

N° 40

Décembre 2022

Observatoire des pratiques de la Montagne et de l'Alpinisme

www.opma.fr

La Lettre de l'OPMA

La marchandisation des pratiques de montagne

Sommaire

- Evolution de l'escalade
- Escalade et mondialisation
- Massification et marchandisation
- Sécurisation et marchandisation
- Marchandisation et évolution des mentalités
- Marchandisation et massification : œuf ou poule ?
- Sportivisation et marchandisation
- Les « conquérants de l'inutile » face au défi de réinventer les lois du marché

Diffusion de la Lettre de l'OPMA

La Lettre de l'OPMA est diffusée par voie numérique. Les personnes ou institutions désirent la recevoir automatiquement sont invitées à s'inscrire auprès de E. Jaillard (Etienne.Jaillard@orange.com)

Pour faire vivre l'OPMA, les dons à l'association sont bienvenus (montant libre) en envoyant à E. Jaillard, 26 rue de la Victoire 38400 St-Martin-d'Hères, un chèque libellé à l'ordre de : Association La lettre de l'OPMA.

Bureau

Président	Jean DONNADIEU
Secrétaire	Etienne JAILLARD
Trésorier	Bernard AMY

La Lettre de l'OPMA, Maison du Tourisme
14, rue de la République, 38000 Grenoble
Opma.contact@gmail.com

Membres de l'OPMA

Bernard Amy	Robin Bonnet
Julie Bailly	Frédéric Brisson
Hervé Bodeau	Lionel Catsoyanis
Paul Bonhomme	Cecilia Claeys
	Philippe Descamps

Editorial

La marchandisation consiste à rendre accessible un bien, un service en échange d'une monnaie d'échange (des € ou des \$). Les moyens financiers des uns et des autres étant par ailleurs disparates, la marchandisation réduit le nombre potentiel d'utilisateurs. Elle s'oppose à la coopération et lorsqu'un modèle de pensée unique la rend envahissante, elle lorgne vers des biens communs tels le vivant (l'agriculture, la santé), les loisirs, l'eau. Bientôt l'air ?

Comment les pratiques que nous observons subissent, construisent ou contournent-elles ce phénomène ?

Cette lettre 40 fait un pas de côté pour comprendre comment il est possible de passer du collectif et sa quête de massification à l'individualisation nécessairement financiarisée.

Concernant les grimpeurs ; comment, pourquoi dans les années 1980, ces pratiquants libertaires peu vénaux, constituant un groupe non structuré ont-ils marchandisé le patrimoine collectif falaises en un outil de travail rémunérateur.

Dans cette lettre 40, certains vocables sont très présents. Client, lucratif. Mais aussi évolution, nouveau modèle.

Allons, la fabrique de l'Histoire se fait au quotidien, sans mettre un centime.

Jean Jean Donnadiou

PS : Si vous souhaitez apporter des observations complémentaires sur ce sujet, envoyez-nous votre contribution via la page « contact » du site de l'opma <https://www.opma.fr/contact>

Correspondants

Jean Donnadiou	Etienne Jaillard	Philippe Bourdeau
Bernard Francou	Niels Martin	Erik Decamp
César Ghaouti	Rozenn Martinoia	Georges Elzière
Olivier Hoibian	Gilles Rotillon	Jean-Pierre Nicollet
		Bruno Pellicier

Gilles Rotillon

Evolution de l'escalade

Tout le monde le dit et le constate, l'escalade est une activité en plein développement. Mais derrière ce constat, les analyses des raisons de ce développement sont le plus souvent réduites à quelques tautologies (l'escalade se développe parce que de plus en plus de gens en font, parce que les médias en parlent davantage, parce qu'Edlinger a fait rêver les gens, ...). Et la décision de la FFME de déconventionner les falaises rend plus problématique l'accès aux falaises dont de nombreuses risquent de se voir interdites par crainte des propriétaires de subir la « jurisprudence Vingrau ». En espérant que l'amendement à l'article L 31-1-1 du code du sport adopté à l'Assemblée Nationale le 24 novembre 2021 écarte cette possibilité (voir la conclusion de la lettre 39 de l'OPMA pour un point sur le sujet). En attendant, cette décision positionne l'escalade sur structures artificielles d'escalades (SAE) comme un substitut possible à la grimpe en sites naturels d'escalade (SNE), accentuant la séparation déjà existante entre ces deux pratiques. Apparaissent alors des positions nouvelles qui parlent *des* escalades (sans que l'on sache vraiment ce qu'il faut entendre par là), dénomination censée donner une unité (non précisée) entre les différentes formes de grimpe, ou qui opposent l'escalade en salle à celle sur rocher, la seconde constituant « l'essence » de l'activité.

Ce contexte est le résultat d'une autonomisation de l'escalade vis-à-vis de l'alpinisme qui s'est développée dans deux directions principales :

- L'invention des falaises équipées « béton » qui a eu comme conséquence l'augmentation massive du nombre de pratiquants et du nombre de sites,
- Le développement des structures artificielles d'escalade (SAE).

La première a été principalement due à l'action bénévole de pratiquants devenus équipiers et œuvrant ainsi à la création d'un bien public en accès libre, et menant à la création d'un parc de falaises ouvertes à tous sans conditions d'accès permettant le développement de l'escalade principalement hors structures associatives.

La seconde au contraire est devenue le fer de lance d'une marchandisation de l'activité avec l'explosion des salles privées et le moyen d'organiser des compétitions non soumises aux

aléas climatiques. Il existe évidemment de nombreuses salles gérées par des collectivités ou des clubs qui n'ont pas pour objectif de faire du profit (en particulier en milieu scolaire), mais il faut noter parallèlement que non seulement le nombre de salles privées -où la carte bleue remplace la licence- augmente considérablement, mais que les niveaux d'investissements requis dans les projets actuels des franchises comme Climb Up, Block Out ou Arkose atteignent des millions d'euros.

Ces deux directions se sont de plus en plus éloignées l'une de l'autre. La première continue à rester sur une base principalement bénévole et associative, pour ce qui est de l'entretien du terrain de pratique, même si la plupart des pratiquants sont hors clubs. La seconde est surtout tournée vers un modèle économique rentable pour qui les pratiquants sont d'abord des clients, et sur le développement d'une escalade professionnelle de compétiteurs, ultra minoritaire mais médiatiquement importante. Notons toutefois que la composition sociologique des grimpeurs, majoritairement munis d'un capital culturel relativement élevé, et leur rapport encore vivace avec la nature, obligent les propriétaires de salles à conserver un lien minimal avec la pratique en extérieur.

