



Diplôme Universitaire
« Gardien de refuge de montagne »

NOTE DE SYNTHÈSE

**L'IMPLICATION DES CLIENTS-VISITEURS DANS
LE PORTAGE VERS OU DEPUIS LES REFUGES**

Marie LY

Année universitaire 2016



Diplôme Universitaire
« Gardien de refuge de montagne »

NOTE DE SYNTHÈSE

**L'IMPLICATION DES CLIENTS-VISITEURS DANS
LE PORTAGE VERS OU DEPUIS LES REFUGES**

Marie LY

Année universitaire 2016

Remerciements

Un grand MERCI à :

Stéphane AMIEL, Guillaume BAILLY, Charly BARCELO, Claude et Nadine BARNIER, Nicolas CHAUD, Elise CUPELIN, Catherine DEBRAY, Louis GAILLOT, Christophe et Magali FOURNIER, François GIROUD, Damien HAXAIRE, Stéphane JULLIEN, Paul LABORDE, Dominique LUQUET, Mélanie MARTINOT, Frédi et Nathalie MEIGNAN, Sébastien NOTTER, Olivier PARENT, Hugo PUTELAT, Cédric SAINTENOY, Nicolas VERNON, Cédric VEROLLET et Camille JULLIEN, Céline VIALA ;

Les gardiennes et gardiens des refuges des Estagnous, de Vallonpierre, de Rabuons et de la Cougourde (en hiver), de La Pra, du Glacier Blanc, de la Dent d'Oche, de Vens, de l'Aigle, de Nice, de la Blanche, du Pelvoux, des Bans, Albert I^{er}, de Chabournéou, de l'Olan, du Promontoire, d'Avérole, du Pigeonnier, de la Cougourde (en été), du Carro, du Col du Palet, d'Ambin, des Aiguilles d'Arves ;

qui ont pris le temps de répondre à mes questions à une période de l'année où ils ont bien d'autres choses à faire : préparer la saison d'été ou la vivre !

Ce questionnaire a parfois amené de longs et passionnants échanges téléphoniques.

Tous les randonneurs, randonneuses, alpinistes, pêcheurs... qui ont pris le temps de répondre aux questionnaires.

Céline VIALA pour son accueil et la confiance qu'elle m'a accordée lors de mon stage de printemps.

Christophe BOUGES au refuge des Sept-Laux.

Guillaume BAILLY, Pierre TORRENTE et Stéphane AMIEL pour leurs conseils et leur écoute.

L'équipe pédagogique, administrative et technique de l'AFRAT.

La super promotion 2016 des futurs gardiens de refuge.

Sommaire

Introduction.....	6
I. Définitions et contexte	6
1. Le refuge.... Ou les refuges	7
2. Les gardiens, gardiennes et leurs équipes	8
3. Les portages pour l’approvisionnement et l’évacuation des déchets	9
4. « L’esprit montagne » ou « l’esprit refuge »	10
5. La sensibilisation par l’action	10
6. La relation client/gardien, la relation commerciale	11
II. Traitement de la problématique selon quatre hypothèses	11
1. Hypothèses et matière d’étude.....	11
2. Hypothèse 1 : Les gardiens ou gardiennes font appel aux clients pour porter vers ou depuis leur refuge.	12
3. Hypothèse 2 : Les clients ont déjà participé à un portage vers ou depuis un refuge ou sont disposés à le faire	16
4. L’implication des clients dans le portage permet de sensibiliser au fonctionnement du refuge et transmettre des valeurs correspondant à « l’esprit montagne ».....	19
5. L’implication des clients dans le portage va à l’encontre de la relation commerciale qui existe avec les gardiens gestionnaires de refuge	19
III. Retour d’expérience du mois d’août et perspectives	21
1. Cas concret au mois d’août au refuge des Sept-Laux.....	21
2. Perspectives.....	22
Conclusion	24
Bibliographie.....	25
Annexe 1 :	26
Annexe 2	27
Annexe 3.....	29

Introduction

Les refuges de montagne offrent généralement un abri aux randonneurs et autres sportifs de passage tout au long de l'année. En France et plus généralement dans les massifs alpin et pyrénéen, ils sont nombreux. Quand ils sont gardés, un service de restauration est proposé le matin, le midi et le soir.

Les refuges se trouvent plus ou moins loin des axes de communication autour desquels est construit l'aménagement du territoire et qui sont empruntés quotidiennement par les hommes et les marchandises. Ils sont accessibles à pied, en vélo, à ski après quelques minutes ou plusieurs heures d'effort. Ainsi, les commerces, les parkings et les déchetteries sont loin des refuges et les camions-poubelles ne passent pas devant les refuges. Les questions de l'approvisionnement et de l'évacuation des déchets se posent et sont des éléments centraux dans l'organisation et le quotidien du métier de gardien de refuge de montagne.

La clientèle des refuges a fortement évolué au cours du dernier siècle et demi. Aujourd'hui la clientèle est de plus en plus composée de randonneurs, de familles et ne connaît pas forcément le milieu de la montagne et ses mœurs. La promiscuité de la vie en refuge tend à diminuer et la participation des clients à de petites tâches de la vie du refuge, également. Pour autant des centaines voire des milliers de personnes se rendent chaque jour vers les 250 refuges français, ils viennent le plus souvent de la vallée et font le lien entre « le bas » habité, bien achalandé et le refuge d'altitude, isolé.

Comment ces éléments peuvent-ils se rencontrer ? L'implication des usagers dans le portage vers ou depuis les refuges est-il pratiqué, envisageable ? Que peut-elle apporter ?

Dans une première partie des définitions et des éléments de contexte permettront de mieux appréhender les enjeux des questions traitées.

Dans une seconde partie, nous tenterons de répondre à la problématique à travers les quatre hypothèses suivantes : 1) Les gardiens et gardiennes font appel aux clients pour porter vers ou depuis leur refuge ; 2) Les clients s'impliquent déjà ou sont disposés à le faire ; 3) L'implication des clients dans le portage permet de sensibiliser au fonctionnement du refuge et transmettre des valeurs correspondant à un « esprit montagne » ; 4) L'implication des clients dans le portage va à l'encontre de la relation commerciale qui existe avec les gardiens de refuge.

Dans une troisième et dernière partie, à partir de mon expérience vécue au refuge des Sept-Laux au mois d'août, nous proposerons des pistes de travail et des actions afin de mettre en place un système participatif de portage vers ou depuis les refuges.

I. Définitions et contexte

1. Le refuge.... Ou les refuges

Nous limiterons les présentes définitions au contexte français, un travail plus global intégrant les aspects des cabanes ou bivouacs suisses, des « refugi alpini » italiens, et au-delà pourra être mené ultérieurement.

- Dans l'histoire

Autrefois le refuge de montagne était un abri sommaire, voire une simple protection sous un rocher pour les chasseurs et les bergers. Il prend son sens moderne, avec la naissance des hospices médiévaux. Fin du 18^{ième} siècle, il commence à accueillir les aventuriers, les premiers alpinistes qui viennent vaincre les peurs jusqu'ici véhiculées par les montagnes ; il leur offre alors un accès facilité aux sommets éloignés des fonds de vallée. Dès le 19^{ième} siècle les abris sont améliorés via la construction de murs en pierre. Puis au 20^{ième} siècle –surtout après la seconde guerre mondiale- des refuges-chalets sont construits pour offrir un abri plus confortable aux alpinistes de plus en plus nombreux. Aujourd'hui les refuges tendent à se transformer en auberge d'altitude.

