

Vues sur les Alpes

Cahier thématique I
du PNR 48 «Paysages et habitats de l'arc alpin»

Point fort
A bas les Alpes, vue libre sur les régions de montagne ?

Dialogue
Recherche fructueuse d'une stratégie commune pour
le «Stotzigwald» (UR)



NFP 48
PNR 48
NRP 48



FONDS NATIONAL SUISSE
DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE



Impressum

Editeur

Programme national de recherche 48 «Paysages et habitats de l'arc alpin» du Fonds national suisse, FNS, 3001 Berne

Concept et rédaction

Urs Steiger, Chargé de la communication du PNR 48, Lucerne

Textes

Anna Hohler, Lausanne
Lisa Röösl, Hinterkappelen
Pia Seiler, Lucerne

Urs Steiger, Lucerne
Matthias StremLOW, Berne

Traduction

allemand :
Ursula Rohrer, Kastanienbaum
français :
POLYLINGUA traductions,
Château-d'Oex

Correcteur

terminus, Andreas Vonmoos,
Lucerne

Graphisme

martin.brunner.associés

Photographies

Priska Ketterer, Lucerne

sauf

page 19 Österreich Werbung
pages 21 et 23 en haut à gauche : Christian Meisser, Dicziunari Rumantsch Grischun DRG, Coire
page 23 en bas à gauche : Christian Lorez, DRG, Coire
pages 22 et 23 à droite : Lisa Röösl, Hinterkappelen (du film : «Hinterrhein – Un village en mutation»)

Dessins

page titre et pages 12 –17 : Scuola

Illustrations

page 18 Hodler, Silvaplannersee im Herbst, Kunstmuseum Zürich
Affiches touristiques Davos (1936) et Leysin, Bibliothèque nationale suisse, Berne

Juillet 2005

Même par temps de foehn, elle n'existe pas, la vision objective, libre, véritable des Alpes. Notre perception des paysages alpins et de leurs habitats est préconçue de multiple manière—par la culture et l'art, par la publicité et l'environnement social, par nos activités professionnelles de chercheurs, d'agriculteurs ou de touristes. Les divers schémas d'évaluation et de jugement remontent loin dans l'histoire—jusqu'au chant d'Albrecht de Haller faisant l'éloge de la vie simple des habitants des Alpes ou jusqu'à la découverte des Alpes comme espace de loisirs et d'entraînement par les colons anglais. Ce que nous voyons, ce que nous éprouvons et ressentons aujourd'hui est prévu et raconté dans ces traditions.

Les images profondément ancrées des Alpes imprègnent non seulement la perception, mais jouent également un rôle dans les négociations et les conflits au sein et à propos de l'arc alpin—actuellement, ces images sont présentes aussi bien dans les stratégies marketing des responsables touristiques que dans les conceptions des protecteurs de l'environnement et des paysages. Les recherches sociologiques du PNR 48 montrent comment ces positions opposées se différencient dans le mélange concret de ces attitudes issues des traditions.

La tâche de la recherche est de révéler et de faire prendre conscience des schémas et des processus de la perception afin de nous y confronter. Dans ce sens, le point central de la recherche «Perception des paysages et des habitats» du PNR 48 apporte une contribution importante. Le présent cahier expose quelques facettes de ce travail et présente des acteurs qui se sont intéressés à cette problématique. Il montre cependant aussi à quel point les questions de perception sont diverses,

Vue sur les Alpes, processus de perception

que ce soit dans le cadre de discussions politiques au sujet d'éoliennes dans les hauteurs jurassiennes ou dans le pressentiment de l'infini lors d'une observation nocturne du ciel.

La révélation des schémas de perception constitue un premier pas pour surmonter les obstacles à la discussion. Qui affiche ouvertement les attitudes et les valeurs qu'il représente s'ouvre également à un véritable dialogue aux objectifs ciblés. Des instruments appropriés sont d'une part nécessaires afin d'explicitier les perceptions et les évaluations paysagères individuelles, des formes de dialogues sont d'autre part nécessaires elles aussi afin que les perceptions puissent effectivement être prises en considération. La «plate-forme Uri» a clairement montré qu'il peut s'agir d'une voie prometteuse pour trouver une issue commune à des situations complexes vers un développement durable souhaité.

Prof. Dr. Iwar Werlen

Membre du Comité de direction du PNR 48

Editorial

- 1 Vue sur les Alpes, processus de perception

Point fort

- 3 A bas les Alpes, vue libre sur le domaine des montagnes ?

Projets de recherche

- 6 Le paysage, terrain fertile en enjeux politiques
- 9 Les Alpes suisses – une colonie anglaise ?
- 11 Du refus de la nuit
- 14 Le bon air des Alpes – un mythe intègre les stratégies de marketing

- 17 Milieu décentré – un village sur l'axe de transit

- 20 Les Alpes vues de l'intérieur et de l'extérieur

Dialogue

- 22 Une image commune du «Stotzigwald»



Point fort

Vue libre sur le domaine des montagnes ?

Durant des décennies, les Alpes ont constitué des bases solides à une époque de mutation rapide. Pourquoi, au fond ?

3 Projets de recherche

Mutation d'un village de montagne

Les habitants racontent comment ils ont vécu le changement des dix dernières années, avec et sans autoroute. Des films ethnographiques ont servi de support à la réflexion.

17 Dialogue

«Plate-forme Stotzigwald»

Le dialogue a permis de trouver un consensus au sujet de la gestion de la forêt et du gibier dans la forêt du Stotzig, près de Gurnellen (UR). Son fondement tient dans l'élaboration d'une compréhension commune.

22





A bas les Alpes, vue libre sur le domaine des montagnes ?

Durant ces 30 dernières années, les Alpes sont devenues un espace suscitant l'intérêt du public alors qu'il semblait de longue date familier aux yeux de la société : elles représentaient la nature et la constance culturelle, bases solides à une époque de mutations rapides. Pourquoi, au fond ?

*Par Dr. Matthias Stremlow, Berne **

Les Alpes sont un thème social. Durant ces 30 dernières années, les sujets touchant au domaine des montagnes et des Alpes ont gagné en actualité même s'ils n'ont pas accédé au tout premier rang de l'agenda politique et universitaire. L'année internationale de la montagne, en 2002, a constitué un temps fort du débat public. Il trouve un prolongement le 11 décembre, journée internationale de la montagne.

La dominance des sciences naturelles est frappante pour la recherche consacrée aux Alpes durant cette période. La géographie joue un rôle particulier à cet égard. De par sa double position de science géographique et humaine, elle tend vers une convergence des multiples résultats particuliers, sur le terrain et dans la théorie. Cette démarche prend systématiquement en considération les domaines de l'environnement, de l'économie et de la société. Jusque tard dans les années 1990, les sciences humaines n'ont guère pris part à la recherche appliquée axée sur les Alpes, dans le domaine de la connaissance d'objectifs et d'actions pour un développement des Alpes conforme aux attentes sociales, acceptable économiquement et réalisable au plan politique.

La perception influence les décisions privées et politiques

Cela étonne à plus d'un égard. D'une part dans l'optique de l'activité culturelle même : les Alpes sont encore, ou à nouveau, un sujet prisé par la littérature, la peinture, la photographie et le film. Des expositions et manifestations dans ce domaine ont lieu avec une belle régularité. D'autre part le manque d'intérêt dans l'optique de la recherche scientifique est surprenant : les images de la nature et des Alpes véhiculées par la société offrent des contributions enrichissantes pour la recherche alpine. Les représentations de tout un chacun au sujet des Alpes sont précisément d'une grande importance pour un débat constructif sur les Alpes, car ces images imprègnent notre manière d'agir. Ainsi par exemple les représentations sur l'état idéal de la nature et du paysage dans les montagnes suisses et sur l'aspect que doit avoir un rapport harmonieux entre culture et nature influencent les programmes d'encouragement autant que les interrogations scientifiques. Rendre ces modèles de perception visibles facilite le dialogue sur le développement souhaité du paysage et la résolution de conflits liés à l'espace. Des impulsions précieuses quant à cette thématique sont attendues du PNR 48.

Les Alpes – entre image et réalité

Dans leur perception des Alpes, les hommes ne s'orientent pas seulement en fonction des facteurs et processus paysagers objectifs, mais aussi et avant tout en fonction de représentations intérieures des Alpes. Celles-ci reposent essentiellement sur la médiation culturelle. Les images des «Alpes idylliques» et de «l'air salubre des Alpes» tirées des histoires et des films de Heidi nous sont par exemple très familières. Les albums illustrés, les cartes postales et autres romans populaires nous ont apporté le message d'un monde alpin préservé. Au Musée alpin Suisse de Berne, un tableau explicatif mentionne de manière illusoire : «Nous avons tous gardé en nous cette idée que dans les montagnes – par opposition au quotidien des villes – prévaut une vie paisible, calme, romantique et tranquille, en fait, une idylle».

« La signification des Alpes ne réside que partiellement dans l'objet lui-même. »

Les représentations liées aux Alpes n'ont pas toujours été positives. Même si cet espace a été colonisé et cultivé depuis des siècles, il est longtemps resté inquiétant aux yeux de l'homme des plaines. Ce n'est qu'au cours du 18^{ème} siècle que des bourgeois cultivés comme ce savant universel, le bernois Albrecht von Haller (1708 -1777), ont commencé à faire l'éloge des Alpes et de leur population. Aux yeux étrangers de la plaine, les Alpes sont devenues les belles Alpes abritant une population modeste et travailleuse, vivant en harmonie avec la nature grandiose.

Les Alpes – un projet de société

Les significations qui peuvent avoir les différents paysages sont influencées de manière déterminante par les contextes culturels respectifs. Selon les valeurs morales culturelles et religieuses, de même que selon les possibilités techniques, les sociétés interprètent différemment les manifestations spatiales. La société paysanne par exemple considèrerait comme beaux les lieux bien utilisables et rentables, délimités par rapport aux régions sauvages. Pour la société industrielle, ce sont précisément des paysages apparemment inviolés et sauvages, comme les mers et les montagnes, qui devinrent des attractions esthétiques et par conséquent touristiques. Aujourd'hui, les paysages attractifs doivent offrir des espaces libres où des activités sportives, des expériences personnelles et collectives sont possibles.