Le problème général c'est celui de l'accès libre aux sites de pratique. C'est, avec l'équipement, la seconde condition du développement. Et ce problème existe partout où l'escalade s'est développée. Mais il y prend des formes différentes : aux USA par exemple, les grimpeurs montent des fondations pour racheter les falaises, dans le but de continuer à y accéder. Et c'est évidemment lié au développement du capitalisme qui tend à résoudre ses contradictions en privatisant l'accès aux services et en transformant les citoyens en clients, sous des formes elles-mêmes évoluant avec la conjoncture.

L'escalade dans le cadre de la mondialisation

Il n'est pas inutile de proposer une explication de ce développement qui aide à comprendre ces évolutions et les différentes positions qui s'expriment sur le sujet. Pour ce faire, il est nécessaire de prendre du recul en examinant non seulement l'alpinisme ou l'escalade, mais l'ensemble des activités de loisir dans le contexte de la mondialisation économique.

Les conquêtes sociales de la première moitié du XX^e siècle qui ont conduit à la diminution du temps de travail et aux congés payés ont ouvert la porte à la création de nouveaux

marchés, offrant des services censés occuper ce nouveau temps libéré. Ils répondaient en cela au besoin de rentabiliser des capitaux toujours plus nombreux et en concurrence entre eux. Dans un premier temps, de la fin des années trente jusqu'aux années soixante-dix, cela s'est fait dans le cadre étroit des états-nations.

Un changement profond s'est opéré avec le développement de la mondialisation qui a vu s'ouvrir les marchés des capitaux, mettant les hommes et les territoires en compétition sur les marchés, de plus en plus nombreux, soumis à la concurrence internationale¹. Il en est résulté un accroissement des inégalités internes aux pays entre ceux qui sont soumis à cette concurrence et peuvent demander des revenus de plus en plus élevés en échange de leurs compétences reconnues par une demande mondiale, et ceux qui sont attachés à leur territoire et ne produisent que des biens et des services répondant à une demande nationale par définition plus étroite. Il en résulta aussi une destruction d'emplois parmi les premiers. Pour la compenser, il fallait soit créer de nouveaux emplois du même type (mais la concurrence internationale rend cette solution très difficile), soit créer des emplois qui ne soient pas soumis à cette concurrence, comme ceux liés à l'administration² ou aux services de proximité, par nature non délocalisables. Les activités de loisir de pleine nature, se déroulant sur des lieux géographiques possédant des caractéristiques physiques spécifiques (rivières, lacs, forêts, falaises, ...) étaient parmi celles qui étaient les plus favorables à cette extension du marché.

Se développèrent alors de multiples offres de services, en particulier sportifs, correspondant à ce qui a parfois été perçu comme une explosion des formes de pratiques sportives ou un zapping du pratiquant passant de l'escalade au canyoning, ou du VTT à l'accrobranche ou à la via ferrata. En fait, il faut y voir une réponse des collectivités territoriales cherchant à développer les emplois de leurs régions sur la base de leurs spécificités naturelles (montagnes, falaises, lacs, rivières ...) et des individus cherchant un travail en transformant leur passion de pratiquant en emploi rémunéré. Dans le même temps, ces nouveaux emplois ont été reconnus par des qualifications nouvelles comme les brevets d'état en France. Et si

l'alpinisme, à son origine, s'est constitué sous l'impulsion d'une clientèle qui cherchait à explorer le monde, et a suscité la création des compagnies des guides pour y répondre, aujourd'hui ce n'est plus la demande d'activités sportives de pleine nature qui pilote le développement de ces pratiques, mais au contraire l'offre marchande de nouvelles activités qui cherche à développer une consommation de masse, base de la rentabilité des capitaux qui s'y investissent. Ainsi en escalade, on est passé en quelques années de l'équipement des falaises par les pratiquants eux-mêmes, à la mise en route de plans d'équipements départementaux en France, avec des fonds publics rétribuant des professionnels, sans parler des multiples falaises s'équipant dans le monde, que ce soit en Chine, à Cuba ou à Kalymnos, sous l'impulsion des grimpeurs à plein temps et/ou d'entreprises comme Petzl à l'occasion d'événements sportifs promotionnels.

La même dynamique explique la démultiplication des formes de pratique au sein de ce qui était perçu primitivement comme une activité unique et qui fait maintenant référence à « des » escalades pour unifier des pratiques qui paraissent de plus en plus séparées. Et c'est encore cette même dynamique qui explique l'explosion des salles privées -et ce au niveau mondial- et donc l'émergence d'une escalade en SAE qui présente des spécificités la différenciant de l'escalade en milieu naturel (forme des prises, gestuelle permise par les réceptions matelassées, ...), mais autorisant certains à craindre une évolution de cette escalade vers une forme de gymnastique qui risquerait de l'exclure « des escalades ». En effet, cette dynamique est fondamentalement liée au besoin de rentabiliser des capitaux en croissance et qui ne trouvent plus dans les secteurs traditionnels, marqués par une baisse persistante des gains de productivité, de quoi satisfaire leurs exigences de profits.

Et il n'y a pas que l'escalade et les pratiques que l'on peut de près ou de loin y rattacher qui présentent cette caractéristique d'une grande diversification et d'une forte augmentation du nombre de pratiquants. On trouve ces évolutions dans la randonnée, les activités nautiques, les activités aériennes (parapente, delta, parachute, *wingsuit*, *kite surf*, planeur, saut à l'élastique, saut à la corde, base jump,

¹ Voir les livres de Pierre-Noël Giraud, *L'inégalité du monde* et *Le commerce des promesses* pour une analyse approfondie de cette rupture.

² Mais là, soit les difficultés budgétaires des Etats ne permettent que peu de marges de manœuvre, soit l'idéologie

néolibérale, qui prône la réduction du périmètre de l'Etat et cherche à diminuer le nombre de fonctionnaires, conduit au même résultat

ULM, montgolfière, ...), mais aussi des sports collectifs dits innovants, sans parler de l'esport qui est considéré comme une forme intéressante de pratique nouvelle, et relevant de sa compétence par le ministère des sports.