- Selon les dictionnaires contemporains

Refuge : « Petite construction en haute montagne où les alpinistes peuvent passer la nuit, s'abriter en cas de mauvais temps. » (source : Le Petit Robert 2002).

Refuge : « Abri de haute montagne. » (sources : Le Petit Robert illustré 2015 ou Le Petit Larousse illustré 2002).

On peut s'interroger sur l'exactitude actuelle de ces définitions.

Mais le refuge –dont l'étymologie vient de *refugium* : fuir- peut aussi signifier selon le contexte « le soutien, le sauveur », « un lieu où l'on se retire pour échapper à un danger ou à un désagrément, pour se mettre en sûreté. », « un lieu où le gibier se met à l'abri quand il est poursuivi ».

- Selon la Loi française

Avant 2007, les refuges étaient définis dans **l'arrêté ministériel** (Ministère de l'Intérieur) **du 10 novembre 1994**, portant approbation de dispositions complétant et modifiant le règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public du type REF (refuges de montagne). Cf. *Annexe 1*.

En 1998, le Secrétariat d'Etat au Tourisme confie à l'Inspection Générale du Tourisme, la réalisation d'un rapport de bilan et propositions quant à la prise en compte de l'évolution des attentes des utilisateurs des refuges et de leurs spécificités et de la mise en conformité avec la réglementation.

La loi n° 2005-157 du 23 février 2005 relative au Développement des Territoires Ruraux (Loi D.T.R.) intègre dans le code du tourisme un article qui définit le refuge comme « un établissement recevant du public, en site isolé de montagne, gardé ou non » et dont « les caractéristiques sont définies par décret ».

Le **décret n°2007-407 du 23 mars 2007 relatif aux refuges et modifiant le code du tourisme (partie réglementaire)** paraît au Journal Officiel ; il précise la notion de refuge et modifie les conditions d'accueil. Les dispositions ont été intégrées dans le code du Tourisme (articles R 326-1 et suivants). Cf. *Annexe 1*.

La fonction d'intérêt général du refuge est alors reconnue à travers ce décret.

La définition législative ou réglementaire du refuge de montagne est difficile. La réponse du Ministère délégué à l'aménagement du territoire publiée dans le JO Sénat du 02/03/2006 - page 608 en témoigne : « Les particularités du refuge, bâtiment isolé mais ouvert au public, établissement assurant à la fois une mission d'intérêt général et un service commercial, rendent complexe la démarche devant aboutir à un texte réglementaire qui doit rester simple et clair. »

- D'autres définitions

De nombreuses autres définitions du refuge pourraient être données : celles des clubs ou fédérations de sports de montagne, celles des usagers, mais aussi celles des écrivains, des poètes.

En voici une : « *Lieu plein et clos, le refuge assume la fonction d'une île bienheureuse à l'abri de l'immensité extérieure.* » (E. Camanni).

- Les refuges

Malgré la volonté de poser une définition regroupant l'ensemble des refuges, chacun est unique, possède ses atouts et contraintes propres. Il est donc difficile de généraliser tout propos, notamment sur le sujet traité. En effet l'accessibilité, la localisation, la fréquentation, le type de fréquentation, les ressources énergétiques, les capacités de stockage et conservation, entre autres, auront leur importance.

2. Les gardiens, gardiennes et leurs équipes

Garder : « Prendre soin de (une personne, un animal) ».

Le gardien de refuge a pour mission à la fois d'entretenir le bâtiment qu'il gère pour le compte du propriétaire (quand il ne l'est pas lui-même) et d'accueillir les visiteurs. Il exerce un métier polyvalent, souvent saisonnier. Il s'entoure d'aides-gardiens ou aides-gardiennes, *a minima* au plus fort de la saison touristique estivale ou printanière. Les équipes apparaissent alors comme des acteurs indéniables du tourisme en montagne.

Autrefois, ce métier était souvent une affaire de famille. Aujourd'hui il se transforme et attire de plus en plus de candidats. En outre, il se professionnalise à travers notamment une formation qui permet l'obtention du Diplôme Universitaire « Gardien de refuge de montagne », ou une procédure de Validation des Acquis Professionnels, délivrés par l'ISTHIA (Institut Supérieur du Tourisme de l'Hôtellerie et de l'Alimentation - Université de Toulouse). Cette évolution n'est pas toujours bien

vécue par les gardiens en place. On peut aussi entendre ça et là que le métier de gardien de refuge se transforme en celui d'hôtelier.

Les gardiens et gardiennes apportent une touche personnelle à leur refuge à travers les menus et produits proposés, les animations programmées, leur implication dans des actions de sensibilisation du public, et bien sûr leur tempérament. Ces aspects ont aussi toute leur importance dans le sujet traité.

3. Les portages pour l'approvisionnement et l'évacuation des déchets

- Des besoins variés

Les besoins en produits alimentaires, en ressources énergétiques, en produits ménagers dépendent du refuge considéré ainsi que de certains choix des gardiens mais les points suivants sont communs : les gardiens doivent disposer de denrées périssables, non périssables, de produits frais, de boissons diverses, de gaz, de bois, d'électricité, d'autres produits de consommation courante pour cuisiner, accueillir et répondre aux demandes des clients.

La fréquence des approvisionnements dépend fortement des capacités de stockage et conservation du refuge. Les progrès technologiques font aussi évoluer ces conditions : meilleur rendement des panneaux solaires par exemple, conditionnements sous vide ou sous atmosphère modifiée, etc.

- Du portage à l'hélicoptage pour l'approvisionnement

Portage : « Action de transporter à dos d'homme dans un pays où les chemins ne permettent pas l'emploi de véhicules ou d'animaux. » (Larousse)

Portage : « Transport à dos d'homme. » (Petit Robert)

Jusque dans les années 60, l'ensemble des denrées étaient montées à dos d'homme voire de femme ! Il en était de même pour les déchets générés au refuge. Aujourd'hui l'hélicoptage remplace le portage. L'hélicoptère est utilisé quasiment par tous les gardiens au moins une fois dans l'année en début de saison pour approvisionner les refuges (exceptés pour ceux accessibles par une piste carrossable). Le poids de la charge transportée par rotation est compris entre 600 kg et 850 kg en fonction de l'altitude. Souvent il est complété par un ou deux autres hélicoptages en cours de saison et il est utilisé jusqu'à une fois par semaine pour l'approvisionnement et l'évacuation des déchets des refuges à fortes capacité d'accueil et fréquentation. L'hélicoptage est facturé autour de 30 € HT la minute. Les portages à dos d'homme sont souvent voire très régulièrement utilisés pour acheminer le frais comme les légumes, la viande et aussi le pain. Ils sont le plus souvent réalisés par l'équipe du refuge ce qui ne représente pas des frais supplémentaires des coûts salariaux.

Le portage est adapté à un approvisionnement régulier de petites quantités. Mais il demande du temps et un engagement physique incontestable de la part des porteurs ou porteuses.

Certains gardiens et gardiennes utilisent également des ânes pour l'approvisionnement et l'évacuation des déchets. Un âne peut porter jusqu'à 70 kg. Accompagner les ânes demande du temps, les nourrir et les abriter demandent des ressources et tous les refuges et sentiers d'accès ne

s'y prêtent pas. Certains gardiens ont pratiqué puis abandonné cette option au vu des difficultés rencontrées.