Ainsi la signification des Alpes ne réside que partiellement dans l'objet lui-même, «le plus haut et le plus grand massif montagneux d'Europe». Dans la communication sociale, les Alpes sont plutôt un signe dont les diverses significations (la sémantique) ne sont définies que dans des contextes sociaux. Lors de la transcription d'une manifestation spatiale dans le système de référence de la société, l'expérimental au niveau spatial se développe conjointement avec des désirs, des fantaisies, des espoirs et des peurs pour aboutir à un projet paysager global. La corrélation des Alpes

avec «l'air pur» est un exemple d'une représentation de l'espace transmise par la société jusqu'à nos jours, après s'être introduite au 18^{ème} siècle. Au total, les modèles issus d'une culture citadine ont influencé de manière considérable la compréhension sociale des Alpes au cours de ces trois derniers siècles et modifié également la représentation de l'espace par les autochtones.

Charger les paysages de significations permet à une société de s'orienter et de communiquer au sujet d'une réalité commune partagée. Les images des Alpes ont la tâche de transmettre un sens et de promouvoir une identité pour les individus et pour les groupes qui les utilisent. Des représentations positives des Alpes peuvent par exemple motiver un engagement financier et politique en faveur de l'espace alpin ou fournir dans des contextes associatifs ou politiques des motifs de décisions importantes pour le paysage. A cet effet, les groupes d'intérêts engagent aussi les images des Alpes de manière stratégique, dans le sens d'un capital symbolique, comme le montrent régulièrement les votations populaires se référant à l'espace alpin.

Images durables des paysages

Une fois que certaines représentations se sont fixées, elles se montrent relativement stables face aux mutations concrètes du paysage. Sur la base de cette persistance des images des Alpes traditionnelles, les modèles d'interprétation deviennent reproductibles et disponibles pour les générations suivantes. Ce processus se manifeste par la publicité de produits et du tourisme, où des signifiants sur les Alpes véhiculés par la société tels que la «pureté», l'«authenticité» ou l'«inviolabilité» peuvent être mis en scène avec beaucoup d'effets.

Ces représentations des Alpes, pour la plupart inconscientes, agissent en dehors de la publicité, dans d'autres contextes sociaux comme la recherche, ou dans des discussions publiques au sujet de la protection et de l'utilisation de l'espace alpin. Les débats souvent controversés menés par exemple sur les espaces des grandes réserves s'appuient de manière considérable sur des valeurs très diverses de la notion de «nature». Il ne sert à rien de vouloir empoigner ces conflits par une différenciation ville-campagne, respectivement Alpes-plaine. Les représentations des Alpes ancrées dans la société sont présentes non seulement à plusieurs niveaux, mais aussi de manière spécifique à chaque situation. Elles véhiculent des peurs et des désirs qui relient les individus et certains groupes sociaux à des paysages particuliers.

Quatre thèses sur la perception du paysage

Paysage : espace structuré et perçu

La notion de paysage se distingue par un double caractère, qui constitue une difficulté voire un obstacle insurmontable pour le dialogue interdisciplinaire et la synthèse des résultats de recherches.

Le paysage est d'une part constitué par un espace *structuré* par la nature et par l'homme. Le point focal de la recherche est le paysage en tant que système fonctionnel, analysé en particulier par les sciences naturelles et techniques.

D'autre part, le paysage est un espace *perçu* par l'homme. Dans cette perspective, il n'existe pas de paysage en dehors de contex-



« Au total, les modes de voir issus d'une culture citadine ont influencé de manière considérable la compréhension sociale des Alpes au cours de ces trois derniers siècles. »

tes sociaux. Cette compréhension de base des sciences humaines et sociales se distingue de son côté par diverses applications de cette conception.

Examen exhaustif des systèmes de symboles culturels

Les espaces culturels de la Suisse quadrilingue recèlent de multiples représentations, contradictoires aussi, que les autochtones, les voyageurs et les savants se sont faites de l'espace alpin. Le débat critique médiatique et interculturel englobant en est aujourd'hui à ses premiers balbutiements, tant pour les images étrangères des Alpes que pour les représentations propres à l'espace alpin.

La recherche sur la durabilité requiert le dialogue

Dans ce domaine spécifique, le transfert de savoirs vers d'autres disciplines et dans la pratique demande des efforts particuliers, car la plupart du temps, les résultats ne peuvent être mis directement à contribution comme bases de planification. Le dialogue aura un plus grand succès si les sciences humaines contribuaient plus explicitement à la recherche appliquée sur la durabilité ainsi qu'aux besoins en matière de planification et de politique de l'espace.

Expliquer la force de diffusion des représentations

Si le PNR 48 veut mettre à disposition des décideurs politiques et des acteurs pertinents du domaine spatial des connaissances relatives aux objectifs et à l'action, ce ne sont pas seulement les processus d'émergence et d'efficacité des représentations des Alpes véhiculées par la société qu'il faut analyser. Il faut aussi démontrer si, et si oui, pourquoi certaines représentations du paysage s'imposent systématiquement par rapport à d'autres. Dans ce contexte, il faut se demander quels groupes sociaux ont le pouvoir d'imposer des modèles d'interprétation déterminés se rapportant à l'espace, respectivement de remplacer des représentations établies.

* **Matthias Stremlow**, Dr. phil. germaniste est membre du groupe d'accompagnement de l'administration fédérale pour le PNR 48. En tant que publiciste et chercheur indépendant dans le domaine alpin, il s'intéresse en outre depuis des années aux représentations sociales de la nature et des Alpes. Ses publications principales parues aux éditions Haupt :

Les Alpes vues d'en bas – De la promesse du proche étranger à l'arène sportive. Continuité et mutation des représentations des Alpes depuis 1700 ;

Traits d'écriture à travers la nature sauvage. Représentations de la nature sauvage dans la littérature et la presse écrite en Suisse.



Le paysage, terrain fertile en enjeux politiques

C'est quoi, un paysage ? Comment est-ce qu'on en parle ? Qui en parle ? Et à quelles fins ? Voilà quelques questions auxquelles souhaitent répondre Yvan Droz *, Valérie Miéville-Ott * et leur équipe. En examinant «Le champ du paysage», ils cherchent à démasquer les sous-entendus qui peuplent nos discours, afin de faciliter les négociations en matière d'aménagement du territoire.

Par Anna Hohler, Lausanne

La surface de l'eau de la mer au loin, là où tout n'est que vagues et jeux de lumière, est-ce un paysage ? Monts et vallées de la lune forment-ils un paysage ? Si oui, depuis quand ? Depuis le jour où l'homme y a planté son premier fanion ?

Le paysage dans le conflit des intérêts

Allez, à vous de répondre, et de constater, très probablement, que définir le paysage ne va pas de soi. Car un paysage, n'importe lequel, n'est pas un donné neutre et objectif : c'est une construction hautement complexe. Y interviennent, d'une part, moult références et valeurs sociales, et d'autre part, un nombre infini d'expériences et de souvenirs plus personnels.

Voilà qui pourrait inciter au relativisme : à chacun sa vision des choses, à chacun son paysage ! Que tout le monde cultive son propre jardin ! Peu importe alors s'il regarde d'un bon ou d'un mauvais œil celui du voisin : il suffirait d'édicter quelques règles pour la bonne gestion de l'espace public...

Mais c'est là se tromper et oublier qu'il faut, en matière paysagère, aménager, affecter, exploiter, partager et surtout choisir. Ce que l'on nomme paysage est aujourd'hui soumis à de multiples enjeux, et il ne suffit pas de se dire qu'on n'a qu'à respecter tous les points de vue. «Pendant longtemps, dit Yvan Droz, on a construit des barrages et des lignes de haute tension au nom du progrès. Personne ne s'en est préoccupé. Ce ne serait plus possible de nos jours. Le paysage est devenu un enjeu politique».

S'il dirige, à l'Institut d'ethnologie de l'Université de Neuchâtel, le projet intitulé «Le champ du paysage. Représentations paysagères et processus de légitimation des usages sociaux du paysage», ce n'est pas tant pour le plaisir de la recherche : pour lui, étudier le paysage *permet de démonter des évidences*. «La plupart du temps et dans presque tous les conflits, assure-t-il, le paysage fait figure d'instrument politique ou d'outil de légitimation. Chaque représentation paysagère légitime des pra-



tiques de gestion de l'espace, et détermine ainsi des usages spécifiques». Voilà pourquoi son projet de recherche relève de l'anthropologie politique.

Qu'est-ce que la beauté ?

Pour prendre un exemple, il est révélateur de constater qu'il existe, en Suisse, une ordonnance sur la protection de sites marécageux «d'une beauté particulière». Car qui définit ce que c'est, la beauté ? Un «beau paysage» n'est d'évidence pas la même chose pour tout un chacun. Pour l'agriculteur, c'est avant tout «un paysage ordonné, symbole d'une mise en culture productive». Pour le promeneur, un paysage romantique. Et pour le promoteur touristique, un site en plein essor...

Valérie Miéville-Ott résume : «Souvent, on entend dire qu'il faut protéger un site parce qu'il est digne de protection – et j'exagère à peine ! Voilà la redondance à laquelle se limitent la majorité des consignes en matière de paysage : il faut protéger un site parce qu'il est beau, pour son caractère naturel ou traditionnel, ou simplement parce qu'il est jugé remarquable. Ce qui nous intéresse,

dans le présent projet, c'est de décoder ce qui se cache derrière ces attributs vagues».

Un pâturage boisé par exemple, considéré par un paysan, n'est qu'un endroit où il faut couper les chardons, un pré à exploiter au maximum pour son bétail. Le touriste, lui, n'y verra qu'un paysage où se balader, sans même s'imaginer qu'il s'agit d'un terrain cultivé. Et aux yeux du forestier, pour finir, c'est un endroit où l'on doit prohiber le défrichage pour y favoriser l'avancée de la forêt...

Yvan Droz, Valérie Miéville-Ott et leur équipe se penchent sur les différents discours en matière de paysage. Ils essaient de dégager les valeurs qui se cachent derrière les différentes représentations paysagères, et d'examiner comment et quand celles-ci se mobilisent. Pour ce faire, ils mènent des entretiens thématiques approfondis avec les différents acteurs d'un paysage donné, observent les protagonistes qui interviennent dans la gestion de celui-ci, participent à leurs réunions et font passer, aux acteurs, des tests photographiques. Soumettant aux gens interrogés plusieurs photos d'une des deux zones d'étude – le Pays-d'Enhaut et le Jura –, ils leur demandent de les classer selon leurs propres critères, par exemple, ou simplement de les commenter. A l'aide d'un logiciel d'analyse, ils construisent ensuite différentes catégories de discours afin d'élaborer des discours types. En 2003, un colloque sur la définition de la notion de paysage a permis de déblayer le terrain.