Le mouvement de marchandisation de l'escalade est dû à la crise du capitalisme mondialisé qui cherche à rentabiliser de plus en plus difficilement des capitaux de plus en plus importants. Pour ce faire il doit élargir son domaine d'intervention, soit géographiquement, soit sectoriellement. Dans ce domaine, trois secteurs sont particulièrement importants : les données personnelles (les GAFA), le bio-médical (et le Covid-19 va accélérer le processus) et les loisirs, dont les activités physiques. L'escalade s'est d'abord développée de manière autonome, grâce à l'action de ses pratiquants qui, en sécurisant la pratique a conduit à une augmentation massive et mondiale du nombre de pratiquants. Les marchands de loisirs en quête de créneaux rentables en ont vite perçu l'intérêt. L'augmentation du nombre de pratiquants permise par la sécurisation de l'escalade a conduit à une récupération par le marché qui y a vu une opportunité de profits. Un secteur en extension au niveau mondial, comme l'est l'escalade, ne peut qu'attirer les marchands.

Doit-on condamner les outils (falaises sécurisées et SAE) ? Évidemment non, pas plus qu'il ne faille condamner trop vite la FFME³ qui n'est pas responsable de l'évolution marchande de l'escalade sinon de l'avoir accompagnée en suivant la ligne de plus grande pente donnée par le développement de la mondialisation et la nécessité de rentabiliser des capitaux toujours plus nombreux. Le fait même que cette évolution soit mondiale, montre bien que la politique de la FFME n'est pas la cause des évolutions.

Massification et marchandisation

Jusqu'à la fin des années soixante, la pratique de l'alpinisme et de l'escalade en falaise ou sur blocs est restée confidentielle, au sens où elle n'apparaissait pas dans les enquêtes statistiques sur les pratiques sportives, représentant moins d'1% de la population. Les seuls professionnels qui encadraient l'activité étaient les guides, qui ont été les précurseurs de la marchandisation des pratiques sportives de loisirs, plus de 200 ans avant l'existence d'un temps

³ Il faut d'ailleurs noter que parler de FFME est une simplification abusive et qu'il faut faire une différence entre ses instances dirigeantes nationales, qui ont très consciemment suivi le chemin des JO et ses comités territoriaux, qui sont beaucoup plus liés aux problèmes concrets de gestion des

libre suffisant pour que la population puisse avoir massivement accès aux montagnes.

Le déclic qui a permis la massification c'est l'apparition de l'équipement fiable des falaises, qui a ouvert l'activité à un nouveau public que l'alpinisme n'attirait pas à cause des risques mortels qu'il impliquait, risques de plus complaisamment montés en épingle par les médias lors des accidents. Une réduction encore plus importante des risques mortels a conduit à la création des SAE qui a permis l'introduction de l'escalade à l'école et sa commercialisation dans les salles privées. Dans les deux cas, l'escalade n'aurait pas pu s'imposer si elle avait donné lieu à de nombreux accidents graves. L'école ne peut pas expliquer aux parents que leurs enfants courent de graves dangers et un service ne peut pas être rendu payant massivement s'il implique une forte accidentologie.

Bien entendu, même si ce développement est lié primitivement à l'équipement bénévole des falaises, dès que le nombre de pratiquants a atteint un seuil de visibilité se comptant en millions au plan mondial, il est devenu la base de marchés potentiels non négligeables, que ce soit dans le matériel, les vêtements, les accessoires ou le sponsoring des compétitions et la constitution de teams de professionnels, qui sont considérés comme des représentants censés doper les marchés correspondants. L'escalade est alors devenue un nouveau secteur où les perspectives de rentabilité des capitaux devenaient possibles et ouvraient des substituts aux vieux secteurs où la productivité stagnait. Il suffit de voir aujourd'hui le nombre de modèles de chaussons, dégaines, baudriers, cordes, crash-pads ou assureurs, et la recherche technologique que cela implique pour comprendre que ce matériel est rentable et que la période où Bourdonneau bricolait dans son atelier les EB, seul modèle de chaussons alors disponible, est bien terminée.

Sans ces millions de pratiquants qui n'existaient pas avant ces équipements, il n'y aurait pas eu les SAE privées. Contrairement à ce qu'on entend parfois, le développement extrêmement important des SAE ne témoigne pas de l'attrait de ce sport, mais seulement de sa rentabilité potentielle. Et les pratiquants n'ont été « attirés » par cette activité qu'une fois que l'équipement existant a permis de s'y adonner sans trop de risques. On peut parier qu'il n'en

falaises et qui subissent en partie les décisions nationales. Le fait qu'aux dernières élections de son CA, comme en 2013, il y ait eu deux listes proposant des orientations différentes, montre que des contradictions se développent en son sein. L'Histoire de l'escalade n'est pas terminée.

sera pas de même avec le *wingsuit*, sauf innovation majeure augmentant considérablement la sécurité.

Les SAE privées ne se construisent pas avec des taux de croissance à deux chiffres pour l'intérêt premier de l'activité et les besoins des pratiquants, mais pour faire des profits sans lesquels elles fermeraient vite et ne pourraient plus lever des capitaux pour financer leurs projets. Quant aux nouveaux professionnels munis de brevets d'état, ils doivent recruter des clients s'ils veulent vivre. Il faut cependant noter que, concernant l'escalade, la marchandisation de nombre d'aspects de sa pratique est marquée par l'histoire non-marchande de son développement. Ainsi, les créateurs de salles sont (encore) tous des grimpeurs passionnés, qui certes gèrent des entreprises dans un marché concurrentiel, mais sont encore marqués par leur passé de grimpeurs et continuent à vouloir entretenir les relations conviviales, si présentes dans le milieu des grimpeurs. De même, les professionnels nouveaux de l'escalade sont d'abord des passionnés qui cherchent à transmettre leur passion avant de vendre un service. Le développement de l'escalade ne se fait donc pas dans « les eaux glacées du calcul égoïste », du moins pour l'instant, car il est bien difficile aujourd'hui de savoir ce que deviendront leurs motivations initiales, quand ces précurseurs qui se sont inscrits « spontanément » dans le mouvement global de la mondialisation passeront la main à une seconde génération.

De fait, le développement actuel a tendance à autonomiser les pratiques entre SNE et SAE. Cette autonomisation ne peut être que ressentie comme une perte d'identité par les générations de grimpeurs qui ont commencé leur activité avant l'apparition de l'escalade sportive. Et il est normal et sain que la plupart des responsables se prononcent pour le maintien d'une unité dans l'activité, en mettant au centre des préoccupations le passage de l'une à l'autre. Mais c'est loin d'être facile, car plus la gestuelle de l'escalade en SAE se distingue de celle de l'escalade en SNE, plus le passage d'une activité à l'autre sera difficile et demandera du temps et des innovations. Il n'est donc pas certain que la majorité de ceux qui découvrent l'escalade en SAE passent un jour à celle en SNE, et cela risque d'être encore plus difficile si la première devient le secteur le plus rentable. En effet, il serait peu profitable pour leurs gestionnaires de continuer à s'investir pour le

maintien d'une unité entre les pratiques, et ce d'autant plus dans un contexte où cette rentabilité baisserait comme elle l'a fait dans les secteurs traditionnels. La tendance étant plutôt à l'autonomisation des SAE et SNE, les prochaines générations de gérants de SAE auront-elles l'énergie de maintenir l'unité des différentes pratiques si le marché se désintéresse des SNE ?