- La gestion et l'évacuation des déchets

Les déchets générés sont méticuleusement triés : compost, déchets incinérables quand cela est possible, verre et autres déchets. Le verre et les autres déchets sont descendus au fur et à mesure à dos d'homme, lors des héliportages en cours de saison ou font parfois l'objet d'un héliportage de fin de saison –l'occasion de monter du bois et des denrées non périssables pour l'hiver.

4. « L'esprit montagne » ou « l'esprit refuge »

Bien sûr les massifs et sommets du monde ont été le théâtre de luttes individuelles ou collectives pour leur conquête. Certes, les conditions difficiles que l'on peut rencontrer en montagne peuvent amener voire imposer solidarité et entraide. « L'esprit montagne » ou « l'esprit refuge » sont d'ailleurs des termes souvent employés dans des articles, ouvrages ou conversations. Que signifient-ils ? Existents-ils vraiment ? Sont-ils idéalisés ? Il est en tout cas difficile de trouver des références quant à ces termes et chacun en a sa propre définition.

Et même si le confort en refuge tend à s'améliorer au gré des rénovations, le refuge n'en reste pas moins un abri collectif.

Collectif : « Qui concerne toutes les personnes d'un groupe déterminé, une collectivité quelconque. »

La promiscuité est de mise dans les dortoirs et les visiteurs sont parfois sollicités pour mettre le couvert, nettoyer la table, plier les couettes ou couvertures, etc. Certains participent parfois à la plonge en fin de repas ou au portage pour monter un produit manquant ou un produit-plaisir pour l'équipe du refuge. La clientèle ayant fortement évolué ces dernières années, elle ne connaît pas forcément les règles et pratiques de vie en refuge.

5. La sensibilisation par l'action

Sensibiliser : « Rendre quelqu'un, un groupe sensible, réceptif à quelque chose pour lequel il ne manifestait pas d'intérêt. » (Larousse en ligne)

Sensibiliser : « Rendre sensible, faire réagir à... ». (Le Petit Robert)

Eduquer : « Développer chez quelqu'un, un groupe, certaines aptitudes, certaines connaissances, une forme de culture. » (Larousse en ligne)

Le refuge de par ses caractéristiques peut être un laboratoire idéal pour sensibiliser et éduquer le public de passage à des sujets variés tels : les économies d'énergie, l'eau, l'assainissement, la gestion des déchets, le milieu naturel. Le gardien peut s'impliquer dans ce rôle d'éducation mais cela demande des connaissances et du temps qu'il n'a généralement pas au plus fort de la saison. Cela

dépend aussi de la fréquentation de son refuge, de ses convictions et sa volonté. Il peut mettre à disposition ou afficher des ouvrages, plaquettes, photographies, écriteaux, concourant à la sensibilisation.

6. La relation client/gardien, la relation commerciale

Client : « Personne qui requiert des services moyennant rétribution. » (Le Petit Robert)

Ce terme n'est pas toujours apprécié par les gardiens. Pourtant le visiteur rétribue le gardien pour un service rendu. Il serait intéressant de recueillir des témoignages d'anciens gardiens de refuge, pour savoir quelle était autrefois cette relation. Les termes visiteurs, usagers seront aussi utilisés par la suite.

Usager : « Personne qui a recours à un service, en particulier à un service public ou qui emprunte un service public. » (Larousse)

Visiteur : « Touriste, voyageur, personne qui visite un musée, un château, un site, etc. » (Larousse)

La relation commerciale est constituée de l'ensemble des contacts/échanges entre un client et l'unité commerciale au cours d'une période plus ou moins longue. Longtemps orientée « produits », elle est aujourd'hui centrée sur le client. Qu'elle soit assurée par des entreprises de production, de distribution ou de services, l'activité commerciale est assurée par des unités commerciales définies comme des « lieux physiques ou virtuels où une clientèle potentielle peut accéder à une offre de produits ou services »

Il existe bien une relation hôte/usagers ou gardien(nes)/clients qui peut être déclinée à l'envi. En effet il existe diverses manières d'être un client et d'être un hôte !

II. Traitement de la problématique selon quatre hypothèses

1. Hypothèses et matière d'étude

Les 4 hypothèses sont les suivantes :

- Les gardiens et gardiennes font appel aux clients pour porter vers ou depuis leur refuge.
- Les clients ont déjà participé à un portage ou sont disposés à le faire.
- L'implication des clients dans le portage permet de sensibiliser au fonctionnement du refuge et transmettre des valeurs correspondant à l'« esprit montagne ».
- L'implication des clients dans le portage va à l'encontre de la relation commerciale qui existe avec les gardiens de refuge.

Chacune fera l'objet d'une sous-partie.

Afin d'alimenter la réflexion, je m'appuie sur les réponses d'une vingtaine de gardiens et gardiennes à un questionnaire semi-ouvert (Cf. *Annexe 2*), ainsi qu'aux réponses de 36 visiteurs-clients à un questionnaire semi-ouvert dédié (Cf. *Annexe 3*).

Le questionnaire « gardien » a été envoyé par e-mail à partir de début juin à un petit nombre de gardiens puis a été envoyé plus largement par la suite. Mon objectif initial était de compléter les réponses écrites au questionnaire par un échange oral permettant d'avoir des informations qualitatives. Cela a pu être réalisé avec plusieurs gardiens et gardiennes. Certains ont aussi choisi un échange uniquement par téléphone. La matière obtenue est conséquente et pourrait faire l'objet d'un travail plus approfondi. Il faut toutefois noter que la période estivale pour obtenir et traiter des informations n'est idéale ni pour les gardiens et gardiennes, de plus en plus sollicités, ni pour nous étudiants.

Le questionnaire « public » a été distribué et rempli dans quatre refuges des Alpes : refuge d'Ambin, refuge du Pigeonnier, refuge du Promontoire et refuge des Sept-Laux. La situation géographique, l'accès, le type de public fréquentant ces refuges sont très différents. Je souhaitais notamment avoir un retour des publics « randonneurs » et « alpinistes » même si ces catégories renferment aussi une grande diversité d'utilisateurs.

2. Hypothèse 1 : Les gardiens ou gardiennes font appel aux clients pour porter vers ou depuis leur refuge.

- Le public « connu » et le public « inconnu »

Dans un premier temps, il convient de distinguer le public qui n'est pas connu par le gardien, du public « connu » -soit la famille, les amis, les clients habitués et les guides de haute montagne. Ce dernier participe généralement d'une façon ou d'une autre à l'approvisionnement du refuge en cas de manque d'un produit, à sa demande ou à la demande des gardiens. Sinon ils montent généralement des produits-plaisir pour l'équipe du refuge, comme un melon fortement apprécié en saison estivale !

Par la suite nous considérerons le public « non connu » qui atteint un refuge.

Ensuite des pratiques différentes s'opèrent à la montée et à la descente (ou au départ du refuge).

- A la montée : du dépannage plus ou moins exceptionnel

La moitié des gardiens interrogés ne font pas appel aux clients pour leur monter des denrées, et ce pour des raisons diverses. L'autre moitié y fait appel.