Yvan Droz et Valérie Miéville-Ott procèdent à des études de cas, voire de conflits particuliers : la gestion des pâturages communaux et des tourbières jurassiennes, celle des réserves naturelles au Pays-d'Enhaut et le déroulement d'un projet d'implantation d'éoliennes dans le Jura neuchâtelois (voir encadré). Les deux chercheurs tentent de donner à leur projet une dimension plus vaste. Leur but est de cerner les débats paysagers qui pourraient surgir dans toute région et d'analyser les discours indépendamment du lieu où ils s'expriment. Ils voudraient élaborer des instruments de négociation, faire œuvre de médiation et surtout, à long terme, publier, en collaboration avec Jean-Michel Gobat, directeur d'un projet de recherche sur nos rapports aux rivières des Alpes, un ouvrage qui «déconstruit, en questionnant la biodiversité, la notion de paysage et suscite une prise de conscience de son instrumentalisation politique».

« Pour l'agriculteur, c'est avant tout “un paysage ordonné, symbole d'une mise en culture productive”. Pour le promeneur, un paysage romantique. Et pour le promoteur touristique, un site en plein essor ... »

Un conflit révélateur

Pris par l'actualité, Yvan Droz et Valérie Miéville-Ott sont en train de réaliser une étude de cas sur le projet d'implantation d'éoliennes du Crêt-Meuron, dans le Jura neuchâtelois. Celui-ci prévoit la construction, sur la crête protégée du Jura, de sept éoliennes allant jusqu'à 93 m de haut. Ils ont reconstitué l'historique du projet afin d'en dégager les principaux acteurs, leurs motivations, les enjeux et les blocages, puis suivi l'évolution du débat dans la presse, en faveur ou contre l'énergie éolienne. Cette situation de crise leur a offert un effet de loupe révélateur de la manière dont les différents acteurs d'un champ construisent leurs argu-

mentaires et défendent leur position. Un champ complexe, puisque «l'énergie éolienne piège à la fois ses promoteurs et ses adversaires dans un jeu de double contrainte, où il s'agit de choisir entre une ressource d'énergie renouvelable et le maintien d'un bien collectif à savoir le paysage», expliquent les chercheurs.

* Prof. Dr. Yvan Droz est directeur du projet PNR 48 «Le champ du paysage. Représentations paysagères et processus de légitimation des usages sociaux du paysage».

Valérie Miéville-Ott est collaboratrice.

Contact : yvan.droz@unine.ch

«Chaque représentation paysagère légitime des pratiques de gestion de l'espace, et détermine ainsi des usages spécifiques.»





Les Alpes suisses – une colonie anglaise ?

Ce sont avant tout des Anglais de la classe moyenne qui, au 19^{ème} siècle, ont découvert le tourisme en Suisse; des gens qui avaient assez d'argent pour passer quelques semaines de vacances, pour escalader les sommets alpins et prendre plaisir à fréquenter les nobles montagnards. Quelques-uns sont restés pour toujours après leur engagement colonial en Inde, d'autres sont revenus régulièrement au pays des 4'000.

*Entretien de Pia Seiler avec Digby Thomas**

Il y a 200 ans pour les touristes, l'espace alpin était un endroit terrifiant, qu'on ne regardait qu'à bonne distance, en sécurité. A quoi donc tenait cette répulsion ?

Digby Thomas: Les Alpes étaient quasi invincibles. Celui qui devait les traverser se lançait dans une dangereuse aventure. C'est pourquoi on utilisait les diligences aussi loin que possible, on poursuivait ensuite à dos de mulet et finalement à pied. Le peintre anglais Turner a représenté en 1804, sur son tableau intitulé «Le col du Gotthard», ce côté inquiétant des Alpes.

Qu'est-ce qui a poussé les gens, au 19^{ème} siècle, à voir soudain les Alpes sous un autre éclairage ?

Nous le devons en premier lieu aux Britanniques de classe moyenne. Les romantiques du 19^{ème} siècle

leur ont préparé la voie en faisant de l'espace alpin un havre de liberté et de pureté. A leur tête, les poètes lyriques Byron et Shelley, mais aussi Schiller et Goethe.

La classe moyenne anglaise avait-elle donc de l'argent pour voyager ?

Trois ou quatre semaines de vacances étaient tout à fait courantes. En dehors de l'aristocratie s'était formée une bourgeoisie aisée comptant des propriétaires de fabriques, des avocats, des médecins. Ceux-ci ne pouvaient pas voyager aussi abondamment que les aristocrates auparavant, pour qui un voyage culturel d'une année à travers l'Europe faisait partie de la formation professionnelle. La Suisse ne figurait toutefois pas sur ce circuit.

L'Anglais Thomas Cook est considéré comme l'inventeur des voyages organisés et en 1863, il offre pour la première fois des vacances en Suisse. Pourquoi son choix s'est-il porté sur la Suisse ?

Etre un randonneur dans les montagnes faisait partie d'une nouvelle sensation de vie à la mode. Pourtant Cook était plus un missionnaire qu'un agent de voyage dans le sens où il prônait : plutôt dehors, dans la nature, qu'ivre dans les pubs.

« L'image romantique d'une Suisse aimant la liberté a joué un rôle déterminant. »



A cet égard, les montagnes offraient un contraste saisissant aux horribles villes industrielles anglaises du 19^{ème} siècle. Le médecin de la reine Victoria a visité notre pays dans les années 1860 et il affirmait que deux semaines de vacances en Suisse valaient mieux que tout autre traitement médical. Rétablissement dans les montagnes, rajeunissement grâce à l'air alpin, activité physique – tel était le mot d'ordre du moment.

Pourquoi la Suisse précisément ? L'Autriche, la France et l'Italie s'étendent aussi jusqu'aux Alpes.

En Europe, à cette époque, apparaissaient les premiers chemins de fer et depuis l'Angleterre, c'est la Suisse qu'on pouvait atteindre le plus rapidement. De plus, on ne trouve nulle part ailleurs un tel assemblage de sommets de 4'000 m formant ce décor unique. Et comme déjà dit, l'image romantique d'une Suisse aimant la liberté a joué un rôle déterminant. L'Autriche par exemple a un passé monarchique.

Vous écrivez en fait que les Anglais auraient placé un miroir devant les pays alpins et que sans ce miroir, le développement du tourisme aurait évolué autrement.

Avant les Anglais, personne ne pensait que le monde alpin pouvait être quelque chose de noble. Les montagnes étaient des régions où vivaient de très pauvres gens souffrant du goitre et de la consanguinité. La figure du montagnard n'est apparue qu'avec les Anglais.

Quel sens donnez-vous au «montagnard» ?

C'est l'alpiniste, le vainqueur des sommets, l'homme libre et noble. Et ce n'est pas un hasard si Guillaume Tell est devenu le mythe européen de la lutte des citoyens pour leur liberté. Une histoire, d'ailleurs, qui n'a fait reconnaître la Suisse

qu'à travers la pièce de Schiller et l'opéra de Rossini. Le reflet du miroir renvoyé par l'étranger joue encore aujourd'hui un rôle important, même identitaire, dans ce pays.

Comment le touriste anglais mondain a-t-il rencontré le noble montagnard ?

Dans le premier guide anglais de voyage en Suisse de 1837 figure, avec une présomption toute britannique, comment on doit s'habiller et ce à quoi il faut faire attention dans les montagnes – et comment protéger son argent des voleurs et des hôteliers suisses ! Les Anglais traitaient les Suisses comme ils l'avaient déjà fait avec les Indiens. Seuls les guides de montagne jouissaient d'un grand respect. Melchior Andereg de Meiringen a même été invité au British Alpine Club à Londres – le premier club alpin d'Europe et le club sportif le plus important de toute la Grande-Bretagne.

La Suisse, une colonie anglaise pour ainsi dire ?

La tendance est manifeste. Dans les hôtels, construits souvent avec de l'argent anglais, venaient avant tout des hôtes britanniques de 1850 à 1939. La majeure partie des fonds pour des projets ferroviaires suisses provenaient d'investisseurs anglais et la plupart des ingénieurs étaient également anglais. Des villages entiers ont été construits par et pour des Anglais. Château-d'Oex est devenu le lieu de résidence des retraités anglais qui avaient servi aux Indes. De jeunes Anglais, quant à eux, utilisaient les Alpes comme terrain d'entraînement pour leur masculinité coloniale. 80 pour cent des sommets alpins les plus importants ont été vaincus par des Anglais. Edward Whymper est le symbole de ce mouvement. Lorsque sa cordée a été victime d'un accident au Cervin, l'événement a figuré à la une du Times.

Vous êtes anglais vous-même. Qu'est-ce qui vous a conduit en Suisse ?

Les Anglais ont aussi importé le ski. Ils ont introduit en Suisse ce savoir millénaire des Scandinaves, tout d'abord à Mürren et à Wengen. J'ai suivi ces mêmes traces. Je suis venu voici 30 ans pour faire du ski et j'ai atterri à Château-d'Oex. Depuis lors, je suis amoureux des Alpes.

* Thomas Digby est collaborateur au projet «Emergence et chute des Alpes anglaises : le rôle des Anglais, des peuples anglophones et de leur culture dans la découverte, le développement et la pérennité des Alpes en tant que paysage et lieu d'habitat».





Du refus de la nuit

Comme signe du progrès et de la prospérité, l'éclat des lumières a inondé tout type d'espace au cours du demi-siècle dernier: aux abords des routes, l'éclairage de places, l'illumination de vitrines et d'autres curiosités. Le paysage nocturne s'est ainsi probablement plus modifié que le paysage diurne. Ruth Hungerbühler et Luca Morici* se sont demandés comment les habitants des villes et des campagnes perçoivent le paysage nocturne.