Sécurisation et marchandisation

La massification de la pratique, et donc la formation d'un marché potentiel, a pour cause première l'équipement des sites d'escalade. Ce dernier a permis l'apparition d'une nouvelle activité qui a d'autres critères de pratique que l'ascension en terrain d'aventure, à commencer par la possibilité de tomber pour progresser. Cet équipement a été le résultat de l'action de centaines d'équipeurs bénévoles qui ont ainsi créé ce bien commun qu'est la falaise d'escalade sportive en accès libre. La FSGT a joué un rôle important dans cette évolution en étant à l'initiative de la première falaise équipée systématiquement pour cette pratique nouvelle à tous les niveaux. Elle a aussi été à l'origine du développement des blocs de SAE avec les prototypes, construits pour la Fête de l'Humanité en 1981. L'objectif était d'ouvrir la pratique au plus grand nombre, non dans une logique marchande mais au contraire dans un souci d'autogestion des sites par les grimpeurs eux-mêmes, comme cela s'est produit dans un premier temps. Dans un article écrit en 1989, Yves Renoux⁴ notait que la communauté des grimpeurs-équipeurs avait créé un terrain de jeu pouvant accueillir 60 000 pratiquants, pour un coût estimé à 18 millions de francs, sortis de leur propre poche. A comparer aux coûts respectifs de 1,5, 6 et 10,8 milliards de francs correspondants aux terrains de tennis, de foot et de golf qui permettraient d'accueillir simultanément le même nombre de pratiquants. Investissement ridicule et rendement social maximum, l'escalade n'avait pas à craindre d'être une charge financière insupportable.

Mais il n'y a pas de lien mécanique et fatal entre sécurisation et marchandisation. La première est une condition nécessaire de la seconde mais elle n'est pas suffisante. D'une certaine manière, l'action des fédérations (FSGT ou FFCAM pour une part) le montre. Non seulement elle garde une base bénévole très importante dans des milieux populaires, mais elle produit, toujours de manière bénévole, des films, des livres,

⁴ publié dans la revue DIRE

qui visent au développement de la pratique non marchande. La FSGT a d'ailleurs été menacée d'être expulsée du Comité National Olympique et Sportif Français pour oser pratiquer des tarifs d'adhésion trop bas, faisant ainsi une concurrence déloyale aux autres fédérations ! Dans mon club, l'adhésion annuelle pour un adulte est de 55 euros.

La marchandisation grandissante de l'escalade au travers principalement des salles privées partout dans le monde, est une tendance lourde en phase avec l'évolution de nombreux secteurs de la société, et qui ne peut que contribuer à transformer encore plus le grimpeur en consommateur. En revanche le lien de causalité entre marchandisation et sécurisation des falaises semble être une erreur de perspective. Si la sécurisation des falaises n'avait pas eu lieu, l'escalade « sportive » ne serait pas apparue et seuls les pratiquants habituels de l'alpinisme grimperaient sur un terrain de jeu où la chute serait quasiment interdite sous peine de graves dommages.

Toutefois, avec la massification de la pratique, le risque d'accidents de type Vingrau augmente nécessairement, quel que soit l'équipement, et la jurisprudence pourra progressivement conduire à la réduction des falaises accessibles. Avec les SAE, ce risque est pratiquement nul et ne freine donc pas le développement des salles et de la compétition. Ce développement va donc se poursuivre et l'escalade en salle s'autonomisera de plus en plus de l'escalade en site naturel. Elle le fait déjà sur le plan gestuel (qui fait du *run and jump* ou du *no foot* en falaise ?).

Marchandisation et évolution des mentalités

Deux tendances coexistent actuellement dans le champ des activités verticales : d'une part le développement du nombre de pratiquants permis par l'équipement et l'accès libre aux sites, et d'autre part, la marchandisation d'une part croissante des lieux de pratique via les SAE privées. Il y a là en germe une contradiction entre, d'un côté, l'accès libre à l'activité et l'autonomie qu'elle nécessite de la part des pratiquants s'ils veulent maîtriser leur sécurité, et de l'autre côté, la transformation des pratiquants en clients. Car il faut avoir oublié l'histoire du développement du capitalisme pour ne pas s'apercevoir que quand le marché prend le contrôle d'une activité, il la transforme pour répondre à son objectif, modifiant de ce fait d'une part le rapport à l'activité, et d'autre part les personnalités. Voir par exemple les travaux d'Anselm

Jappe, dans *Le capitalisme autophage* ou ceux de Michael Sandel dans *Justice* ou *Ce que l'argent ne saurait acheter*.

La « Nature » dans le capitalisme n'a d'autre réalité qu'un moyen devant servir le besoin d'accumulation du capital et pour ce faire, elle doit être évaluée monétairement. Ce faisant ce sont évidemment les hommes qui en supportent le coût via son évaluation monétaire, pour laquelle les économistes ont mis au point de nombreuses méthodes. Et au-delà de la nature ce sont les hommes eux-mêmes qui sont également des moyens et traités comme des choses au service de la croissance. Le capitalisme naturalise les lois du marché tout en niant justement que la nature puisse avoir une évolution qui lui échappe. Il a besoin de contrôler la nature comme il contrôle le travail et ce n'est pas un hasard si la réponse systématique qu'il avance à tout aléa devenant trop perturbant, c'est la fuite dans la technologie réparatrice, persuadé qu'il est que la nature sera toujours maîtrisable par plus de technique, ce que l'histoire a toujours démenti, puisque la technique résout des problèmes en en créant des nouveaux.

Cette dérive a mené à l'intégration dans nos comportements et nos attentes d'une vision de la nature qui la considère comme ne devant être qu'au « service » des hommes, et donc ne pas accepter qu'elle puisse échapper à notre contrôle. Mais là encore il faut comprendre la raison de cette « évolution ». Le capitalisme ne fait pas que chercher à rentabiliser le capital, il transforme également les personnalités dans ce but. Le développement de l'individualisme, la montée des autoentrepreneurs, l'explosion des narcissiques dans les cabinets de psychologues, les liens sociaux qui passent de plus en plus par les réseaux du même nom (et si mal nommés puisque ces « liens » sont indirects via des smartphones), la gestion du personnel via les méthodes modernes de management, parmi tant d'autres exemples sont des indices de la transformation des personnalités qui s'opère aujourd'hui, et qui modifient également notre rapport à la nature de plus en plus instrumentalisée.