Tous les gardiens doivent faire preuve d'un sens aigu de l'anticipation et de l'organisation pour leur approvisionnement mais ils ne sont pas à l'abri d'une pénurie d'un ou plusieurs produits, due à une erreur d'anticipation, de commande ou à une forte fréquentation. Certains gardiens sollicitent alors leurs clients pour les dépanner de manière exceptionnelle (3 fois dans l'année maximum). Ils

demandent à des clients de monter le produit manquant : souvent du pain, de la salade, parfois de la viande, du fromage, etc. Les clients ont tout à fait la possibilité de refuser. Pour certains c'est une solution de dernier recours.

Un petit nombre est opposé au principe. Il fait des portages réguliers (2 à 3 fois par semaine) et n'a pas besoin de faire appel aux clients. Ils espèrent ne jamais avoir à le faire ou l'ont déjà fait quand ils n'avaient pas le choix : pénurie d'un produit, très forte affluence au refuge et impossibilité de se dégager du temps pour descendre.

La majorité n'en a pas besoin, sans être opposée au principe, car les approvisionnements sont basés sur des héliportages, des portages, trajets en 4x4 ou quads-motoneiges, très fréquents (1 à plusieurs fois par semaine). Leur approvisionnement est organisé et impliquer les clients demanderait du temps qu'ils n'ont pas.

La majorité est aussi gênée de demander un service à leurs futurs clients et peut penser que le public qui fréquente son refuge n'est pas adapté : public itinérant, public familial, alpinistes au départ d'une course engagée.

Certains gardiens et gardiennes font appel régulièrement (1 fois par semaine en moyenne) aux visiteurs pour leur monter « des petites choses », sur la base également d'une contribution volontaire. Ces petites choses peuvent être du matériel de bricolage, des pansements, du scotch, des fruits, des légumes pour l'équipe, le courrier. Le poids transporté est généralement inférieur à 1 kg. Généralement leur approvisionnement ne comprend pas des portages hebdomadaires. Les motivations sont le gain de temps (long accès vers le refuge) mais aussi le souhait de s'économiser physiquement. Certains gardiens font davantage appel à leurs clients en vieillissant et certains jeunes gardiens cherchent à s'économiser quand ils le peuvent, de manière préventive.

D'autres gardiens font appel aux visiteurs de passage pour justement garder cet esprit montagne, faire participer et aussi faire plaisir aux clients qui proposent leur aide. En effet, beaucoup de gardiens en ont conscience et certains font par exemple monter un pain alors qu'ils n'en ont pas vraiment besoin.

- A la descente : les clients ne sont plus tout à fait « inconnus »

Les visiteurs sont arrivés au refuge, ont pu entrer en contact avec le gardien et proposent de redescendre des poubelles. La plupart des gardiens acceptent, parfois encore « pour faire plaisir ». Le volume redescendu par les usagers reste généralement négligeable comparé au volume héliporté ou redescendu par l'équipe du refuge au cours de la saison. L'implication peut aussi concerner des objets oubliés au refuge par les clients, des cagettes de conditionnement des salades, etc.

Finalement ce sont davantage les clients qui font appel aux gardiens et gardiennes pour redescendre des poubelles que le contraire.

Toutefois, certains gardiens refusent de faire descendre les ordures ménagères à leurs clients, car cela les gêne, ou ils ont besoin de poids pour l'héliportage de descente, ou ils ne veulent pas passer du temps à conditionner les ordures pour les clients (petits sacs hermétiques) ou encore parce que

les héliportages ou trajets en 4x4 sont très fréquents. Il est intéressant de noter que c'est généralement dans ces refuges que la sensibilisation à la gestion des déchets et à la descente de leurs propres poubelles par les clients est la plus difficile. Les « gros refuges » génèrent-ils des comportements différents ? Attirent-ils une clientèle moins sensible ? Y'a-t-il un défaut des moyens de sensibilisation ?

- Cinq exemples d'implication des clients dans l'approvisionnement ou l'évacuation des déchets

Les pratiques exercées par les gardiennes et gardiens de cinq refuges se démarquent car on peut considérer que les clients font partie de l'organisation de l'approvisionnement ou l'évacuation des déchets de leur refuge.

Le refuge d'Ambin

Refuge situé en Maurienne, à 2 270 mètres d'altitude, ayant une capacité de 30 places, avec un dénivelé positif de 300 mètres au départ du sentier. Le bâtiment est petit, rustique, les capacités de stockage du refuge sont faibles. Un héliportage est réalisé en juin, puis complété par des portages à dos d'homme 1 à 2 fois par semaine, à raison de 20-25 kg par portage. Les gardiens ont 3 jeunes enfants. Ils font rarement appel à un ou une aide.

Dans un souci d'organisation (professionnelle et familiale), de gain de temps et de sensibilisation, les gardiens font intervenir leurs visiteurs, sur la base du volontariat. Ils ont installé une malle accompagnée d'un panneau explicatif au départ du sentier. A chaque ravitaillement les gardiens descendent, font les courses, remontent avec les produits frais (respect des contraintes sanitaires) et déposent des denrées non périssables dans la malle. Les visiteurs peuvent alors choisir de prendre des produits dans la malle et les monter. Ils montent entre 500 grammes et 5 kg. Une boisson leur est offerte à l'arrivée, parfois ils la refusent.

Cela fonctionne très bien et les gardiens ont constaté la fierté procurée aux clients.

Le refuge de Chabournéou

Situé dans les Écrins, à 2 020 mètres d'altitude, avec un dénivelé positif de 450 mètres au départ du sentier, ayant une capacité de 42 places. Un seul héliportage de montée est réalisé en juin, aucune denrée n'est montée par les clients. Après tri sélectif, les déchets ménagers sont descendus à dos d'homme (gardiennes, aides ou clients), le verre est descendu lors de l'héliportage de la saison suivante.

Aujourd'hui ¾ des déchets ménagers sont descendus par les clients. Ce n'était pas une volonté de la part de la gardienne. En outre, pour amener les clients à réfléchir à la question souvent posée « où peut-on jeter nos poubelles ? », elle a affiché une photo d'elle portant un volume important de poubelles. Cette photo a eu beaucoup d'impacts, notamment la proposition par les clients de descendre des déchets du refuge. La gardienne conditionne les ordures dans de petits sacs qu'elle double.

La réflexion et le questionnement à partir d'une photo ont mené à l'action.

Le refuge du Lac de Rabuons

Situé dans le Mercantour, à 2 520 mètres d'altitude, un dénivelé positif de 1 400 mètres au départ du sentier, ayant une capacité de 36 places. C'est un refuge assez rustique, gardé par le gardien souvent seul ou accompagné au plus d'un ou d'une aide. L'accès est long. Un héliportage est réalisé en début de saison et un en fin de saison. Ils sont complétés par des portages à dos (de gardien ou de clients). Un portage à dos depuis le refuge demande une journée pour le gardien, sachant qu'un ravitaillement est souvent nécessaire quand la fréquentation du refuge est importante.

En 2014, le gardien a demandé à des clients de l'approvisionner lors de leur montée, par nécessité. Le principe ayant bien fonctionné, il l'a développé et mieux organisé en 2015 et 2016. Le gardien téléphone à l'ensemble des réservations de la semaine en leur expliquant le principe. Aujourd'hui il a un compte chez le primeur du village en bas où les visiteurs peuvent récupérer des denrées : principalement légumes et pain. Leur implication est basée sur le volontariat, tout comme le poids transporté. Une boisson –parfois refusée- est offerte à l'arrivée au refuge. Le gardien monte lui-même la viande et produits pour lesquels la chaîne du froid doit être respectée.