Par Urs Steiger, Lucerne

Dans les années 1950, seuls deux lampadaires éclairaient les routes de la vallée de la Maggia (TI) durant la nuit. Un demi-siècle plus tard, ils étaient au nombre de 160 – avec, en plus, une capacité bien plus étendue. Comme dans la vallée tessinoise, l'éclairage artificiel nocturne s'est étendu de manière importante pratiquement partout au cours des décennies précédentes. Il est de ce fait devenu un signe du progrès et du développement résidentiel. Les régions peuplées et non peuplées ne se différencient jamais aussi bien que la nuit. Giovanni (38), de Lugano, décrit ce phénomène ainsi: «Quand j'étais enfant, seules quelques maisons dans la partie inférieure du Monte Brè avaient la lumière. Peu à peu, la ville a grimpé sur la colline, et la nuit c'est par l'illumination que je constate dans quelle mesure la ceinture urbaine a déjà progressé. Durant la journée par contre le Monte Brè est toujours complètement recouvert de forêts et de verdure».

Le projet «Fiat Lux!» éclaire scientifiquement la thématique du paysage nocturne. A cette occasion, des historiens et des sociologues coopèrent avec des détecteurs à distance et des architectes. La sociologue Ruth Hungerbühler et son collègue Luca Morici s'intéressent avant tout à la perception du paysage noc-

« Les lumières ôtent le repos que l'on devrait donner à la nuit. »

turne. Ils ont mené des entretiens approfondis avec environ 30 habitants de la ville de Lugano et de la région rurale de Verscio. Ils ont en outre analysé des aquarelles représentant pour des écoliers issus d'une classe de chaque endroit leurs perceptions de la nuit.

L'éclairage – un symbole d'urbanité

Les résidents de la région rurale de Verscio mettent l'accent sur le calme et l'obscurité de la nuit et mentionnent fréquemment dans leurs descriptions de la nuit des éléments de la nature tels que les montagnes, le ciel, les étoiles ou la lumière naturelle, etc.



Par exemple Jan (18) : «La nuit, le paysage est tranquille, comme si la nature n'était pas habitée». L'éclairage artificiel est en revanche ressenti comme une atteinte à la nature. Renato (40) : «Les lumières enlèvent l'aspect naturel du paysage, son être de nuit. ... Pour moi, l'éclairage nocturne est une exagération de l'époque actuelle. Les lumières ôtent le repos que l'on devrait donner à la nuit. ... A proximité de ma maison se trouve un lampadaire qui me dérange extrêmement, parce qu'il n'y a plus d'obscurité absolue dans la maison – même lorsque je veux dormir».

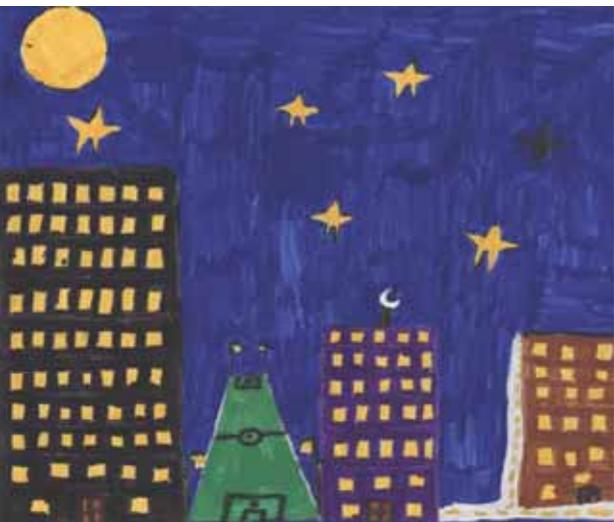
« Avec ses lumières, la ville transmet un réel sentiment de nuit. »

A l'opposé de la population rurale de Verscio, les citoyens de Lugano considèrent unanimement l'éclairage artificiel comme un symbole de la vie urbaine, comme un symbole de la civilisation et du développement économique. Les éléments de la nature ne sont perçus et considérés qu'à la lumière de l'éclairage artificiel. Pour Laura (27), de Lugano, l'éclairage nocturne de la ville est très attractif : «Tu te sens ainsi dans un endroit chaleureux. Il rend la ville très intime». Ou Andrea (27) : «Chez nous [à Lugano] la lumière est particulièrement belle et évocatrice – il y a le lac avec les lumières qui s'y reflètent. C'est aussi magnifique de flâner dans la ville illuminée. Avec ses lumières, la ville transmet un réel sentiment de nuit». Giovanni (38) constate enfin : «A Lugano (durant la nuit) on ne voit ni le lac ni le ciel, mais les milliers de lumières de la ville. C'est une autre sorte de nuit – une nuit colorée – qui a aussi quelque chose de fascinant».

Vie nocturne ou transcendance...

... comme si la nuit renforçait les particularités spécifiques du lieu : la nuit, la ville devient plus urbaine et la lumière délimite l'espace, respectivement la perception de l'espace. En région rurale, la nuit renforce le caractère rural, l'espace s'agrandit au-delà même du terrestre. «Le jour on voit jusqu'au ciel, mais la nuit on voit jusqu'à l'infini» pense par exemple Ursula (43). Pour la sociologue Hungerbühler les propos de ce type révèlent la signification de la nuit comme perception de la transcendance. Seule la nuit – si possible exempte de lumière artificielle – permet de voir dans le ciel étoilé et ainsi dans l'au-delà de l'univers qui nous confronte aux questions fondamentales de l'infini, de l'éternité, de l'être, du devenir et de la finitude, aux questions de la vie et de la mort. Benz (26) le formule ainsi : «Sans le ciel et les étoiles, le paysage reste incomplet. La relation avec le ciel nocturne procure une conscience cosmique, laisse sentir que tu es une partie d'un tout». Cette perception de l'infini disparaît dans l'espace urbain, se perd avec la lumière artificielle.





Sécurité surestimée ?

La sécurité est un argument fréquemment cité lorsque l'aménagement de l'éclairage public est évoqué. La corrélation entre l'éclairage et la diminution des voies de fait criminelles n'est scientifiquement pas avérée. A cet égard, les sociologues Hungerbühler et Morici pensent que l'illumination est moins une réponse aux dangers effectifs qu'à une peur grandissante et diffuse de la

« Le jour on voit jusqu'au ciel, mais la nuit on voit jusqu'à l'infini. »

part de la population à l'encontre de l'obscurité dans la ville. L'obscurité devient un catalyseur de la crainte, sans que celle-ci ne doive nécessairement être fondée par un danger réel, ou, comme l'exprime un Luganais : « ... l'éclairage sert d'une part à voir ; d'autre part il représente peut-être un aspect culturel qui ne tolère pas l'obscurité dans la ville ». La peur grandit de manière plus importante au contact de l'inconnu. Sonja (20) se sent « en sécurité dans le petit Verscio, malgré l'obscurité. Dans les grands espaces, que je ne connais pas, c'est différent ».

Le refus de la nuit

L'acuité par laquelle les personnes interrogées perçoivent le paysage nocturne a surpris les sociologues tessinois, tout comme l'évidence clairement formulée de la gêne ressentie à l'égard de l'éclairage superficiel croissant – avant tout dans la région rurale de Verscio. La mer de lumières est ressentie comme un déni de la nuit ; la perte de lieux obscurs est regrettée. En milieu urbain, la critique n'est pas unanime. Elle se rapporte plutôt sur le choix

de ce qui est éclairé. L'accent est cependant mis sur la contradiction entre une ville « éclairée comme une vitrine », prometteuse d'une vie nocturne excitante et le calme qui prévaut la nuit dans les rues. C'est également la perception de Giovanni (38) : « Malgré les lumières, la ville est un désert nocturne, vide. Même si dans les rues principales éclairées les vitrines sont encore illuminées, à minuit c'est „mortel“ ».

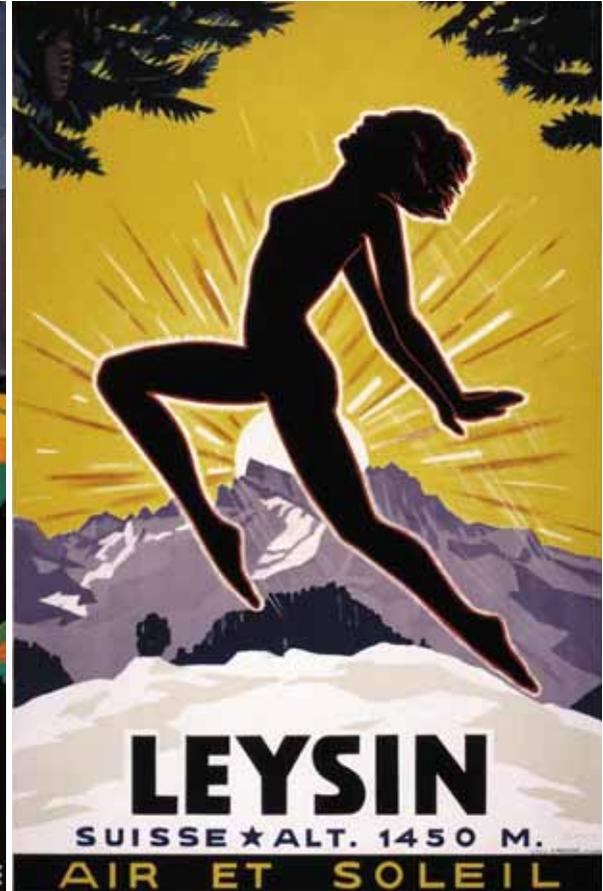
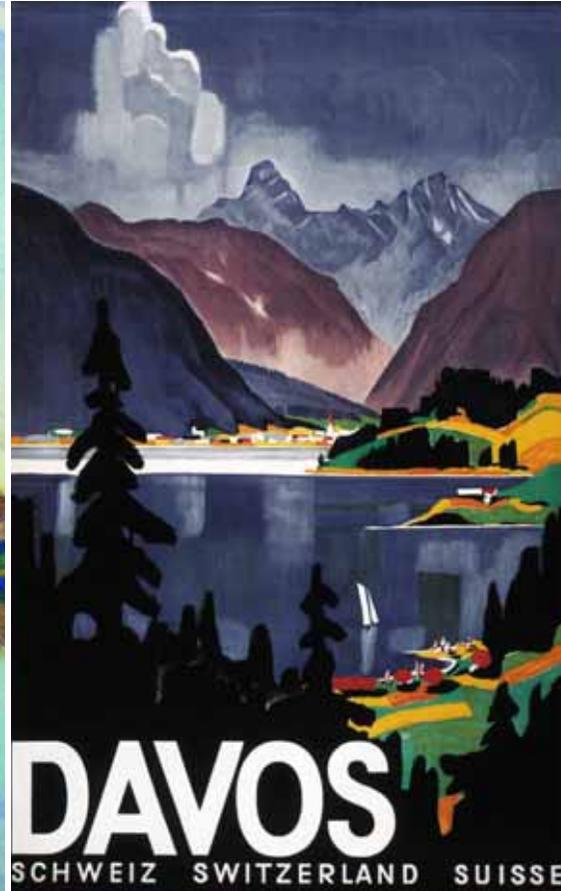
L'attitude critique à l'encontre de l'éclairage nocturne croissant va également dans le sens des résultats obtenus à l'issue d'une enquête représentative provenant d'un autre projet du PNR 48 : celle-ci montre que la grande majorité des personnes interrogées souhaitent un paysage alpin nocturne baigné dans la lumière naturelle. D'un autre côté, elles ne sont majoritairement pas opposées aux illuminations ciblées de monuments historiques ou architecturaux, contrairement à l'illumination de détails naturels. L'illumination perçante de la vie nocturne pour le tourisme ou pour d'autres objectifs commerciaux est catégoriquement rejetée. Plus de 90 pour cent des personnes interrogées n'approuvent pas ce type d'éclairage.