Les forces sociales actuelles qui poussent à un modèle alternatif au capitalisme financier dominant ne sont probablement ni suffisamment « audibles », ni même assez fortes, pour faire advenir rapidement une alternative, qui ne revêtirait d'ailleurs pas la même forme pour tous. Si la conjoncture a changé après la crise de 2008, elle n'en a pas moins continué à être marquée par un système bancaire qui n'est toujours pas régulé (les banques mélangent toujours

allègrement opérations bancaires et financières) et par des firmes qui réclament toujours leur 15% de rentabilité.

Tant que la recherche de rentabilité restera la raison principale des entreprises, quel que soit leur domaine, la nature et les hommes en paieront le prix. Le dernier rapport du GIEC montre qu'il risque d'être très élevé.

* * *

Etienne Jaillard et Gilles Rotillon

Marchandisation et massification : œuf ou poule ?

Certaines activités nouvelles de plein air ont été impulsées, voir créées de toute pièce par l'invention et la commercialisation d'équipements nouveaux. C'est ainsi qu'ont été lancés, avec des fortunes diverses, le *downhill* pour lequel trottinettes et parcours spéciaux ont été conçus, le *wingsuit*, le monoski, le *snowboard*, ou dans d'autres environnements, la planche à voile, le *kite surf* ou le char à voile. Dans ces derniers cas, des investisseurs ont créé une offre, en prenant le risque de lancer un produit qui *de facto* impliquait une activité nouvelle.

Il en va différemment pour l'escalade ou le trail, pour lesquels c'est la massification des pratiques qui a attiré les investisseurs. Mais avec des différences toutefois.

Pour l'escalade, la création d'une nouvelle activité a majoritairement été le fait des grimpeurs eux-mêmes. Fait d'ailleurs remarquable dans le sport, où la plupart des pratiquants ne construisent pas leurs terrains de jeu. Il y a là une responsabilisation des pratiquants de l'escalade qui mérite d'être remarquée et va à l'encontre de l'idée d'une consommation irresponsable. Ni le capitalisme, ni le marketing ou la publicité n'ont un rôle dans ces premiers temps du développement de l'escalade sportive. Quand la FFME s'est créée, le seul objectif était de permettre à un plus grand nombre de pratiquants l'accès à l'escalade jusqu'alors réservée à une petite minorité qui acceptait la prise de risque d'une pratique en « pleine nature ».

Par la suite, le développement de l'escalade sportive, dont les pratiquants se sont rapidement comptés par millions, a permis l'ouverture d'un marché dont la multiplication des salles privées est la preuve qu'il est rentable. Cependant, ce développement n'est pas la conséquence nécessaire de l'équipement bénévole des falaises, mais plutôt sa récupération due à la recherche désespérée de rentabiliser des capitaux toujours plus importants, que les secteurs classiques de

l'industrie et des services ne parviennent plus à satisfaire. Il n'y a nulle implication logique de l'équipement bénévole des falaises à la marchandisation d'une pratique, cette dernière étant la conséquence d'une crise globale du capitalisme. C'est donc la sécurisation des falaises qui a permis une massification de la pratique, qui a finalement attiré les investisseurs, indépendamment de l'intention des équipiers bénévoles.

Le trail, entendu comme la course en montagne avec ou sans compétition, dérive à la fois de pratiques anciennes de randonnées au long cours, comme Paris - Mantes la Jolie (1935), Saint-Etienne - Lyon (1953), les 100 km de Millau ou le Chemin des templiers (1972), et de courses traditionnelles en montagne, comme le Trophée du Grand Vignemale (1905) ou l'Aller-retour Chamonix - Mont Blanc (1986). Si le trail s'est autant développé dans les années 2000, c'est probablement qu'il a bénéficié de la vague du *jogging*, puis du *running*, qui s'est développée à partir des années 70 aux Etats-Unis avant de se répandre en Europe. Ces évolutions ont mené à un nombre grandissant de pratiquants de la course en montagne, et bientôt à l'organisation des premières compétitions affichées comme telles : le Marathon des Sables au Maroc en 1986, l'ultra-Marathon du Mont-Blanc (maintenant UTMB) en 1987, ou le Grand Raid de la Réunion en 1989 (maintenant « Diagonale des fous »). Et comme en escalade, toutes ces courses ont commencé avec quelques dizaines de fondus, leur organisation rudimentaire étant bricolée par une poignée de bénévoles, et ont été émaillées de quelques accidents, parfois mortels. La course en montagne ne nécessitant que peu d'équipement, et la reconstitution de gros dénivelés et d'un cadre montagnard étant difficile, les capitaux ont investi l'organisation, la logistique et la sécurisation de ces grands événements de masse en milieu naturel.

Cette dernière forme ne peut exister que parce que des organisations qui dépassent l'initiative individuelle de pratiquants passionnés et leur apparition a provoqué un changement qualitatif

dans l'activité. Faire du trail au sein de groupes de plusieurs milliers de personnes n'a rien à voir avec la course à quelques-uns en montagne. C'est une loi de la dialectique, le changement quantitatif dans la pratique engendre son changement qualitatif. En escalade, le changement qualitatif, lié à la suppression statistique du risque mortel par la sécurisation, a eu lieu avant la marchandisation *via* les salles ; et cette marchandisation, qui se traduit par une augmentation spectaculaire des pratiquants en salles, risque de transformer qualitativement l'escalade, comme on le voit avec l'invention d'une gestuelle nouvelle (*skate, run and jump*, mouvements de coordination, compressions, ...) sur des prises introuvables en milieu naturel, qui rendent plus difficile le passage de la salle au milieu naturel. Pour le trail sous sa forme de grands événements, il a été rendu possible par la mise en œuvre d'infrastructures, organisées par des groupes en quête de profits. Il y a donc eu rupture entre ceux qui continuent à faire de la course en montagne seuls ou entre copains, et les participants aux trails de masse qui n'existeraient pas sans l'infrastructure en place. Le marketing est donc à l'origine de cette forme de course de masse en apportant logistique et sécurisation, alors qu'il n'est pas à la naissance de l'escalade sportive, qui est née de la sécurisation des falaises par les pratiquants eux-mêmes.