Cela fonctionne très bien, lui fait gagner du temps et s'économiser pour les portages qu'il effectue régulièrement l'hiver. Cela engendre une relation conviviale qui donne du sens à son métier et il constate aussi la fierté procurée chez ses visiteurs.

Le refuge des Aiguilles d'Arves

Situé dans le massif des Aiguilles d'Arves, à 2 260 mètres d'altitude, un dénivelé positif de 600 mètres au départ du sentier, ayant une capacité de 39 places. Deux héliportages de début de saisons – printemps et été- sont réalisés ainsi qu'un héliportage de fin de saison d'été pour la descente des poubelles, du linge et la montée du bois pour l'hiver. Les capacités de conservation, notamment l'été, sont faibles. Le ravitaillement est complété par des portages à dos (gardienne, aides et clients). La gardienne a un fils en bas âge qui vit avec elle au refuge. Elle est aidée d'un ou d'une aide en juillet et août.

Après la naissance de son fils, elle a fait appel aux clients par nécessité. Cela fonctionne toujours, lui permet aussi de gagner du temps et de s'économiser physiquement. Les clients montent régulièrement des œufs, des légumes et d'autres produits. Elle ne fait pas monter les produits carnés dans un souci de sécurité sanitaire. Elle a ouvert un compte à la superette de Valloire où les clients peuvent s'approvisionner. Il faut noter que les produits lui reviennent ainsi plus cher que chez ses fournisseurs locaux habituels.

Les clients sont contents d'aider. Pour la gardienne, cette pratique soulève la question –voire le dilemme- de la contrepartie. Est-elle redevable de davantage qu'un « grand merci » envers ses clients ? Cela peut-il être un service simplement rendu ?

Cette partie est basée sur les réponses au questionnaire « Public ». La parité homme / femme a été parfaitement respectée... par le plus grand des hasards ! Les alpinistes représentent 25 % des réponses, 75 % sont des randonneurs. Les guides 5,5%.

- 1/5^{ième} des personnes interrogées ont déjà participé à monter des produits en refuge

19,4% des personnes interrogées ont déjà monté des denrées dans un refuge à la demande d'un gardien : du pain, des légumes mais aussi du chocolat, du vin, des pâtes. Parmi eux 29 % sont des guides de haute montagne qui demandent systématiquement aux gardiens de refuge s'ils ont besoin de quelque chose (au gardien du 1^{ier} refuge-étape s'ils sont sur un parcours itinérant). Leur motivation est la « solidarité entre professionnels de la montagne ». D'autres personnes s'impliquent aussi par « solidarité » ou « amicalité », au sein d'une vallée, étant des amis, petits-enfants d'anciens ou actuels professionnels de la montagne (gardiens, guides, gardes Parc).

42 % sont des randonneurs ou alpinistes qui ont accepté la requête des gardiens pour « rendre service », « aider », « par amicalité ».

Les 4/5^{ième} restants n'ont jamais été sollicités par les gardiens.

- Moins d'1/10^{ième} des personnes interrogées ont déjà descendu des poubelles depuis un refuge

Les motivations sont les mêmes : « aider », « la solidarité ».

66 % des personnes connaissent les contraintes des refuges quant à l'évacuation des déchets et proposent leur aide aux gardiens, 33 % ont été interpellés grâce à un panneau explicatif en refuge. Cette action de sensibilisation a fonctionné. Cela peut être mis en parallèle avec l'expérience de la gardienne du refuge du Chabournéou.

- Plus de 9/10^{ième} des personnes interrogées sont prêtes à porter des produits vers les refuges ou redescendre des poubelles par solidarité principalement.

Ce chiffre important pourra peut-être surprendre certains gardiens et gardiennes. Il se répartit ainsi : 86 % est d'accord pour le faire, 6 % seulement à la descente et 2 % lors de randonnée à la journée uniquement. Randonneurs ou alpinistes, tous se sentent concernés. 6 % ne souhaitent pas (ou ne peuvent pas) le faire.

On aurait pu penser que les alpinistes s'engageant dans une course de montagne plutôt longue et difficile n'étaient pas enclins à monter des choses en refuge (sacs déjà lourds notamment, économie physique avant la course, etc.). Pourtant leur désir de s'impliquer n'est pas moindre qu'ailleurs. Toutes les personnes interrogées au Promontoire seraient prêtes à monter des choses au refuge avant de faire la traversée de la Meije ou une autre course.

La motivation principale évoquée est « aider » et « rendre service », les termes « participer », « solidarité » et « contribuer » sont aussi souvent cités. Ou encore « esprit montagne ». Certaines

personnes aimeraient davantage participer à la vie du refuge afin que les refuges qu'elles fréquentent depuis plusieurs années ne deviennent pas des hôtels d'altitude. Pour une famille, rendre ce service pourrait être un élément de motivation pour monter et découvrir de nouveaux refuges.

Une autre motivation est l'écologie et l'environnement pour ainsi diminuer l'utilisation des moyens hélicoptérés vers ou depuis le refuge. Cette raison est intéressante ; les visiteurs se posent-ils la question de l'impact écologique de leur trajet vers les parkings au départ des sentiers. Cette question de l'empreinte écologique mériterait d'être creusée.

Certains souhaitent améliorer les menus proposés en y ajoutant des légumes et participer à la propreté des lieux.

Enfin la motivation d'ordre économique a été citée 2 fois (6 % des réponses positives) : ça leur permettrait de payer moins cher leur nuitée ou leur repas.

Les 6 % n'étant pas disposés à monter ou descendre des produits ont évoqué leur âge (trop avancé), leurs maux de dos les handicapant déjà avec un sac léger.

Même si l'échantillon interrogé n'est peut-être pas représentatif et ne peut faire l'objet d'une analyse statistique étoffée, aucun client n'est opposé à ce principe pour des raisons d'ordre commercial ou de relation hôte/client.

- Les limites à l'implication

La plupart des personnes ont envie de s'impliquer mais le poids reste une limite. J'ai posé la question de leur seuil d'acceptabilité à l'oral quand l'occasion se présentait, les usagers avaient du mal à y répondre.

La progression en terrain d'alpinisme difficile, la randonnée itinérante ou la randonnée en famille avec des enfants en bas âge (les parents sont déjà bien chargés...) sont aussi des limites parfois citées.

Enfin selon plusieurs personnes, le manque d'information et de communication sur les besoins en refuge, ne leur permet malheureusement pas de s'impliquer. Elles ont conscience que le système doit être bien organisé pour être efficace.

- La question de la contrepartie

16 % des personnes n'ont pas répondu à la question (guides de haute montagne, personnes ne pouvant pas porter et autres).

28 % n'attendent aucune contrepartie.

39 % attendent une contrepartie, à savoir un sourire, un merci, de la bonne humeur, une bière, l'apéro, une boisson.

17 % n'en attendent pas mais ne refuseront pas une boisson, une bière... mais ils ont bien précisé que ce n'était pas une attente.

6 % des personnes ayant répondu à la question, attendent une contrepartie financière à savoir une réduction sur le tarif pratiqué, sans oublier le ¼ de vin !

Il est intéressant de constater que les visiteurs ont envie de s'impliquer davantage et rendre service aux gardiens et gardiennes, de façon générale, qu'ils soient alpinistes, randonneurs en solo/en famille, à la journée /itinérants. Finalement le public ne considère pas le refuge comme un gîte, un hôtel lambda même s'il ne verbalise pas ainsi. Ceci est intéressant à faire ressortir alors que le contraire est souvent évoqué.

