

Ultra-Trail du Mont-Blanc : entre fascination et bouderie



Traileurs sillonnant le massif du Mont-Blanc. © UTMB
Ils rêvent de grands espaces, d'aventures et de défis. D'autres baroudeurs avant eux ont eu les mêmes rêves et ont imaginé des circuits aménagés pour offrir au plus grand nombre le grand frisson, creusant les sillons d'un phénomène désormais planétaire : le trail, la course sur sentiers, discipline née en Amérique sous l'appellation trail-running, qui s'est structurée en France, s'exporte à l'étranger, à l'origine de florissantes affaires. Figure emblématique de cette pratique sportive, dans sa version extrême, l'Ultra-Trail du Mont-Blanc (UTMB) s'est imposé comme la référence mondiale. Depuis la première édition, ce rendez-vous pour ultrafondus a vu ses inscriptions tripler, et d'un simple parcours, l'UTMB est devenu un gros événement sportif ultra-sélectif, avec sept épreuves rassemblant, pendant une semaine, quelque 10 000 coureurs venus d'une centaine de



[Visualiser l'article](#)

pays. L'histoire d'une belle affaire de famille, ancrée à l'ombre du seigneur des lieux, devenue une marque internationale, dont la popularité fait la joie de tout un petit monde qui gravite autour – des organisateurs de course, des équipementiers et des territoires –, et le désespoir de ceux qui crient à l'injure faite à la montagne, « transformée en parc humain » et en « maxi parcours du combattant » où les « 5 000 chenilles processionnaires hyper-équipées, hyper-entraînées, hyper-conditionnées jouent à *qui-pisse-le-plus-loin* », non plus dans une cour d'école mais dans le cadre grandiose des hauts sommets ». (1)

Le départ dans des conditions dantesques

Le premier tour du Mont-Blanc est l'œuvre de doux dingues, pionniers vêtus de shorts échancrés enfilés sur un collant, d'un K-Way à la taille et d'un bonnet de laine. Des mythes émergent : la Saintélyon, la Marche des cimes, qui deviendra le Grand Raid de La Réunion en 1989, avec certains qui le feront en « savates réunionnaises », la 6000 D, les Templiers, ou encore le Marathon des Sables, fondé par l'émouvant Patrick Bauer, qui, au fil du temps, en fera sa petite entreprise. Chamoniard, Michel Poletti, informaticien, membre de la confrérie des coureurs d'ultrafond, cherche un modèle pour relancer le Super-Marathon du Mont-Blanc, lancé en 1987, mais qui ne fait plus guère recette. Il propose de supprimer les portions de route, les équipes, les relais pour en faire un trail non-stop en individuel et en semi-autonomie. Sept centaines d'hurluberlus prennent le départ dans des conditions dantesques. Ils sont soixante-sept seulement à rallier Chamonix. Tout cela est raconté dans la bible de la discipline *La Folle Histoire du trail* (Guérin, 2017). Naissance d'un mythe.