On note que dans les deux cas, la mutation vers la marchandisation a eu tendance à remplacer la dimension de partage qui animait les premiers équipiers de falaise et organisateurs de courses en montagne ou en pleine nature, par une dimension de performance et de compétition. Si les cotations des passages d'escalade en montagne servaient à l'origine à prévenir les répétiteurs du niveau de difficulté auquel ils devaient s'attendre pour atteindre le sommet, elles sont maintenant devenues un but en soi, le pratiquant cherchant à franchir des pas côtés de plus en plus difficiles, où que le passage se trouve (bloc, salle, falaise...). De façon comparable, alors que les premières marches ou courses étaient des réunions amicales où on relevait ensemble un défi personnel, les grands événements de trail sont dorénavant des compétitions sanctionnées par un classement individuel repercuté dans les médias, et le cas échéant, par des diplômes ou *tee-shirts* de *finishers*. Même si, en escalade comme en course, chacun peut, individuellement, apprécier l'entraide et la solidarité entre participants, l'aspect compétition paraît bien jouer un rôle dans leur marchandisation et leur médiatisation.

Sportivisation et marchandisation

La massification de la pratique de l'escalade est en effet très certainement liée au développement de sites équipés réduisant le risque de mort ou de graves dommages en cas de chute. Et cette massification a indéniablement ouvert un marché rapidement investi par les marques. Mais qui entre aujourd'hui dans un magasin spécialisé verra beaucoup plus de vêtements et d'accessoires, que de matériel d'escalade proprement dit (chaussons, casques, baudriers, cordes et dégaines ; et pitons, *friends* ou coinces pour les plus hardis). C'est donc que les fabricants ont étendu leur offre au-delà du nécessaire, et que cet élargissement de la gamme de produits leur est profitable, puisqu'il perdure. D'où vient ce succès ?

Une première explication réside dans l'esprit de compétition, qui prend une plus ou moins grande place en chacun de nous, et qu'avait exposé Pierre Allain dès 1949. On connaît les grands noms de l'alpinisme, mais on serait bien en peine de désigner un champion du monde, le plus grand de tous, ou un classement de leurs performances, tant les montagnes, les itinéraires, les conditions, l'équipement... peuvent varier selon les jours, l'époque ou le lieu. L'invention, très tôt, des ascensions solitaires ou hivernales a introduit une hiérarchie dans la difficulté de réalisation d'un même itinéraire, premiers pas vers une sportivisation de la discipline. L'apparition en 1925 de l'échelle de difficultés de Wilo Welzenbach a été une tentative d'objectivation des difficultés, bien loin pourtant de l'appréciation supposée rigoureuse des passages d'escalade sportive. Dans les années 1970 et 80, c'était à qui irait le plus vite sur telle voie classique, qui enchaînerait le plus d'itinéraires difficiles, seul ou encordé, en été ou en hiver, ou qui réussirait tel itinéraire extrême sans s'aider des pitons en place. Sont alors apparus dans ces performances des critères mesurables, le temps, la quantité, le dénivelé, la difficulté, ou tout à la fois. Cette évolution s'accélère dans les années 1990 avec l'apparition des compétitions d'escalade dès 1986, d'abord en falaise, puis sur structures artificielles. Dans le même temps, l'échelle des difficultés en escalade, longtemps cantonnée à six degrés s'enrichissait d'un septième, puis d'un huitième, et aujourd'hui d'un neuvième degré, donnant lieu à de nombreux débats et consensus sur ces cotations ; et partant, à une estimation, au plus objectif, des difficultés. Les critères étaient en place pour que chacun se mesure dès lors à cette échelle et cherche à améliorer ses performances, offrant aux

marques l'occasion de vanter les capacités de leurs produits à faire progresser l'heureux acheteur.

Mais d'autres évolution, sociales ou sociétales ont pu aussi jouer un rôle. Qui a fréquenté dans les années 1970 à 80 les sites d'escalade ne peut guère soupçonner les grimpeurs qui les fréquentaient d'être de gros consommateurs ou des *fashion victims*. Ils formaient plutôt une tribu marginale, hédoniste et chaleureuse de trompe-la-mort en T-shirts rapiécés, qui vivaient d'expédients leur permettant de consacrer le plus clair de leur temps à leur passion. Pour beaucoup d'entre eux, cette pratique hors-système et adepte du système D, dans le sillage de 1968 et des retours à la nature des années 70, est faite sobriété et de contact avec la nature motivé par un refus de la société de consommation et de confort qui se développe alors. Plus tard, elle coexistera un temps avec les velléités d'organisation de compétitions d'escalade. En témoigne le « manifeste des 19 » signé et publié en 1985 par des grimpeurs de premier plan qui protestent contre ces dernières. Cette génération pour qui l'escalade, plus qu'un sport, était un mode de vie, laisse progressivement la place dès la fin des années 1980, à un nombre croissant de pratiquants de l'escalade sportive, que des structures artificielles rendaient accessibles dans les grandes villes, loin des falaises et en toute saison⁵. On passe alors de films comme *La vie au bout des doigts* ou *Opéra vertical* (1982) qui montraient un Patrick Edlinger, plutôt solitaire dans son camping-car ou sur le rocher, aux aventures de *Spider-Man* (1977) qui défie la gravité sur les parois les plus lisses, ou à *Cliffhanger* (1993) avec Ron Kauk et Wolfgang Güllich (alias S. Stalone) qui prendra la suite. Pourquoi ?

En 1989, le mur de Berlin tombait et l'URSS commençait une rapide désagrégation. A l'Ouest, la société de consommation et l'économie de marché passaient, dans les esprits et les discours, du statut d'objet d'étude et de critiques, sinon de repoussoir, à celui d'une réalité quotidienne et d'une évidence acceptée de (presque) tous, voire d'un monde d'opportunités. Dans ce nouveau monde, réussir c'est s'élever, s'adapter et saisir sa chance, puis

profiter de ses acquis et avantages, et de les augmenter. Une vie hors-système devient dès lors une incongruité. L'image d'un mode de vie alternatif en milieu naturel, le modèle de l'homme libre vagabondant d'une falaise à l'autre, indifférent, voire provoquant au regard des autres, font place à la figure d'un athlète intégré à un monde normé, où tout est mesurable et sitôt mesuré, en particulier la performance ou le succès.