4. L'implication des clients dans le portage permet de sensibiliser au fonctionnement du refuge et transmettre des valeurs correspondant à « l'esprit montagne »

Pour les gardiens et gardiennes d'Ambin, de Chabournéou, de Rabuons, de la Dent d'Oche, par exemple, le rôle éducatif de cette pratique est central. Les randonneurs sont contents d'aider, en tirent une certaine fierté et généralement cela ouvre de larges discussions sur le métier de gardien, les conditions de vie en refuge. De plus le refuge apparaît comme un lieu idéal pour prendre le temps de poser des questions et d'éveiller la conscience écologique. « En bas » tout paraît simple : on ne se pose pas de questions sur l'accès à l'eau, l'assainissement, la production et le traitement des déchets, etc. Là-haut, on est amenés à se poser de nombreuses questions et à se rendre compte de l'organisation nécessaire pour fournir des services de qualité. On peut ramener ces observations en rentrant chez soi.

La clientèle fréquentant les refuges évolue, elle est de plus en plus néophyte. Pour ces gardiens il est important d'essayer de transmettre certaines valeurs de vie en montagne. La clientèle de demain se construit.

Mais pour la plupart, il est impossible « d'être sur tous les fronts » pendant la saison. Le métier de gardien est exigeant et fatigant pour les gardiens et leurs équipes. Le gardien doit faire des choix quant à ce qu'il donne à ses clients, tout se protégeant, s'économisant afin d'être professionnel et agréable tout au long de la saison, et ce avec ses centaines voire milliers de clients.

Pour d'autres gardiens, cela n'est pas envisageable. Ils rencontrent déjà des difficultés à éduquer leurs visiteurs quant à la descente de leurs propres poubelles.

5. L'implication des clients dans le portage va à l'encontre de la relation commerciale qui existe avec les gardiens gestionnaires de refuge

La relation commerciale –même si elle n’est pas toujours nommée clairement- existe : le gardien vend un service / des repas / des boissons à des clients.

Tous les avis, plus ou moins nuancés, ont été exposés par les gardiens.

- La relation commerciale empêche ou interdit de demander de l’aide aux clients

Pour certains gardiens, il est donc impossible de demander aux clients de monter des produits qu’ils leur vendront par la suite. Pour résumer les « randonneurs sont les invités et non les aides ». Certains estiment qu’ils fournissent déjà une prestation chère –notamment pour une clientèle familiale- et qu’ils ne peuvent ainsi solliciter les visiteurs.

Certains gardiens trouvent les usagers de plus en plus exigeants, enfermés dans la relation strictement commerciale ; alors ils s’y adaptent.

- Le portage fait partie du métier

Cette idée est parfois partagée avec la précédente. Certains gardiens considèrent que le portage – qu’ils apprécient généralement - pour l’approvisionnement fait entièrement partie du métier et de la prestation qu’ils fournissent. Il n’est pas question de le déléguer d’autant plus qu’il représente un moyen de s’évader du refuge et d’en retirer une certaine fierté. Sans portage, le métier de gardien de refuge se verrait dénaturé.

- Beaucoup de gardiens n’ont pas envie d’être redevables

Ils ne veulent pas se sentir obligés d’offrir une boisson –qu’ils pourraient vendre par ailleurs-, de discuter, d’offrir une réduction sur les tarifs proposés.

Certains craignent qu’un rapport « malsain » financier s’établisse : « je te rends service, tu me dois quelque chose ».

- Là n’est pas la question

La plupart des gardiens ne voit pas une opposition avec la relation commerciale, ils ont simplement organisé leur approvisionnement ou l’évacuation de leurs déchets différemment et cela fonctionne bien.

- Relation commerciale et « esprit montagne » peuvent coexister

Pour les gardiens qui impliquent leurs clients et aussi pour d’autres gardiens, la relation commerciale existe bien mais elle n’empêche pas de conserver –et travailler pour y parvenir- une relation

conviviale, collective au refuge. Ils ne veulent pas fournir une prestation « hôtel de montagne », ils fournissent un service de restauration et de couchage en milieu isolé et partagent des valeurs à travers la relation humaine qu'ils établissent ; faire participer les clients d'une manière ou d'une autre est important.

III. Retour d'expérience du mois d'août et perspectives

1. Cas concret au mois d'août au refuge des Sept-Laux

- Le refuge en quelques phrases

Le refuge des 7-Laux est situé dans la partie nord du massif de Belledonne, à 2 135 mètres d'altitude. Sa capacité d'accueil est de 44 places, dans un style plutôt rustique et convivial. Il est fréquenté par des randonneurs principalement, quelques traileurs, pêcheurs et exceptionnellement des VTTistes. Sa situation au bord des lacs, sa proximité des bassins de vie grenoblois et chambérien attirent autant les randonneurs en famille, en solo, les jeunes et les moins jeunes, les randonneurs itinérants, les bivouaqueurs nombreux autour du refuge, les pêcheurs qui restent quelques jours. Que ce soit depuis Fond de France au nord ou de Rivier d'Allemont au sud, le refuge est atteint après une montée de 1000 mètres de dénivelé positif.

Les capacités de stockage et de conservation sont plutôt bonnes, la place disponible est un facteur plus limitant que la disponibilité en énergie, fournie par les barrages construits sur les lacs au début du 20^{ième} siècle et toujours exploités par EDF.

Nous étions une équipe de deux au refuge : le gardien et moi.

- La fréquentation et l'approvisionnement au mois d'août

La fréquentation a été forte tout au long du mois d'août.

Le pain est comme dans beaucoup de refuges une denrée nécessitant du portage. La cuisine est très petite et il est difficilement envisageable de fabriquer le pain surtout quand la fréquentation est forte.

Il y a eu un petit loupé dans la livraison du fromage au moment de l'hélicoptage de début août.

- Impliquer nos clients : pas si simple sans anticipation

La situation était idéale pour tester le concept de la participation des visiteurs. Or ce n'est pas si simple à mettre en place en pleine saison alors que le refuge ne désemplit pas.

Pour aller au plus urgent, le gardien et moi-même avons fait des portages (moins fréquents et moins lourds pour moi). C'est une situation inconfortable pour l'équipe : une seule personne reste au refuge pendant le portage, fatigue accumulée pour le porteur...

Nous avons aussi fait appel aux connaissances –amis, familles, etc.- qui montaient et qui nous ont bien dépannés.

Des tommes ont été apportées par des clients qui avaient passé la nuit précédente dans un gîte à Fond de France. Les propriétaires stockaient notre fromage et en confiaient à nos futurs visiteurs, jugés « robustes ».

Finalement, je n’ai pas eu besoin de mettre en place un système plus rodé pour faire monter des produits. Cela tombait bien car je manquais de temps pour l’organiser. Nous étions accaparés par le quotidien et le pic de fréquentation dans la saison n’était pas idéal pour mettre en œuvre de nouvelles idées.

- Des clients régulièrement interrogateurs et prêts à aider

Voici la question que les randonneurs m’ont posée le plus régulièrement (au moins une fois par jour) : « comment faites-vous pour approvisionner le refuge ? ». Je prenais toujours quelques minutes pour répondre à leur question, en mettant en avant le produit qui demandait les portages les plus réguliers, à savoir le pain. Le pain, réclamé régulièrement avec la soupe...et servi chaque soir avec le fromage !