Plusieurs milliers de prétendants au sacre

« Le sport, écrit le sociologue Christian Pociello, est le corps symbolique dont use notre société pour parler de ses espoirs, de ses fantasmes et de ses peurs. » À la fois sport et aventure, l'UTMB est un « ramasse-mythe » : s'y mêlent la vision prométhéenne d'un défi titanesque valorisant le goût de l'exploit et du dépassement de soi, la philosophie rousseauiste de la contemplation et de l'esthétique des paysages où le blanc des névés contraste avec le vert tendre des prairies, la lutte contre l'adversité, le sentiment d'une intensité d'être hors de la routine. Le lieu du départ est symbolique : Chamonix, ce petit aimant savoyard qui attire le monde entier. La cérémonie d'ouverture, une communion solennelle géante. Plusieurs milliers de prétendants au sacre, tous religieusement tendus vers l'objectif suprême de l'année. Les sociologues et les anthropologues qui ont fait des courses extrêmes leur objet de recherches y ont vu un avatar de l'individu hypermoderne, agent de sa propre vie, caractérisée par l'excès, la performance et l'intensité, un instrument d'héroïsation, un moyen d'accomplissement personnel, ou, selon Romain Rochedy, une « chimère de la société de l'urgence » et remède paradoxal à l'accélération, et même, d'après Mathilde Plard, « une voie d'éveil quasi sacrée pour éprouver le réel ». Les coureurs parlent de « communion », de « partage » et de « voyage ». Étienne Klein, physicien, philosophe des sciences et traileur, considère la discipline comme « une prière esthétique » et chaque course, une « expérience de la résurrection ». Si tout cela est bien vrai, on veut bien croire que Maurice Herzog, au sommet de l'Annapurna, ait été frappé par la vision de sainte Thérèse d'Avila ! Les ultra-traileurs sont souvent pris pour des fous. « C'est la marge qui tient la page », disait Jean-Luc Godard. La formule dit bien ce qu'elle veut dire ; elle se fonde sur l'idée que les marginaux sont le sel de la terre, constat qui se vérifie périodiquement, et, en l'occurrence, pour le trail. Personne il y a vingt ou trente ans n'aurait imaginé l'avènement d'un florissant business autour d'une pratique portée par les militants de la contre-culture américaine. « On a démarré une course car on avait envie de la faire, affirme Catherine Poletti, directrice de l'UTMB, et au bout de quatre ou cinq ans, parce qu'on espérait ne pas être trop bête, on a mis en place un business plan. »

« Népotisme, UTMB-centrisme, machine à fric »



[Visualiser l'article](#)

Épreuve reine de la discipline, l'UTMB est un géant encombrant – 10 000 participants et environ 50 000 visiteurs – et l'héroïsme de masse qu'il véhicule ne plaît pas à tout le monde, surtout à ceux qui ne retiennent que le mot « masse », où règne la crainte de l'anonymat et de l'indifférenciation, qu'ils estiment contraire à l'esprit originel du trail. Autour du trail, dissidence du monde élitiste du running, s'est construit un imaginaire qui valorise la course plaisir, la liberté, le dépouillement, le refus de la soumission à un ordre mercantile, la plongée dans l'incertitude. Les Poletti ont apposé les petits « c » du copyright partout. Ils ont déposé la marque ultra-trail. En 2013, lors de la création de l'International Trail Running Association (ITRA), prémices d'une instance dirigeante de la discipline, les tontons flingueurs ont lancé leurs flèches verbales : « népotisme, UTMB-centrisme, machine à fric » et autres amabilités. « Beaucoup se plaignent du gigantisme et pourtant ce sont les mêmes qui pleurent pour pouvoir s'inscrire quand ils ne sont pas tirés au sort », botte en touche Catherine Poletti. Au siècle dernier, « la passion pour la montagne des guides chamoniards ne pouvait être admise par la collectivité qu'avec une justification d'utilité », rapporte l'ethnologue Françoise Loux. La passion ne pouvait être gratuite. L'amour pour la course à pied serait-il incompatible avec l'idée d'un rapport mercantile ? L'UTMB est né dans un rapport de force. À l'origine, l'organisation de l'Ultra-Trail est portée par une association de la section course à pied du club des sports. « Le club ne croyait pas à notre histoire de fous. Ils disaient : *ils ont envie de le faire, on va les laisser jouer*. En septembre, ils nous ont dit : *Ça marche, on va le déclarer grand événement, c'est nous qui dirigeons et vous nous donnez les carnets de chèques et vous passez par nous* . Et comme on est un peu frondeur, dit-elle, sourire goguenard, on a répondu : *Non, cela ne va pas se passer comme cela*, et on a pris les rênes. » Et comme Catherine ne court pas, c'est elle qui devient la directrice de l'UTMB.