Enfin, un dernier facteur semble devoir être mentionné : la part croissante de l'audio-visuel dans notre quotidien, dans les médias et peut-être surtout dans la sphère marchande, donnant forme et contenu à ce qu'avait pressenti G. Debord⁶. D'une part, des mouvements sécurisés, pratiqués au chaud, et qu'on peut éventuellement répéter jusqu'à atteindre le résultat souhaité, sont compatibles avec l'engouement actuel pour les images et vidéos mettant en scène ses activités et ses exploits et pour leur diffusion *ad libitum* (*ad nauseam* ?) ; d'autant mieux si des résultats chiffrés peuvent y être ajoutés. Un aspect de ce que J. Fourquet⁷ a appelé le narcissisme de masse, et qui peut devenir rentable pour son auteur si le nombre de visionnages est suffisant.

Cette évolution a favorisé, et est allée de pair avec, la professionnalisation de la pratique de l'escalade. En effet, les prix exorbitants atteints par les droits de retransmission des matchs de football ou autres compétitions sportives démontrent l'intérêt des annonceurs pour tout spectacle, manifestation, sites ou blogs individuels rassemblant un nombre significatif de spectateurs auxquels adresser leurs messages publicitaires. Cette évolution a donc permis à certains des meilleurs de vivre de leur passion grâce aux sponsors. Et peut expliquer la pression de certaines institutions, avides de tels subsides, pour promouvoir la compétition chez leurs adhérents et auprès des annonceurs. Ces organismes entrent alors inmanquablement dans une logique où dominant non l'amour du sport lui-même et l'envie de le partager, mais un souci d'équilibre financier et budgétaire et donc, de promotion et de croissance des effectifs. Bien loin de « l'inutile » des années 50 ...

* * *

⁵ Le nombre de structures artificielles d'escalades a été multiplié par 12 entre 1981 et 1988, et la vente de chaussons et cordes par 3 entre 1984 et 1988 (Gloria et Raspaud, 2006, Staps, n° 71, 99-114. <https://www.cairn.info/revue-staps-2006-1-page-99.htm>).

Aujourd'hui, le nombre de SAE en France est estimé à plus de 2000, soit davantage que de SNE.

⁶ Guy Debord (1967). La société du spectacle. Buchet/Chastel

⁷ Jérôme Fourquet (2020). L'archipel français. Seuil

Yannick Vallençant

Les « conquérants de l'inutile » face au défi de réinventer les lois du marché

De plus en plus d'experts (scientifiques, économistes) parmi les plus sérieux appellent d'urgence à une réorientation profonde – voire à un abandon pur et simple – du modèle capitaliste actuel pour préserver ce qui peut l'être encore de la cohésion des peuples et de l'écosystème planétaire. On peut donc à juste titre, sans mériter d'être taxé d'utopie Amish ni de rage « écoterroriste », s'interroger à plus petite échelle sur le bien-fondé, les impacts et la durabilité de la marchandisation des activités de montagne et d'escalade telle qu'elle a évolué et telle que nous la connaissons aujourd'hui.

On ne peut que reconnaître le rôle de fait du commerce dans l'organisation et les relations de la plupart des sociétés humaines – ou en tout cas de celles qui ont duré et prospéré jusqu'à ce jour. Les critiques portent plutôt sur les dérives du capitalisme mondialisé, quand la recherche de la maximisation du profit privé prend le pas sur les enjeux de cohésion sociale et méprise les lois de la nature au point de compromettre l'avenir de tous.

À cette aune, le prisme des sports de montagne permet d'illustrer des problèmes beaucoup plus vastes, qui se posent sous des formes variables à l'ensemble des territoires et des sociétés de la planète et dont les solutions pourraient être partagées.

Revenons donc à nos moutons – ou plutôt à nos montagnes.

Dès les prémices du développement des activités de montagne et d'escalade, il s'est trouvé des acteurs pour en faire commerce. C'est parce que des gens bien nés, qui avaient du temps et de l'argent à consacrer à leurs loisirs, voulurent gravir des montagnes que les premiers guides commencèrent de monnayer leurs services et de structurer une profession dès la fin du 18^{ème} siècle.

Par la suite, tous les plus grands noms parmi les « Conquérants de l'Inutile », pour vivre de leur passion verticale, ont accepté de composer autant avec les contraintes économiques et avec les lois du marché qu'avec celles de la gravité : les Rébuffat, Terray, Bonatti, Desmaison « rentabilisaient » déjà leurs exploits, ceux-ci nourrissant leur notoriété et par là même leurs revenus de guides, de conseillers techniques, d'hommes-sandwiches, de

conférenciers ou d'auteurs ; et les grimpeurs et alpinistes sponsorisés des décennies suivantes n'ont fait que s'inscrire dans leurs pas de façon plus « professionnelle » encore.

Une dérive collective

Le principe même du commerce n'apparaît donc nullement une hérésie, incompatible en soi avec l'esprit-même des activités de montagne et d'escalade. Mais les « conquérants de l'inutile » cherchaient par nécessité à valoriser des réalisations verticales accomplies, elles, avant tout par passion et « en bon style ».

En revanche, le bât peut blesser quand la recherche prioritaire est celle du profit maximal et qu'elle vient pervertir une éthique et des « règles de l'art » qu'on estime si consubstantielles à l'alpinisme (et donc aussi à l'escalade) qu'elles lui ont valu un classement au patrimoine immatériel de l'UNESCO,

Or c'est bien cette dérive qui est en cours dans certaines formes actuelles de marchandisation : celles qui, en s'inscrivant dans des stratégies exclusivement quantitatives, économiques et financières et en visant la rentabilité maximale et à court terme, « dénaturent » l'escalade comme l'alpinisme jusqu'à compromettre leur avenir à long terme – dans les espaces naturels au moins.

Étienne Jaillard et Gilles Rotillon ont ainsi expliqué certains effets pervers de la logique du chiffre propre à certains réseaux de salles d'escalade (ou aux fonds d'investissement qui les financent) comme, dans une moindre mesure, à la FFME dans sa quête de médailles, de lumière et de subventions olympiques.

Car le format retenu pour les épreuves olympiques – qu'il s'agisse d'escalade ou de ski-alpinisme – illustre de façon flagrante la dénaturation et l'acculturation profondes qu'imposent les « standards » du sport *business* (fut-il vaquement masqué sous le vernis olympique) : que reste-t-il, dans ce cadre étriqué de murs et de pistes artificiels, de la confrontation avec soi-même et avec la nature qui distingue les disciplines de l'alpinisme d'un sport classique ? Que reste-t-il ici de l'esprit d'aventure et de cordée ? Quelques espoirs de médailles, de subventions et autres invitations à la table du CNOSF semblent avoir conduit à sacrifier des racines, une histoire et une âme – quand, au contraire, tous les autres acteurs de la pleine nature s'efforcent de s'accrocher aux leurs (ou de s'en inventer, au besoin) pour structurer un marketing efficace, ou quand le retour à la

nature et la quête de sens n'ont jamais autant été au cœur des préoccupations de la population, on ne peut que questionner la pertinence de cet axe prioritaire de développement fédéral.