* Dr. Ruth Hungerbühler et Luca Morici sont collaboratrices au projet «FIAT LUX! Développement et façonnement de paysages nocturnes dans l'espace alpin».

Direction du projet : PD Dr. Jon Mathieu

Contact : jon.mathieu@isalp.unisi.ch

PROJET DE RECHERCHE



Le bon air des Alpes – un mythe intègre les

«L'air des Alpes, si salubre et si pur!» C'est Rousseau qui le dit, et avec lui Thomas Mann, Johanna Spyri l'auteur de Heidi et tant d'autres... Mais le mythe de l'air salubre des montagnes, loin de se cantonner à la seule littérature, fait aujourd'hui partie des éléments clés de l'économie symbolique des régions alpines. Claude Reichler et son équipe montrent sa naissance et son évolution et comment il est entré dans les stratégies de promotion touristique.

Par Anna Hohler, Lausanne

Printemps 1998, Cuisine des idées, Neuchâtel: Pipilotti Rist et ses coéquipiers ébauchent les grandes lignes de la future exposition nationale. Sur une fiche accompagnant la maquette du site de Bienne, des mots clés sont censés définir l'ambiance qui y règnera en 2002. Y est marqué noir sur blanc: «Odeurs caractéristiques: Bergluft, Air des montagnes». Et dire qu'Expo.02 était parti pour déconstruire, et non pas cimenter, les mythes suisses! Mais en voilà un qui est tenace: l'air des Alpes posséderait des caractéristiques que celui de la plaine ne connaît pas. Il serait pur, et bon pour la santé...

L'air des montagnes a-t-il un effet thérapeutique?

«Qu'est-ce qui a guéri Clara, l'amie de Heidi? Le bon air», explique Rafael Matos*, géographe et historien du tourisme. C'était au 19^e siècle, et le fait n'est évidemment pas prouvé, même si les médecins, à l'époque, ont étudié la question. Au contraire: aujourd'hui, l'idée que l'air seul pourrait guérir une fille condamnée au

fauteuil roulant fait sourire. Mais, même s'il s'agit bien d'un mythe, celui-ci contient sa part de sérieux: l'air des montagnes, confirme Claude Reichler*, rencontré dans son bureau à Dornigen, non loin du Léman, est effectivement bon, voire meilleur que celui de la plaine. Il est plus éloigné des zones de pollution, est brassé plus souvent par les vents et est accompagné d'un meilleur ensoleillement.

Mais foin d'analyses techniques! Ce qui intéresse, en l'occurrence, ce n'est pas la teneur ou non en micropolluants de l'air au sommet du Cervin, mais la manière dont s'est développée l'image du bon air des Alpes. «Notre but est d'écrire son histoire culturelle», explique Claude Reichler. Et si lui, professeur de français à l'Université de Lausanne, se plonge avant tout dans la littérature, Rafael Matos examine l'imagerie touristique – images d'affiches, dépliants et guides touristiques – pour dénicher ce qui témoigne aujourd'hui encore du mythe de l'air pur.



stratégies de marketing

« Un air sain, vitaminé et pur que l'on voudrait mettre en bouteille pour les jours gris. »

Les traces sont nombreuses. Dans le cadre de l'exposition «Bollywood, Le cinéma indien et la Suisse» qui a eu lieu en 2002 au Museum für Gestaltung de Zurich, Rafael Matos trouve ce témoignage d'un touriste venant d'Inde: «The Alps are like a medicine ...» Et dans le quotidien Le Temps du 3 août 2002, le comédien britannique Rupert Everett déclare: «J'adorerais pouvoir me retirer en Suisse entre deux films. L'air et l'apaisement des montagnes est l'une des plus belles choses qui aient jamais existé. Quand vous en redescendez, vous vous sentez si bien!» Et Rafael Matos de citer une enquête qui classe le bon air à la troisième place dans les critères des touristes pour choisir leur destination de vacances en Suisse...

L'air des montagnes pour la promotion touristique

Pas étonnant dès lors que les promoteurs touristiques exploitent ce filon: «Le bon air des montagnes, explique Rafael Matos, constitue un élément incontournable de l'économie symbolique des

régions alpines. De nombreuses stations de montagne utilisent encore de nos jours l'image d'air pur que dégagent les Alpes suisses». Ainsi Champex, qui promet «Détente et air pur». Crans-Montana, elle, va même jusqu'à vanter son air «le plus pur et le plus bienfaisant de Suisse. (...) Un air sain, vitaminé et pur que l'on voudrait mettre en bouteille pour les jours gris».

Et ce n'est pas fini. Certains hôtels portent des noms qui évoquent le bon air: le *Chasa Belvair* à Scuol, un *Belair* à Wallisellen ou le *Bel-Air Eden* à Grindelwald... Un catalogue de promotion touristique suisse, publié à l'occasion de l'Année internationale de la montagne en 2002, évoque l'air «frais et sain» de notre pays et, un peu plus loin, l'air «pur, mais frais et épicé». Dans la campagne de marketing de l'eau minérale *Heidiland Water*, lancée en 2000 et exportée au Canada, en Arabie Saoudite ou au Japon, on peut lire: «Where the air is still fresh and clean...»



«La plupart des touristes viennent en voiture... ce qui n'assure pas vraiment la pérennité du mythe de l'air pur! »

Le «welltain» (wellness + mountain) à la place de la médecine d'altitude

Claude Reichler : «Jean-Jacques Rousseau déjà, dans son roman épistolaire *La nouvelle Héloïse* a célébré "l'air des Alpes si salubre et si pur". Et avec lui des dizaines d'autres auteurs... C'est un mythe qui existe depuis la nuit des temps». Au début du 19^e siècle, avec l'essor de la géographie médicale, on établit des tableaux et des cartes censés mettre en avant les régions les «plus saines» du pays, voire d'Europe. Se développe ce qu'on appelle la «médecine d'altitude» et avec elle, les premières stations : Davos, puis Leysin... Impossible alors de ne pas penser à *La montagne magique* de Thomas Mann et aux sanatoriums, en vogue jusqu'à la découverte des antibiotiques, au milieu du siècle passé.

Aujourd'hui, plutôt que de vouloir revivifier le tourisme de santé, les promoteurs misent sur le fitness et le bien-être. «On travaille dans le préventif», explique Rafael Matos. «Le public cible, ce sont les *workaholic* de la ville, les managers stressés». Comme exemple, il cite le *welltain* (contraction de *wellness* et *mountain*), une nouvelle forme de séjours à la montagne développée en Autriche et qui propose randonnées, exercices physiques et de relaxation, conseils personnalisés et examens médicaux. Basé sur une étude réalisée par l'Université d'Innsbruck et promu par l'Office national autrichien du tourisme,

ce nouveau produit touristique est aujourd'hui mis en pratique à Lech am Arlberg. Quelque 50 sites sont prévus dans tout le pays pour 2012.

Et en Suisse? Riche de tous ces renseignements, le projet de recherche de Claude Reichler et de ses collaborateurs doit permettre, entre autres, de créer un label qui garantisse la qualité de l'air en montagne. A l'aide d'une série de recommandations aux acteurs du tourisme – Claude Reichler parle d'un manuel ou d'un site Internet –, les chercheurs veulent contribuer au développement d'une «mobilité douce»: stations sans voiture, service de transport de bagages porte-à-porte... Crans-Montana par exemple, qui ne compte que 5'000 habitants à l'année, accueille jusqu'à 45'000 personnes lors des pics saisonniers. La plupart viennent en voiture... ce qui n'assure pas vraiment la pérennité du mythe de l'air pur!

* Prof. Dr. Claude Reichler est directeur du projet PNR 48 «Le bon air des Alpes. Histoire culturelle de l'air et de ses incidences sur la perception des paysages dans les voyages et le tourisme alpin».

Dr. Rafael Matos est collaborateur.

Contact : claud.reichler@unil.ch



Milieu décentré – un village sur l'axe de transit

Le projet PNR 48 «Memory, Change and Present» analyse la mutation culturelle du monde du travail et du milieu de vie dans l'espace alpin. Des films des années 40 réalisés par la société suisse pour l'étude de la culture populaire sur les travaux des paysans de montagne servent de point de départ. La spécialiste Lisa Rööslï retrace dans un film ethnographique les développements des 60 dernières années à Hinterrhein. L'accent y est porté sur la vision interne des habitants. Les effets causés par l'autoroute sont l'un des domaines d'analyse.

Par Lisa Rööslï*, Hinterkappelen

La propriétaire du magasin Irene Aebli aime l'animation. Et elle en souhaite encore plus, précisément pour le commerce que son père avait ouvert lors de la construction du tunnel. Hinterrhein, avec ses 80 âmes, a tout simplement trop peu d'habitants et parmi les véhicules qui passent en pétaradant, il y en a rarement un qui trouve le chemin du village. «*On a les vieux clients, c'est chouette. Mais avec les jeunes, on a quelques difficultés. C'est qu'ils sont tous mobiles*». Mais Irene Aebli tient à son magasin, même s'il ne rapporte pas grand-chose, pour elle personnellement et pour le village. Sans lui, elle craindrait de s'ennuyer, puisqu'elle n'est pas paysanne, et son magasin est avant tout le dernier lieu de rencontre des habitants du village. Des auberges, il n'y en a plus depuis longtemps dans ce village de passage autrefois florissant au pied du Col du San Bernardino. La dernière a fermé en 1963 déjà. Et dans les années 90, la laiterie et l'école ont aussi dû y passer. Le bureau postal a été supprimé voici quatre ans.