Le plus fauché des coureurs participe à la société de consommation

Des voies s'élèvent régulièrement contre les dérives de cet engouement, qui pousse à consommer de façon abondante, fondant une sorte d'impureté, qui crée des relations sociales artificielles, puisque régies par les lois de l'argent. Ces critiques traduisent des ambiguïtés, lorsqu'une industrie s'épanouit dans des loisirs alternatifs – comme cela a été le cas pour le vélo tout terrain, le snowboard, l'escalade, ou le surf – entre d'un côté la rébellion, le refus de soumission à un ordre mercantile, le culte de la nature, et de l'autre, la récupération par les marques de ces attributs distinctifs. Le coureur lambda se moque de ces débats. Une fois inscrit, il ne pense plus qu'à sa petite personne et s'entraîne d'arrache-pied pour atteindre ses objectifs. La polémique UTMB/ITRA est « pas mal retombée », confie un observateur. Avec le développement d'autres circuits de trail, l'emprise de l'UTMB commence à s'amoindrir. Mais les organisateurs sont toujours aussi féroces quant à l'utilisation du nom « Ultra Trail ». Est-ce que la course est moins belle qu'il y a sept ans ? « Ça n'a pas l'air d'être le cas quand on discute avec les coureurs. Les paysages n'ont pas changé », confie Romain Cancillieri-Michy, responsable marketing Europe de Columbia, partenaire de l'UTMB. La course de trail est une pratique consumériste, même le plus fauché des coureurs participe à la société de consommation en achetant un dossard.

Une source de frustration du public français

La vallée de Chamonix est un espace limité. Très tôt, les organisateurs ont mis des barrières pour éviter que ne soit dépassée la cote d'alerte. Mais, dans les pays émergents comme le Brésil et la Chine, l'enrichissement des classes moyennes a accouché de millions de nouveaux voyageurs. Et parmi eux, des coureurs de trail. Les athlètes chinois représentent la cinquième nation la plus représentée sur l'UTMB. « Comme il y a de plus en plus de pays représentés, il y a moins de coureurs sur les gros pays, dont la France. Les coureurs français étaient 60 % au début, ils ne sont plus que 30 %. C'est une source de frustration du public français, explique Romain Cancillieri-Michy. L'un des attraits de la course est qu'il s'agit d'une rencontre internationale. « Mais les gens peuvent voir cela comme quelque chose de dénaturé, dans la mesure où beaucoup veulent



[Visualiser l'article](#)

s'inscrire, mais c'est de plus en plus difficile, poursuit Romain Cancillieri-Michy. L'UTMB, c'est aussi un succès événementiel qui attire beaucoup de monde sur le site officiel et les réseaux sociaux. Grâce à UTMB TV, le live vidéo continu permet de vivre les moments les plus forts de l'événement dans plusieurs langues : départ, arrivée, suivi de la tête de course, intervention d'experts. « Beaucoup de technologies sont mises à disposition pour aider les gens à suivre la course par écran interposé, mais ces technologies font que les gens ont envie de venir. C'est pour cela qu'un nouveau système d'inscription est mis en place. »

Un nouveau modèle, plus souple et plus adapté

À côté des 10 000 coureurs heureux élus chaque année, il y en a des milliers d'autres qui crient « et moi, et moi, et moi ». Pour gérer ces frustrations, les organisateurs ont imaginé un nouveau modèle, plus souple et plus adapté, instauré progressivement au cours des deux prochaines années, qui doit permettre enfin que chaque coureur puisse un jour participer à la course de ses rêves. Le nombre de points qualificatifs exigés pour s'inscrire aux différentes courses est revu à la baisse : pour l'UTMB, il ne faudra plus que 8 points acquis en deux courses sur deux ans (contre 15 aujourd'hui en 3 courses sur 2 ans). La probabilité d'être tiré(e) au sort devient alors proportionnelle au nombre d'échecs lors des tirages au sort précédents. Une exception à la règle : les finishers d'Ushuaia by UTMB 2019 (130 km) ainsi que d'Oman by UTMB 2019 (130 km et 160 km) auront une inscription garantie à l'une des courses UTMB Mont-Blanc 2020, sans passer par le tirage au sort. Dès janvier 2020, l'organisation introduira un système parallèle offrant un accès plus rapide à ses courses. Ce système s'appuiera sur le concept des running stones, consistant à collecter des points sur un nombre limité d'événements soigneusement choisis par l'UTMB, comme les événements « by UTMB » existants (Gaaligong, Ushuaia, Oman, etc.) ainsi ceux de l'Ultra-Trail World Tour 2020.

(1) « L'Ultra-Trail du Mont-Blanc : le sport à mort ! Conférence faite aux Houches le 24 août 2010 à l'initiative de l'Ultra-sieste du Mont-Blanc », par Fabien Ollier.