C'est d'ailleurs également la FFME, en partenariat avec les patrons de réseaux de salles d'escalade privées, qui veut créer un nouveau diplôme de moniteur d'escalade (un « titre à finalité professionnelle ») aux exigences réduites mais disposant des mêmes prérogatives que le diplôme d'État plus ambitieux ; un projet visant à abreuver le marché de l'encadrement d'une main d'œuvre abondante, à tout faire et pas chère, source de profits maximaux pour les employeurs dès la phase d'apprentissage.

Cette même logique quantitative et de rentabilité est aussi à l'œuvre dans les centres de formation publics. La politique d'inspiration néolibérale de réduction des dépenses publiques ayant fait son œuvre également au ministère des Sports, ses centres de formation aux diplômes d'état de guide (ENSA de Chamonix) et de moniteur d'escalade (CREPS) sont conduits à adopter une philosophie et des méthodes de gestion directement inspirées du secteur privé – tout en bénéficiant, en plus de financements publics, de monopoles qui leur laissent presque toute latitude d'allonger ou de renchérir les formations, ou d'en imposer d'un intérêt discutable (comme les fameux « recyclages » tous les six ans) aux éducateurs sportifs concernés, qui se voient obligés de « consommer » sans possibilité de discussion ni alternative. Une position dont n'oseraient sans doute pas rêver même les moins sociaux des patrons...

Tout à leurs objectifs budgétaires, lesdits centres de formation déversent donc bon an mal an le même nombre de nouveaux diplômés sur le marché du travail. Des centaines de nouveaux moniteurs de ski, alors que la neige fond à vue d'œil. Entre 35 et 50 guides, alors que la montagne s'effondre et que le métier est menacé. Toujours autant de moniteurs d'escalade ou de canyon, quand trop peu arrivent déjà à en vivre correctement à l'année et alors que les sites naturels viennent à manquer, sont menacés de fermeture ou déjà interdits d'accès.

Nombre de professionnels, ou de leurs organisations collectives (certains syndicats et leurs structures affiliées), tendent eux-mêmes à s'inscrire dans cette stratégie de rentabilité à court terme – sans sembler se soucier du temps long, ni des impacts, ni de l'éthique, ni du sens même de certains de leurs produits marchands.

C'est ainsi que des structures spécialisées vont « porter » à prix d'or, avec force Sherpas et bouteilles d'oxygène artificielle, de véritables troupes de clients parfois néophytes jusqu'au sommet de l'Everest – une « performance » logistique et financière plutôt qu'alpinistique, donc.

C'est ainsi, plus près de nous, que divers regroupements de guides et moniteurs ont tendance à se concentrer sur des « produits-vaches à lait » standardisés, agglutinant les foules ici à ski sur la Vallée Blanche ou là sur une voie normale, obstruant des canyons qui n'en peuvent plus mais ou investissant d'autres activités qui n'ont d'autre intérêt que la rentabilité.

Et c'est ainsi que même des représentants de professionnels émettent l'idée de former encore plus de guides et moniteurs pour pouvoir répondre à toutes les demandes lors des pics d'activité (été et vacances scolaires) – dans l'idée de maximiser les profits des structures plutôt que de permettre aux professionnels qui les composent de maîtriser leurs effectifs et leur offre (et donc d'en vivre correctement à l'année).

L'illusion d'un développement « contre nature »

Plutôt que d'augmenter la valeur unitaire de leurs prestations et donc le revenu par client – ce que permettrait un marketing vantant le caractère exceptionnel de l'expérience, ou une restriction du nombre de professionnels en activité –, la plupart des professionnels ont fait le choix de développer leur volume d'affaire avec le nombre de clients.

Et plutôt que de chercher à répandre largement au sein de la population une « culture de la grimpe » ou une « culture montagne » – comme a su le faire avec succès une fédération comme celle de surf –, la FFME a fait le choix plus lucratif d'attirer de plus en plus de licenciés en son sein.

Mais cette volonté de massification des pratiques à tout prix – qui peut se concevoir pour des gérants de salles artificielles qui n'auraient qu'à construire de nouvelles structures pour absorber des flux de clientèles toujours plus nombreux – rencontre deux principales limites en ce qui concerne la pratique en extérieur : d'une part, le nombre limité et la saturation potentielle ou déjà effective des sites naturels disponibles (avec le risque induit de voir cette ressource se réduire encore, du fait des

diverses nuisances engendrées pour les riverains, communes et autres propriétaires) ; d'autre part, le profil de ces nouveaux consommateurs souvent peu enclins à accepter la part d'imprévu, d'aventure et donc de risque substantielle des activités de montagne et d'escalade (ce qui induirait soit d'aseptiser et de dénaturer les pratiques pour leur proposer un « produit » adapté, soit de s'exposer à une multiplication déjà largement engagée de recours contentieux particulièrement coûteux pour le moindre manquement – ou considéré comme tel – à une prestation de service). Avec à terme plusieurs issues possibles : soit des métiers d'encadrement devenus sans intérêt autre que financier pour le professionnel et peu pédagogiques et enrichissants pour la clientèle ; soit des tarifs d'assurances professionnelles devenant exorbitants, voire inaccessibles ; soit les deux à la fois. Des métiers qui seraient alors promis eux aussi à la disparition.

Un développement infini n'est pas possible dans un monde fini ; et on ne peut échapper longtemps aux lois naturelles, en montagne et en paroi pas plus qu'ailleurs, sauf à foncer à tombeau ouvert dans le mur sur un air de « *jusqu'ici, tout va bien* ». Le défi qui est posé aux acteurs de la montagne et de l'escalade est commun à toute l'humanité : il faut changer de modèle, passer de l'individualisme à la solidarité, de la quête irraisonnée du profit maximal à court terme à une démarche responsable et viable à long terme, de la dilapidation de ses ressources et de ses richesses naturelles à leur valorisation et à leur préservation durables. Autrement dit, retrouver l'esprit de cordée et le sens de l'itinéraire pour s'en sortir par le haut... Il revient donc tout particulièrement aux acteurs de l'escalade et de la montagne de se montrer vraiment à la hauteur de cette nouvelle aventure.

* * *