Le mur de béton semble encore neuf. Il a été construit voici trois ans comme protection contre le bruit de l'autoroute. Quelques places de parc se trouvent maintenant devant le rempart. Ce sont les meilleurs rangs, au balcon, avec une vue imprenable sur la scène du trafic de transit Coire-Bellinzone. La plupart du temps, ces places sont vides. Elles appartiennent au petit magasin d'alimentation qui se trouve en face, de l'autre côté de la route cantonale. De là aussi, on peut contempler de la meilleure manière le mouvement sur la A13. La propriétaire du magasin, Irene Aebli, dit ne pas être dérangée par le trafic: «*Je trouve que c'est terrible lorsqu'il ne se passe rien sur la route. C'est comme si le monde avait sombré*».

Sur la place du village, deux chèvres sont à la lutte. Un enfant joue avec l'eau de la fontaine. De temps à autre, un véhicule tout-terrain traverse la place, ou un paysan avec une fourche à foin sur l'épaule. On n'entend que le tintement des clochettes des chèvres et le bruissement du trafic. Des fleurs ornent les maisons.



L'agriculteur Le soir, à l'étable, Christian Lorez trait ses deux vaches à la lumière d'une faible ampoule. A la main. Autrefois, il a eu jusqu'à six vaches laitières; l'hiver dernier, il lui en restait quatre et maintenant plus que deux. Tout baisse. A 65 ans, il ne touche plus de subventions et il souffre de problèmes de hanches. Il remettra un jour sa ferme à son neveu qui vient juste d'achever la construction de sa grande étable à stabulation libre. Mais Christian Lorez veut continuer tant bien que mal aussi longtemps que ça ira.

Comme jeune garçon, il a passé un hiver à Roveredo pour apprendre l'italien. Puis il est allé à l'école d'agriculture, à l'école de recrues et s'est ensuite consacré à quelques brefs stages comme aide à Mädel et Nufenen, les villages voisins. Depuis lors, Christian Lorez n'a plus quitté Hinterrhein. Interpellé sur la question des transformations survenues ces dernières décennies, il parle de la mécanisation de l'agriculture qui a fortement marqué le travail des paysans. Pour le reste, il estime qu'au fond pas grand-chose n'a changé. Après un long silence, il fait remarquer que: «*Oui bien sûr, il y a toujours la route et les tirs (depuis la place de tir des blindés de l'armée)*». Mais le tunnel et la route étaient nécessaires. Peut-être même que le village n'a survécu que grâce à ça. «*Mais maintenant, c'en est un peu trop (...)* On ne savait pas non plus que ça prendrait de telles proportions». Après ces propos, il se tourne à nouveau vers sa vache. Christian Lorez n'est pas l'homme des grands discours.

Mais ici, il n'y a aucune trace de bucolisme, car les habitants sont trop peu intéressés par les touristes.

La route n'a pas apporté les transformations espérées ou du moins attendues. Le trafic passe en trombe à côté de Hinterrhein. C'est comme s'ils se tournaient le dos. A l'image des autres villages de la vallée, Hinterrhein a sa propre jonction d'autoroute, mais aucune retombée économique directe n'a eu lieu. Ici, les hommes continuent à vivre de l'agriculture. Le tourisme tire le diable par la queue car les infrastructures sont quasi inexistantes. Les soldats de la place d'armes ne viennent même jamais au village. Des places de travail dans l'industrie ou les services n'existent pas, mis à part le magasin et un atelier de machines agricoles. Malgré tout cela, le nombre d'habitants de la commune est resté stable depuis des décennies et l'on trouve quelques jeunes familles au village.

Ce jour-là, les camions sont de nouveau arrêtés devant le trou. La colonne arrive jusqu'au village. Les espaces d'attente ne parviennent même pas à contrôler les masses de véhicules pendant la rénovation du tunnel. Le ton de la voix passe du pragmatisme à la résignation: «*Nous sommes comme les cerfs, ils s'habituent à tout*», selon le commentaire d'une vieille habitante qui vient de faire ses emplettes. «*Nous n'y pouvons rien de toute manière*». Elle tourne le dos au magasin et remonte la ruelle en direction de la place du village. Le fracas du trafic redevient bruissement.

* Lisa Rööslé est collaboratrice du projet PNR 48 «Monde du travail et monde vécu: souvenirs, mutation et présent» et auteure du film «Hinterrhein – Un village en mutation», projeté dans différents cinémas durant l'année 2005 et également édité en CD.

Direction du projet: **Dr. Hans-Ulrich Schlumpf**; **Prof. Dr. Walter Leimgruber**

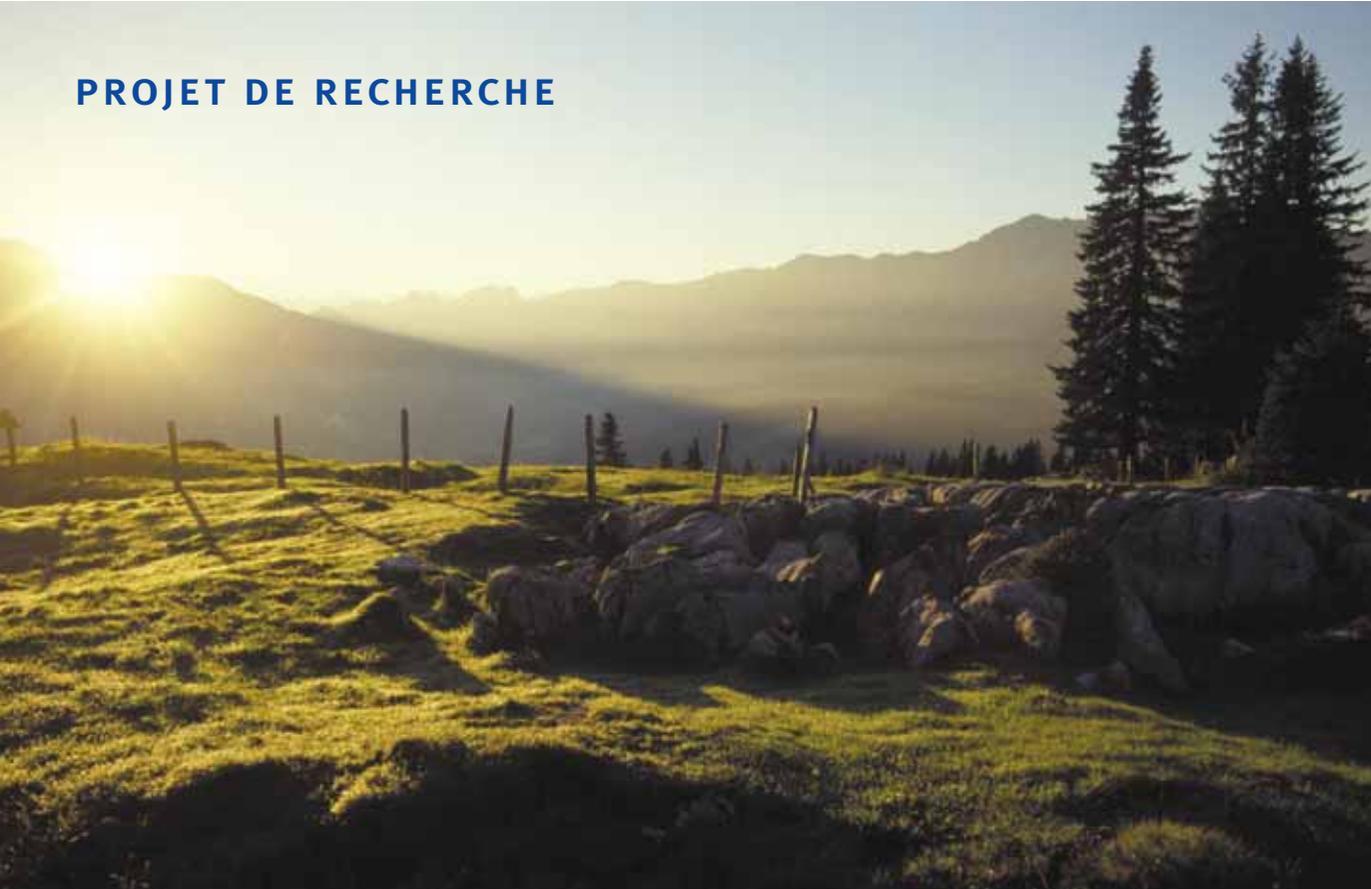
Contact: hus@film-schlumpf.ch; walter.leimgruber@unibas.ch



L'étrangère du village Il est difficile de pouvoir parler tranquillement durant quelques minutes à Monika Lorez. Dans la rue, en conversation avec sa belle-mère, elle balance son vélo du bout des mains tandis que le dernier rejeton de la famille s'agrippe au bas de son pantalon. Monika Lorez est mère de trois enfants, paysanne, membre du conseil communal et elle exerce à 50 pour cent la profession d'infirmière aux soins intensifs à Coire. C'est dans ce chef-lieu qu'elle a passé la majeure partie de son enfance et de son adolescence. Elle souligne qu'elle n'a pas choisi l'isolement d'un village de montagne pour des raisons idéologiques mais à cause de son mari, paysan à Hinterrhein, et qui n'était pas à prendre sans son village. Des liens de parenté la lient toutefois à la forêt du Rhin et à Hinterrhein et ils lui ont probablement rendu service lorsqu'elle est arrivée ici comme jeune femme, dans cette région où l'hospitalité et l'ouverture à l'égard des étrangers ne comptent pas parmi les vertus premières. «Ils (les habitants du village)

avaient peut-être entendu parler de moi et savaient où me situer. Je crois que ça a été plus facile que pour quelqu'un qui vient tout à fait de l'extérieur».

