéti** pour évoquer le sujet complexe du développement durable, toujours **avec le sourire !**

Avec l'aide de Christian, le fondateur de l'association, basé à l'époque à Lyon, j'ai monté une antenne dans les Alpes Maritimes afin de rayonner sur les Alpes du Sud. Puis avec une équipe de bénévoles, nous avons mené des opérations de sensibilisation en station l'hiver et au printemps en participant à des opérations de nettoyage des pistes avec d'autres acteurs locaux. Nous venions sensibiliser déguisés en Yéti pour évoquer le sujet complexe du développement durable, toujours avec le sourire ! Nous sommes intervenus dans les stations du 04 et 06, aussi au Parc Alpha à Saint Martin de Vésubie, dans des villages alternatifs organisés par des communes, dans des écoles, des collèges et à l'université... Nous allions beaucoup dans les Hautes Alpes en soutien d'Eric et son équipe bénévole qui menaient de nombreuses actions de sensibilisation et d'éducation.

Mon rôle aujourd'hui est d'agir en relais du Conseil d'Administration et de l'équipe salariée auprès des acteurs des Alpes du Sud. Un autre volet est de montrer la dynamique des territoires, valoriser les initiatives locales, les transmettre et les partager aux autres lors de réunions ou d'événements. Il s'agit aussi d'accompagner les stations dans la démarche Flocon Vert, les aider à s'engager et à valoriser leurs actions. L'intention de l'antenne sera aussi d'influencer davantage les politiques régionales et de redynamiser le mouvement bénévole.

Alors si vous vous sentez aussi d'agir dans le Sud Est, contactez-moi !

Thierry Benaux

MERCI

SANS VOUS
RIEN N'AURAIT ÉTÉ POSSIBLE



Un immense merci à nos contributeurs qui à travers leur plume, savent si bien parler de ces sujets qui nous tiennent tant à cœur :

**Maël Besson, Christian Bujeaud, Laureline Chopard,
Guillaume Desrues, Nico Didry, Boris Fournier,
Sébastien Galy, Loïc Giaccone, Erwann Jegousse,
Laureline Poulain, Camille Rey-Gorrez, F-X Simian,
Armelle Solelhac, Xavier Thevenard, Thierry Benauw,
Laurent Burget.**

Merci également à **Christian Bujeaud** pour son précieux soutien qui nous a permis la réalisation de cette première revue, qui marque pour nous le début d'une nouvelle aventure.

Comme un bon message passe aussi par un beau contenu, nous souhaitons sincèrement remercier **Fabien Duchamp - Homework** pour tous ses conseils sur la réalisation de la maquette et son soutien depuis de nombreuses années. Merci à **Lauriane Miara**, illustratrice à l'origine de nos dernières affiches.

Merci à l'**équipe salariée** d'avoir été la cheville créative et ouvrière.
Merci aux **membres du Conseil d'Administration** pour leur engagement et leur soutien.

V R
 W Ç D U
 E X X Ç R C
 U N B G B N O B
 O O F Y Y I J T A O
 T U Ç N Z C N Y M P H E
 U N G O C H Q I Z N M G O N
 H O F I X E E H E L I I S L S X
 Y U F X W C N M T F O E M L L L L L
 K R L E G A U N R B P N H Ç P D B A I M
 S L E N N E R T M O V I N R V I N V P P
 N A Y E R V K O E A T S T X N E I H
 T U O C B R Q Z M T Y N N T S N
 U Ç N T I N E O Z R I T Q Q
 J E N A T U R E V E Z D
 B Z R R Q X O S A U
 B F U A L I V E
 Q E E O D O
 Q N X N
 X S

NOYER, NEIGE, NUAGE, NIVOLE, NIVAL, NOUNOURS, NICHE, NOIX, NYMPHE, NECTAR, NIVOMETRE, NID, NOEUD, NATURE

40



Soutenez Mountain Riders

25 tonnes de déchets collectés chaque année, des centaines d'élèves sensibilisés, des dizaines de destinations accompagnées à la transition... Et tout ça, c'est grâce à vous !

Si vous aimez ce que nous faisons et que vous souhaitez faire partie de l'aventure, alors soutenez-nous (chaque mois ou ponctuellement, c'est déjà beaucoup) !

Merci du fond du cœur à tous nos soutiens.

nom :

prénom :

mail :

Je donne une fois

en adhérant à l'association
 à hauteur de **30€**
 j'adresse mon chèque à l'ordre
 de Mountain Riders et ce
 bordereau,
 à l'adresse suivante :
67 rue St François de Sales
73000 Chambéry

Je donne tous les mois

Retrouvez-nous toutes nos formules
 d'adhésion sur notre site internet :
<https://www.mountain-riders.org>
 et sur nos réseaux.

Le don à Association Mountain Riders ouvre droit à une réduction fiscale car il remplit les conditions générales prévues aux articles 200 et 238 bis du code général des impôts.

Mon rêve
pour la montagne,
pour les enfants,
les femmes et les hommes qui la composent...

Et si 2021 était l'année qui marque l'histoire de nos destinations
touristiques ?

Et si 2021 nous donnait à réfléchir ensemble à l'évolution du
modèle ?

Et si en 2021 nous acceptons la réalité climatique avec humilité,
courage et optimisme ?

Et si en 2021 les territoires de montagne devenaient de véritables
laboratoires de la transition écologique ?

Et si en 2021 nous prenions de la hauteur pour oser construire
ensemble un futur souhaitable ?

Avec des "si" on refait le monde me direz-vous...
et bien cela tombe bien car c'est à faire,
et c'est ensemble que nous y parviendrons !



édition spéciale
20 ANS