Certains visiteurs sont parfois revenus me voir en disant : « Si nous avions su, nous aurions pu vous monter un pain ».

2. Perspectives

- Conditions pour mettre un système organisé

J’ai finalement apprécié de faire un portage, en effet c’était un moment d’évasion, comme me l’avait fait remarquer une gardienne. Certes, laisser une seule personne au refuge ne serait-ce qu’une demie journée début août est difficile.

Certes, j’aimerais essayer de mettre en place un système participatif comme je l’envisageais au départ pour essayer de conserver un esprit d’entraide et par souci d’économie physique. J’ai aussi constaté que les visiteurs étaient prêts à le faire et avaient envie d’aider, ce qui m’a confortée dans cette idée.

Mais cela s’anticipe et s’organise, au risque sinon d’être du bricolage. A mon avis, plusieurs aspects sont à prendre en compte :

- Le système doit être toujours basé sur le volontariat, les clients ne doivent pas se sentir obligés de porter quelque chose et cela ne doit pas induire un biais dans leur traitement une fois arrivés au refuge.
- Le type de produits, leur fragilité, leur conservation. Il n’est pas envisageable de faire porter de la viande, des produits dont la chaîne du froid ne doit pas être rompue car la venue des visiteurs ou leur temps de parcours restant tout de même aléatoire.

- Se concentrer sur quelques produits. Mise à part des petites quantités et du dépannage, il me semble plus judicieux de faire monter le même type de produits de façon régulière.
- La provenance des produits. Si nous sommes exigeants quant à la provenance il faut faire les courses, les stocker quelque part : au départ du sentier pour Ambin, chez un intermédiaire compréhensif dans la vallée (Sept-Laux) ou sur le sentier (Dent d'Oche). L'ouverture d'un compte chez un commerçant proche du départ du sentier est aussi une bonne solution (Rabuons et Aiguilles d'Arves). Les visiteurs n'ont pas besoin d'avancer l'argent, le commerçant peut connaître les habitudes, les produits consommés par le gardien.
- La communication et l'information des clients. C'est certainement le plus difficile et le poste le plus chronophage. L'affiche explicative au départ du sentier me paraît une bonne solution mais ne peut pas se faire partout (risques de vols ?). Téléphoner aux clients n'est pas forcément facile. Pourrait-on utiliser les nouveaux moyens de communication à ces fins, via une page facebook par exemple ? C'est à tester.
- Une contrepartie. Offrir une boisson à l'arrivée me paraît naturel. Dans un refuge d'alpinisme, prêter du matériel (piolet, crampons, casque) peut être aussi une contrepartie. Cela permet d'alléger le poids du sac du porteur. La contrepartie financière me semble plus difficile à mettre en place et en effet elle peut être vectrice d'un nouveau rapport intéressé. Mais peut-elle être intéressante pour faire venir des personnes aux moyens financiers plus limités, comme les jeunes ?
- Le suivi des stocks. C'est une vraie question, là encore il faudrait vivre l'expérience pour avoir une idée plus précise.
- La descente des déchets. Les exemples de Chabournéou ou de la Dent d'Oche me paraissent efficaces.
- La relation commerciale. Je pense que relation commerciale ne s'oppose pas à la mise en place d'une relation d'entraide différente de ce que l'on peut trouver dans un hôtel lambda.
- Un défi-portage

Pourrait-on aussi envisager de faire un défi portage en début de saison, à l'instar des concours de portages existant en Slovaquie par exemple, et faire porter l'ensemble des denrées par des personnes qui aiment porter, qui en retirent une certaine fierté, que cela peut amuser, qui veulent gagner... ? Avec quelques lots à gagner.

Après tout il faudrait entre 60 et 120 personnes portant entre 25 et 50 kilos pour monter 3 tonnes de marchandises.

Cela ne reviendrait pas forcément moins cher qu'un héliportage mais cela pourrait être une façon originale d'approvisionner un refuge en début de saison. Cela pourrait être écologiquement intéressant...enfin à condition que chaque participant ne se rende pas au parking du départ du sentier en voiture individuelle... La question est donc à approfondir et le défi à organiser !

Conclusion

Les échanges avec les gardiennes et gardiens –quelles que soient leurs idées et avis sur la question traitée- ont été passionnants. Ce n'est pas une surprise : les refuges sont multiples, les gardiens aussi. Et le couple refuge-gardien(ne) l'est forcément.

Ainsi les gardiens et gardiennes sont amenés à gérer différemment les atouts et contraintes du bâtiment qu'ils gèrent et de la clientèle qu'ils accueillent. Ils le font avec des envies, des convictions et des manières de voir leur propre métier, diverses. Ils ont aussi une relation au portage bien à eux : de l'amour du portage... à l'évitement.

Parallèlement les visiteurs fréquentant les refuges ont fortement évolué : en quelques décennies, une grande proportion d'alpinistes s'est transformée en randonneurs. Les sports de montagne se sont démocratisés et n'appartiennent plus seulement à une élite. Le refuge est devenu un but en soi et non plus forcément une étape vers un sommet. Ainsi la clientèle connaît moins les us et coutumes des refuges et de la montagne, ses règles, « son esprit ». Elle est parfois qualifiée de plus en plus exigeante et consommatrice mais l'est-elle vraiment ? Cette nouvelle clientèle est-elle finalement plus disposée à participer ?

Elle est vraisemblablement en quête d'« authenticité » et de « partage ». Sorte de paradoxe que l'on constate par ailleurs : elle est à la recherche d'une liberté encadrée, expliquée, et bien souvent elle veut être consomm'actrice.

Tout cela ouvre des potentialités, notamment en termes de participation des usagers à la vie du refuge ; le portage est un volet parmi d'autres. Si un gardien ou une gardienne a envie de s'engager dans cette voie, cela paraît possible et répondre à une demande existante. La satisfaction qu'en retirent les gardiens et les clients semble avérée.

Mais impliquer impose d'expliquer et donc passer du temps, denrée rare et limitée pour le gardien.

Au-delà n'est-ce pas une piste pour réduire certains coûts écologiques, l'occasion d'un défi sportif, un moyen de faire connaître autrement les refuges, un moyen d'attirer les jeunes générations – fauchées mais vaillantes !- qui n'ont peut-être pas les moyens de venir en refuge et qui feront la clientèle de demain... ?

Car au fond se pose aussi la question de l'évolution du refuge et de « l'esprit refuge ». Souvent on parle du confort du refuge qui, en grandissant, gommerait « l'esprit refuge ». Je ne le pense pas. A mon sens c'est surtout le service qu'on y propose, l'esprit qu'on donne au lieu : un espace de rencontre ou uniquement un lieu de passage et de commerce ? Comme un bar-hôtel-restaurant lambda avec une belle vue sur les montagnes...

La force de la sensibilisation peut faire naître d'autres rapports, notre époque est riche de remise en questions et de nouvelles formes d'échanges commerciaux et de manières de consommer. Le refuge paraît un lieu idéal pour tester de nouveaux concepts.

Bibliographie

Ouvrages

AMBID Marion, « Les refuges de montagne en Europe », ODIT France, 2008, 124 p.

Inspection générale du Tourisme, « Les refuges de montagne en France : Propositions en vue d'un dispositif réglementaire et contractuel adapté. Rapport de mission », 2000, 60 p.