Monika Lorez aime le travail dans la nature et trouve beaucoup d'avantages, avec famille et enfants, dans le métier d'agriculteur. Mais il lui faut de la diversité et sans cesse de nouveaux défis. C'est la seule au village à affirmer qu'elle profite directement de l'autoroute. Elle ne peut aller travailler à l'extérieur que grâce au déblaiement de la route durant toute l'année. «Ici, il ne me manque rien. Grâce à la route et aux moyens de communication actuels comme Internet et la télévision, je n'ai pas l'impression d'être hors du mouvement». Certes, l'autoroute doit effrayer les touristes. Mais avec un pragmatisme caractéristique du coin, elle pense qu'on ne peut pas en retirer les avantages seuls, qu'il y a aussi un prix à payer.



Les Alpes vues de l'intérieur et de l'extérieur

Les diverses représentations du paysage déterminent les argumentations autour de l'aménagement du territoire souhaité. Pourtant, comment nous représentons nous une réserve de biosphère par exemple? Quelles images imprègnent notre manière de penser? Norman Backhaus* et Urs Müller* ont mené cette réflexion – dans l'Entlebuch et dans le reste de la Suisse.

Par Urs Steiger, Lucerne

Quelles images *concrètes* définissent notre mode de pensée et d'action? Quelle représentation nous faisons-nous intérieurement lorsque nous parlons de l'Entlebuch, lorsque nous essayons d'imaginer une réserve de biosphère? Celui qui tente de répondre à ces questions doit se servir d'un subterfuge. Même si les arguments en faveur ou à l'encontre d'une réserve de biosphère peuvent être formulés en mots et en phrases – se laissant ainsi questionner, les images dans nos esprits ne sont pas directement accessibles. Les géographes zurichois Norman Backhaus et son collaborateur Urs Müller se sont lancés sur les traces du monde des images intérieures dans le cadre du projet de recherche «Puissance et force des images». Ils se sont dès lors intéressés aux photos et aux illustrations utilisées par les défenseurs et les adversaires ainsi que par les observateurs et les commentateurs issus des médias lors de discussions portant sur la réserve de biosphère de l'Entlebuch et sur les montagnes bernoises Jungfrau–Aletsch–Bietschhorn reconnues patrimoine naturel mondial par l'UNESCO.

Pour Backhaus et Müller, les images matérielles reflètent la manière dont les espaces sont appropriés. Ils sont tout à fait conscients que

l'utilisation de ces images induit des facteurs supplémentaires. Celui qui crée et utilise une image tente par ce biais de concrétiser sa propre représentation. Ce processus est limité, entre autres, par les possibilités techniques du médium – par exemple la photographie ou le film. Et finalement le spectateur se trouve à l'autre bout, recevant l'image de manière sélective, l'interprétant sur la base de son vécu et de ses expériences personnelles. Urs Müller n'a par conséquent pas uniquement analysé des images, mais il s'est également entretenu avec leurs producteurs.

Image intérieure: disparition de l'espace naturel

Josef Küng est l'un de ces producteurs d'images. Il est rédacteur de l'Entlebucher Anzeiger, un journal régional de bonne qualité journalistique paraissant deux fois par semaine. Une image publiée par l'Entlebucher Anzeiger en relation avec le lancement de la réserve de biosphère est jugée par Urs Müller comme caractéristique des représentations liées par les habitants de la région à la réserve de biosphère: l'image montre en premier plan des enfants jouant dans une nouvelle zone résidentielle de Dopple-



schwand, une commune en pleine expansion de l'Entlebuch. A l'arrière-plan, on reconnaît le paysage local, représenté de manière très discrète. Sept ans plus tard, Josef Küng se souvient toujours très précisément de cette image, qu'il avait à l'époque choisie consciemment. Il voulait ainsi «ne pas placer en première ligne la nature sur l'image, mais les hommes – et ainsi l'espace de vie de l'Entlebuch». Il avait également choisi le lieu de la prise de vue, la commune de Doppleschwand, qui, par sa croissance, promet l'optimisme économique. Par la présence des enfants, Küng voulait montrer que la réserve de biosphère concerne l'avenir de la vallée, menacée d'émigration.

Par ce choix d'image, Josef Küng avait parfaitement illustré la perspective des promoteurs du projet «réserve de la biosphère Entlebuch». Le géographe Urs Müller a analysé leurs représentations à l'aide de la brochure envoyée à tous les électeurs à l'occasion de la votation sur la réserve de biosphère en 2002. La brochure de douze pages contenait 32 images et trois graphiques. Seuls 2,5% de la totalité de la surface illustrée montraient la nature sans influence visible de l'homme, alors qu'à l'inverse environ 18% illustraient l'espace habité de l'Entlebuch et environ 29% un espace utilisé par l'économie. Dans l'ensemble, la brochure transmettait ainsi l'image d'un espace économique et résidentiel moderne, aménagé d'installations à la pointe de la modernité.

Image extérieure : déterminée par des clichés

L'image de l'Entlebuch dépeinte par la revue Schweizer Familie se situe à l'opposé. Dans son reportage sur le projet «réserve de la biosphère», Schweizer Familie n'a pratiquement montré que des magnifiques prises de vue du paysage naturel – la Schratzenfluh sauvage, le paysage des marais tourbeux du Salwideli jusqu'à la petite Emme avec sa forêt alluviale d'importance nationale. L'unique image humaine montre un chercheur d'or, symbolisant l'aventure et l'offre touristique de la vallée. Aucun habitant de l'Entlebuch n'est visible. Le journaliste Josef Küng de l'Entlebuch

connaît bien ces images. Il est régulièrement confronté au contact avec d'autres acteurs médiatiques qui lui demandent des illustrations ou des informations à propos de l'Entlebuch. Il constate à ce propos qu'une grande partie d'entre eux n'ont absolument aucune connaissance de la vallée de l'Entlebuch et de ses résidents et qu'il doit agir en tant qu'intermédiaire.

Entre temps, les promoteurs du projet de la réserve de biosphère ont eux aussi révisé leur image de l'Entlebuch. Dans la nouvelle édition de la brochure parue après la votation, ils présentent presque le double d'images, et l'espace naturel représente pratiquement un tiers de la surface illustrée. Müller voit aussi dans ce fait une preuve de la volonté précédant la votation d'éviter de mettre l'aspect naturel de l'Entlebuch au premier plan – en particulier le paysage des marais tourbeux – ce qui aurait ravivé les souvenirs de la désagréable connotation extérieure qui lie principalement les résidents de l'Entlebuch à la protection du paysage marécageux.

L'exposition comme instrument de recherche

En collaboration avec le Séminaire d'ethnologie de Bâle, Backhaus et Müller ont transcrit les constatations sur le monde des images dans l'exposition «Puissance et force des images – argumentation stratégique autour de la durabilité». L'exposition se compose d'un labyrinthe d'images qui confronte chacun avec la perception correspondante de la durabilité. L'exposition elle-même permet des évaluations supplémentaires dans le sens où les directions choisies dans le labyrinthe d'images donnent accès à la compréhension de la durabilité par les visiteurs.

* PD Dr. Norman Backhaus est directeur du projet PNR 48 «La puissance des images – construction, reproduction et exploitation stratégique en vue du développement d'un avenir alpin».

Urs Müller est collaborateur.

Contact : backhaus@geo.unizh.ch

PARTICIPATION

Le concept du développement durable implique que la population concernée puisse participer au développement de mesures qui s'y rapportent. Le PNR 48 encourage la mise en œuvre de ce principe dans la recherche en favorisant les contacts étroits avec la population, respectivement avec les utilisateurs. Il ne s'agit dès lors pas seulement d'un transfert de savoir, mais avant tout d'un échange intense entre la recherche et la pratique. Cette rubrique illustre, à titre d'exemple, comment la participation peut être réalisée.

Après deux bonnes années de travail, la «plate-forme Stotzigwald» a trouvé une stratégie commune sur la manière de maintenir la vitalité de l'importante forêt protectrice «Stotzigwald» dans la vallée uranaise de la Reuss (Reusstal) et en particulier de réguler le gibier. La «plate-forme Stotzigwald» est ainsi parvenue à briser les barrières existant depuis longtemps et rendant le dialogue impossible. Elle a conçu des solutions dépassant le point de vue sectoriel, solutions non seulement acceptées par les exploitants – dans la forêt et dans les Alpes – mais pour lesquelles ils se sont engagés. Grâce à la plate-forme, il sera possible de mettre directement à disposition des utilisateurs les résultats scientifiques les plus récents.

Une image commune du «Stotzigwald»

Par Urs Steiger, Lucerne



L'éclat du soleil d'automne donnait des reflets dorés à la forêt du Stotzig sur le versant opposé lorsque les quelques 30 membres de la «plate-forme Stotzigwald» se sont réunis pour la sixième fois au centre «Bitzi» à Gurntellen.

Franchir les vieux fossés

La douceur des rayons de soleil avait un caractère symbolique pour l'atmosphère résolue qui devait régner entre les interlocuteurs cet après-midi là. Cela n'avait pas toujours été le cas : avant que Karin Hindenlang*, son équipe de l'Institut fédéral de recherches sur la forêt, la neige et le paysage (FNP) et les représentants du canton n'initient la «plate-forme Stotzigwald» pour la gestion de la forêt et du gibier dans la forêt du Stotzig, il existait entre les interlocuteurs désormais réunis une ancienne discorde sur la question des soins appropriés à cette forêt. Les gardes forestiers exigeaient une autre gestion du gibier par les chasseurs, qui exigeaient à leur tour de la part des agriculteurs une autre gestion du pâturage... La signification de la forêt du Stotzig en tant que forêt protectrice de la route cantonale et de l'autoroute ne permettait cependant pas de repousser indéfiniment les décisions pour une gestion adéquate du site.

L'initiative des chercheurs du FNP d'engager le dialogue de manière constructive était d'autant plus la bienvenue. Les différents acteurs concernés par cette forêt

sont représentés dans la «plate-forme Stotzigwald». Il s'agit des différents services cantonaux tels que la sylviculture et la chasse, le génie civil, l'aménagement du territoire et l'agriculture, les CFF et les propriétaires forestiers, les représentants des associations de chasseurs, d'agriculteurs et des organisations de protection de la nature, les communes concernées de Silenen et de Gurntellen mais aussi le garde-chasse, les forestiers et les agriculteurs.

Dialogue fructueux sur une base commune

Avant de pouvoir chercher des solutions et des mesures, il s'agissait de trouver une base de discussion commune. Sous la conduite professionnelle de Johannes Heeb* et du modérateur Josef Walker*, ingénieur forestier d'Altdorf, le groupe a ainsi élaboré, comme première étape, une compréhension commune de la forêt du Stotzig. Pour ce faire, chaque groupe d'utilisateurs a présenté son image et son schéma explicatif rassemblés dans la discussion pour former l'image commune «Stotzigwald». Il s'agissait avant tout, selon Heeb, de dégager une compréhension des rapports et de trouver un consensus sur les facteurs d'influence les plus importants,

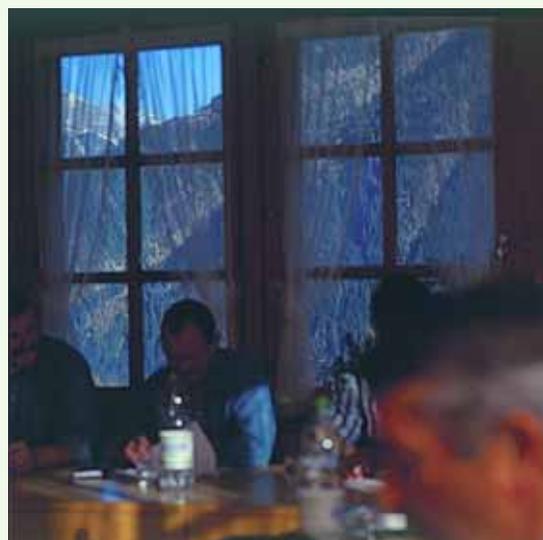
La forêt du Stotzig : Stotzigwald

Ce n'est pas sans raison que le «Stotzigwald» porte son nom : elle couvre le versant Est de la vallée uranaise de la Reuss de manière extraordinairement raide – c'est à dire «stotzig» – sur plus de 1'000 mètres de hauteur à partir du fond de la vallée. En plusieurs endroits, le flanc s'élève presque verticalement. Le passage dans le Stotzigwald – que se soit pour l'entretien ou pour la recherche – n'est pas seulement épuisant, mais il doit aussi se faire avec beaucoup d'attention si on veut éviter de se mettre en danger. Le Stotzigwald protège des infrastructures d'importance européenne de chutes de pierres et d'avalanches, comme la ligne ferroviaire et l'autoroute du Gotthard. La forêt doit être rajeunie mais la croissance des arbres, en particulier des sapins blancs, est entravée par l'abrutissement du gibier. Ce sont surtout les chamois qui passent l'hiver dans le Stotzigwald et cherchent leur nourriture dans la forêt.

définissant par exemple le rajeunissement des arbres ou du gibier. Cette phase du dialogue ne s'est justement pas passée sans que, de manière compréhensible, d'anciennes représentations d'inimitié n'apparaissent et d'anciens conflits ne se ravivent. Dans ce genre de situation, c'est à l'habileté de la modération qu'il revient d'orienter à nouveau le débat sur l'objectif commun. Cette étape a en même temps permis d'introduire dans la discussion les résultats des deux projets de recherche du PNR 48 concernant le rajeunissement des forêts protectrices et des sapins blancs et le conflit forêt-gibier dans les forêts de montagne. La compréhension commune «Stotzigwald» – illustrée par un schéma représentatif – a par la suite également servi de support au dialogue.

Une réserve de chasse sans gibier ?

Une première discussion au sujet de possibles mesures était programmée en cet après-midi d'automne. Ce sont surtout l'utilisation agricole et, partant, l'offre en nourriture hors de la forêt pour le gibier ainsi que la gestion de ce gibier par la chasse qui devaient être discutés. A ce propos, le conseiller agricole Peter Tresoldi a avant tout souligné les modifications de la composition des herbages : «Il reste toujours plus de vieille herbe et il pousse toujours moins de plantes herbacées, si bien que le gibier a plus tendance à rechercher sa nourriture dans la forêt. L'herbe devrait être utilisée, de quelque manière que ce soit». Markus Baumann,





de la Fédération de l'élevage du menu bétail a objecté qu'avec le système de compensation actuellement en vigueur, l'exploitation n'est pas assurée, mais que des dépenses supplémentaires modestes permettraient cependant une amélioration importante. Oswald Odermatt, qui avait produit en 1997 une évaluation spécialisée sur la situation des dégâts causés par le gibier dans la forêt du Stotzig a en conséquence proposé de réduire le gibier par la chasse jusqu'à ce que le peuplement des jeunes sapins blancs soit assuré. Durant cette période, il serait par exemple possible de tirer tous les animaux situés dans le secteur problématique. Cette proposition draconienne n'a étonnamment pas conduit à une opposition dans la discussion, ce qui aurait certainement été le cas quelques années auparavant. Le groupe a plutôt examiné ce scénario draconien avec sérieux, pesant ses points forts et ses faiblesses. Il a été objecté qu'il s'agissait tout de même d'une réserve de chasse, et le représentant du tourisme a demandé avec inquiétude comment il lui serait possible de vendre aux touristes une réserve de chasse sans gibier.

Une plate-forme qui a de l'avenir

Une solution définitive sur la question du gibier n'a pas été trouvée cet après-midi là, mais la discussion sereine a démontré que la «plate-forme Stotzigwald» a fait ses preuves, aussi bien pour l'échange d'informations que pour le développement d'une stratégie commune. Ainsi, même des fossés datant de dizaines d'années ont pu être franchis. Entre-temps, la «plate-forme Stotzigwald» a affiné les mesures jusqu'à leur mise en œuvre. Une conception de développement acceptée par toutes les parties impliquées réunit les mesures des quatre projets partiels: relations publiques, sylviculture, chasse et gestion du biotope ainsi qu'agriculture. La constitution d'une base institutionnelle pour la réalisation du plan de mesures fait aussi partie du projet. La «plate-forme Stotzigwald» doit par la suite continuer d'exister en tant qu'instance d'accompagnement.



Les objectifs et les mesures de développement élaborés par la «plate-forme Stotzigwald» n'ont pas seulement une signification locale, mais ils peuvent aussi, avec quelques adaptations, être transposés à des forêts protectrices d'autres cantons de montagne. La brochure «Neue Wege im Wald- und Wildmanagement» («Nouvelles voies dans la gestion de la forêt et du gibier») donne à ce propos une information détaillée aux personnes intéressées.



Par la «vision globale» d'un conflit d'intérêts local ou régional et par la réalisation de mesures transcendant le niveau sectoriel, la «plate-forme Stotzigwald» favorise de manière exemplaire un processus participatif de planification. Elle offre aux chercheurs un instrument unique pour discuter les problématiques et les résultats scientifiques et ainsi augmenter leur acceptation dans la pratique. Une compréhension commune créée par le processus de la plate-forme a permis d'intégrer les constatations issues des projets de recherche dans la concrétisation des mesures relatives à la forêt du Stotzig et de l'évaluation des résultats. Il faut également s'attendre à ce que de nouvelles questions de recherche émergent à cette occasion.

* **Karin Hindenlang** est collaboratrice au projet PNR 48 «Le sapin blanc et le conflit forêt-gibier en montagne: l'abrutissement des ongulés modifie-t-il le paysage forestier dans les Alpes?» et responsable pour la «Plate-forme Stotzigwald».

Dr. Johannes Heeb et **Josef Walker** sont accompagnateurs externes de cette plate-forme.

Direction du projet: **Dr. Josef Senn**

Contact: josef.senn@wsl.ch

Le Projet «Rajeunissement minimal dans les forêts protectrices: déduction de valeurs objectifs à l'aide de modèles de simulation» fait également partie des contributions scientifiques à la «Plate-forme Stotzigwald».

Direction du projet: **Dr. Peter Brang**

Contact: peter.brang@wsl.ch



Le Programme national de recherche 48 «Paysages et habitats de l'arc alpin» du Fonds national suisse

La globalisation, l'intégration européenne et la libéralisation du marché accélèrent le changement dans les régions alpines et modifient les conditions-cadres dans d'importants domaines. Depuis 2002 et jusqu'à 2007, sur mandat du Conseil fédéral, le Programme national de recherche 48 «Paysages et habitats de l'arc alpin» cherche des réponses scientifiquement étayées à la question de savoir quels développements de l'espace alpin sont perceptibles, socialement souhaitables, écologiquement acceptables et économiquement supportables.

A ce propos, cinq questions-clés sont centrales :

Comment les paysages et les habitats de l'arc alpin sont-ils perçus ?

Comment et pourquoi les paysages et les habitats de l'arc alpin évoluent-ils ?

De quelle manière des objectifs communs pour le développement des paysages et des habitats peuvent-ils être déterminés et atteints ?

Quelles valeurs économiques les paysages et les habitats de l'arc alpin ont-ils ?

Comment l'évolution des paysages peut-elle être anticipée ?

Une étroite collaboration entre les chercheurs et la population vivant dans l'espace alpin doit contribuer de manière efficace à ce que la recherche soit ancrée dans les attentes des acteurs concernés et développe des stratégies de solutions durables. En tant que Programme national de recherche, le PNR 48 accorde une grande importance au fait que les résultats de la recherche diffusent dans la pratique et atteignent ainsi une utilité concrète élevée.

Les cahiers thématiques du PNR 48

Par ses cahiers thématiques, le PNR 48 offre une information accessible autour des cinq questions-clés de la recherche. Ils paraissent en 2005/2006 de manière biannuelle. Les cahiers thématiques éclairent le contexte scientifique de ces problématiques et donnent un aperçu de l'activité des projets de recherche ainsi que des résultats obtenus et encore attendus. Ils se consacrent en particulier aux caractéristiques de la recherche transdisciplinaire et montrent comment les chercheurs favorisent et valorisent le dialogue avec la pratique. Dans l'ensemble, les cahiers thématiques souhaitent rendre les thèmes de recherche accessibles. C'est pourquoi la rédaction ainsi que les auteurs suivent essentiellement le point de vue journalistique pour le choix des thèmes et leur présentation. Les cahiers thématiques ne remplacent cependant aucunement les publications scientifiques. Un aperçu de ces dernières se trouve sur le site internet.

www.pnr48.ch



NFP 48 Landschaften und Lebensräume der Alpen
PNR 48 Paysages et habitats de l'arc alpin
NRP 48 Landscapes and Habitats of the Alps