Articles

CAMMANI Enrico, « L'ivre de havres », L'Alpe, Mars 2002, n°14, Editions Glénat, pp 76-82

HÉZARD JM, Le métier de gardien, Septembre 2011, 7 p.

Dossier Mountain Wilderness, « Refuge, Cabane, Refugi, Refugio, Rifugui, Chamnna, Hütte, Berghiel, Hut, Lodge, Hytta, Koca... », 2^{ème} trimestre 2001, 17 p.

Sites Web

<https://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2007/3/23/INTR0700059D/jo/texte>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Refuge_de_montagne

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexteArticle.do?cidTexte=JORFTEXT000000367458&idArticle=JORFARTI000001202386>

<https://www.senat.fr/questions/base/2005/qSEQ050618262.html>

Annexe 1 :

Extraits de textes législatifs et réglementaires ayant trait aux refuges de montagne

Extrait de l'arrêté ministériel (Ministère de l'Intérieur) **du 10 novembre 1994**, portant approbation de dispositions complétant et modifiant le règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public du type REF (refuges de montagne).

Les refuges sont ainsi définis :

« 1. Pour l'application du présent règlement, on appelle refuge un établissement de montagne non accessible aux engins des sapeurs-pompiers pendant au moins une partie de l'année, gardé ou non, pouvant offrir l'hébergement à des personnes de passage dans des conditions différentes de l'hôtellerie classique (type O et OA).

2. Selon qu'ils sont gardés ou non, les refuges sont classés en deux ensembles:

- premier ensemble: les refuges non gardés,
- deuxième ensemble: les refuges gardés quelle que soit la durée du gardiennage. »

Extrait du décret n°2007-407 du 23 mars 2007 relatif aux refuges et modifiant le code du tourisme (partie réglementaire) :

« Article 1

Au chapitre VI du titre II du livre III du code du tourisme (partie réglementaire), sont insérés les articles D. 326-1 à D. 326-3 ainsi rédigés :

« Art. D. 326-1. - Un refuge est un établissement d'hébergement recevant du public gardé ou non, situé en altitude dans un site isolé.

« Son isolement est caractérisé par l'absence d'accès tant par voie carrossable que par remontée mécanique de type téléporté ouvertes au public et par l'inaccessibilité pendant au moins une partie de l'année aux véhicules et engins de secours.

« Le refuge est situé en zone de montagne, au sens du chapitre Ier du titre Ier de la loi n° 85-30 du 9 janvier 1985 relative au développement et à la protection de la montagne.

« Art. D. 326-2. - Le refuge offre un hébergement à caractère collectif à des personnes de passage. La capacité d'hébergement d'un refuge est limitée à 150 personnes. Les mineurs peuvent y être hébergés.

« En complément des équipements nécessaires à l'hébergement, le refuge peut disposer des aménagements permettant de dispenser un service de restauration.

« Art. D. 326-3. - Au titre de sa fonction d'intérêt général d'abri, le refuge dispose en permanence, à l'intérieur, d'un espace ouvert au public.

« Lorsque le refuge est gardé, cet espace comprend au moins une salle permettant de consommer ses propres provisions.

« Lorsque le refuge n'est pas gardé, cet espace offre également un hébergement sommaire. »

Annexe 2

Questionnaire GARDIEN DE REFUGE : IMPLICATION DU PUBLIC DANS LE PORTAGE DE ET VERS LE REFUGE (projet de mémoire D.U. gardien de refuge)

Contact : Marie LY (06 33 20 72 36 ou mariely.refuge@gmail.com)

- 1) Quel est votre nom et quel refuge gardez-vous ?

- 2) Quelle est la fréquentation de votre refuge (nuitées, DP, repas midi....) :
 - Saison hiver/printemps ?

 - Saison été ?

- 3) Depuis combien de temps êtes-vous gardien de refuge/ gardez-vous ce refuge ?

Données sur l'approvisionnement du refuge et l'évacuation des déchets

- 4) Quel poids héliportez-vous à chaque saison ?
 - Saison hiver/printemps :

 - Saison été :

- 5) Quels autres moyens utilisez-vous pour compléter l'approvisionnement initial ? Avec quelle fréquence ? Quels produits principalement ? Et quelles quantités de produits ?

- 6) Cette organisation vous permet-elle d'acheminer tous les produits / quantités que vous souhaitez ? Si non, quels produits vous manquent principalement ?

- 7) Comment effectuez-vous l'évacuation des déchets (selon leurs types) ? Pouvez-vous estimer les quantités évacuées ?

L'implication du public/ de vos clients dans l'approvisionnement et l'évacuation des déchets

8) Avez-vous déjà impliqué vos clients dans l'approvisionnement ou l'évacuation des déchets ?

- **Si oui :**

Quels produits ? Quels poids ?

Où le client récupère les produits à monter ? Avez-vous un intermédiaire dans la vallée ?

Quelles sont vos motivations (économiques, gain de temps, relationnel, sensibilisation, etc.) ?

Quelles sont les retombées en termes de transmission de valeurs et de sensibilisation du public ?

A quelle fréquence faites-vous appel aux clients pour effectuer du portage ?

Prévoyez-vous une contrepartie ou récompense pour le client ? de quelle nature ?

- **Si non :**

Pourquoi ?

Cela peut-il être une alternative intéressante ?

Selon vous, cette organisation implique-t-elle une évolution (positive ou négative selon vous) dans le rapport commercial existant entre le gardien –hôte et le client ?

MERCI pour votre participation !

Annexe 3

Questionnaire PUBLIC : VOTRE IMPLICATION DANS LE PORTAGE VERS OU DEPUIS LES REFUGES DE MONTAGNE (projet de mémoire D.U. gardien de refuge)

Contact : Marie LY (06 33 20 72 36 ou mariely.refuge@gmail.com)

- 1) Quels sont vos noms et prénoms ?
- 2) Si vous souhaitez rester anonyme : êtes-vous un homme ou une femme ?
- 3) Quel est votre âge ?
- 4) A quelle fréquence montez-vous en refuge ?
 - Nombre fois pendant la saison printemps-hiver :
 - Nombre fois pendant la saison été :

L'approvisionnement d'un refuge, l'évacuation des déchets

- 5) Quels sont les moyens d'approvisionnement et d'évacuation des déchets d'un refuge que nous connaissez ?

Quelles sont les principales contraintes rencontrées selon vous ?

Votre participation

Vous avez déjà monté des produits/denrées en refuge à la demande du gardien ou vous avez déjà descendu des déchets / poubelles du refuge à la demande du gardien.

- 6) Quelques détails : quels produits ? Quelle quantité ou quels poids ? Vers ou depuis quel refuge ?
Comment s'est passé le processus depuis la demande du gardien jusqu'à la remise (intermédiaire dans la vallée, lieu d'achat ou de récupération des produits) ?

7) Quelles étaient vos motivations pour le faire ?

8) Quelles seraient les pistes d'amélioration ?

9) Seriez-vous prêts à le faire plus régulièrement ?

Vous n'avez pas eu l'occasion de monter des produits ou descendre des déchets vers ou depuis le refuge.

10) Seriez-vous d'accord de le faire si le gardien vous le demande ?

11) Quelles seraient vos motivations pour le faire ?

12) En attendez-vous une contrepartie ? De quelle nature ?

Vous n'avez participé car vous êtes opposé(e) à cette possibilité.

13) Pourquoi ?

MERCI pour votre participation !