

IMPACTS DU TOURISME SUR LE TERRITOIRE ET LA POPULATION :
EVALUATION DE LA DURABILITE TOURISTIQUE

LE CAS DU VAL D'HERENS



Illustration François Maret, Ayent

Mémoire présenté par :
Sylvie Rudaz
Architecte EPFL

Directeur de mémoire :
Antonio Da Cunha
Professeur à l'institut de géographie de
l'université de Lausanne

Expert extérieur :
François Seppey
chef du service du département de
l'économie et du tourisme du Valais

TABLE DES MATIERES

| | | |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. | INTRODUCTION | 4 |
| 1.1. | SUJET | 4 |
| 1.2. | PERIMETRE D'ETUDE | 5 |
| 1.3. | LIEN AVEC LA PROBLEMATIQUE URBAINE | 6 |
| 2. | QUESTION DE RECHERCHE ET DEMARCHE | 7 |
| 2.1. | REFLEXIONS DE DEPART | 7 |
| 2.2. | PROBLEMATIQUES | 7 |
| 2.3. | HYPOTHESES..... | 8 |
| 2.4. | METHODOLOGIE..... | 9 |
| 2.5. | LIMITES DU TRAVAIL | 9 |
| 3. | PRE-ETUDE : VERS UN TOURISME DURABLE | 11 |
| 3.1. | TOURISME : PHENOMENE POPULAIRE..... | 11 |
| 3.2. | LE TOURISME ET L'ECONOMIE, LA SOCIETE ET L'ENVIRONNEMENT..... | 11 |
| 3.3. | L'OFFRE ET LA DEMANDE..... | 13 |
| 3.4. | LE TOURISME DURABLE | 14 |
| 3.4.1. | Point de la situation..... | 14 |
| 3.4.2. | Orientation durabilité | 14 |
| 3.4.3. | Principes..... | 14 |
| 3.5. | LES POLITIQUES TOURISTIQUES ET OUTILS D'AMENAGEMENT | 15 |
| 3.5.1. | Au niveau international..... | 15 |
| 3.5.2. | Au niveau suisse | 16 |
| 3.5.3. | Au niveau cantonal - valaisan | 17 |
| 3.5.4. | Au niveau régional | 18 |
| 3.6. | LE SYSTEME TOURISTIQUE DURABLE | 18 |
| 3.7. | ACTEURS..... | 19 |
| 3.7.1. | Préambule | 19 |
| 3.7.2. | Responsabilité des acteurs dans le tourisme durable..... | 20 |
| 3.8. | LES ECHELLES SPATIALE ET TEMPORELLE DU TOURISME..... | 21 |
| 3.9. | ENJEUX DU TOURISME DURABLE..... | 23 |
| 3.9.1. | Mobilité..... | 23 |
| 3.9.2. | Environnement..... | 23 |
| 3.9.3. | Emplois | 24 |
| 3.9.4. | Infrastructures d'accueil | 24 |
| 3.9.5. | Agriculture..... | 25 |
| 3.10. | SPECIFICITES DU TOURISME DE MONTAGNE | 25 |
| 3.11. | LES TYPES DE TOURISME ET LEUR DURABILITE..... | 26 |
| 4. | CADRE D'ETUDE : LE VAL D'HERENS..... | 28 |
| 4.1. | CONTEXTE..... | 28 |
| 4.1.1. | Le Valais..... | 28 |
| 4.1.2. | Le Val d'Hérens..... | 28 |
| 4.2. | PROBLEMES ACTUELS DANS LE VAL D'HERENS..... | 29 |
| 4.3. | LE TOURISME DANS LE VAL D'HERENS..... | 30 |
| 4.3.1. | Types de tourisme proposés, profil et demande touristiques..... | 30 |
| 4.3.2. | Les projets touristiques régionaux | 32 |
| 4.4. | ACTEURS LOCAUX DU TOURISME HERENSARD : DEGRE DE GOUVERNANCE, VISION GENERALE..... | 34 |
| 4.4.1. | Les acteurs locaux, leur organisation et leur poids | 34 |
| 4.4.2. | Synthèse : degré de gouvernance | 37 |
| 4.4.3. | Les visions du tourisme de demain des acteurs locaux | 38 |
| 4.4.4. | La vision du tourisme hérensard..... | 39 |
| 5. | DURABILITE DU TOURISME HERENSARD | 41 |
| 5.1. | DEMARCHE | 41 |
| 5.2. | CRITERES D'EVALUATION | 41 |

| | | |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.3. | INDICATEURS - ANALYSE | 42 |
| 5.3.1. | La gestion de l'espace | 42 |
| 5.3.2. | La gestion du patrimoine bâti..... | 52 |
| 5.3.3. | La rentabilité économique..... | 58 |
| 5.3.4. | La valorisation des ressources locales et l'économie de réseau | 62 |
| 5.3.5. | Insertion des acteurs du tourisme dans la société | 66 |
| 5.3.6. | Le cadre de vie et des services | 69 |
| 6. | TOURISME HERENSARD : SYNTHÈSE ET ORIENTATION..... | 75 |
| 6.1. | POINTS FORTS ET FAIBLESSES DANS LA GESTION DU TOURISME DANS LE VAL D'HERENS | 75 |
| 6.2. | ORIENTATION REGIONALISATION | 78 |
| 6.3. | MISE EN ŒUVRE D'UNE STRATEGIE TOURISTIQUE | 79 |
| 6.3.1. | Politique touristique régionale..... | 79 |
| 6.3.2. | Marketing..... | 80 |
| 7. | CONCLUSION | 82 |
| 7.1. | DISCUSSION DES HYPOTHESES ET SYNTHÈSE | 82 |
| 7.2. | PERSPECTIVES | 84 |
| 8. | BIBLIOGRAPHIE..... | 86 |
| 9. | ANNEXES | 89 |

RESUME

Le tourisme représente des enjeux considérables pour la Suisse, tant au niveau économique (rentrées et retombées), environnemental (préservation du paysage) que social (emplois). L'enjeu est de savoir dans quelle mesure la pratique de cette activité et sa gestion s'insèrent dans la construction de destinations durables. L'empreinte liée à cette activité est remarquable dans des régions où le tourisme constitue la principale voire unique activité économique, soit en zone de montagne, c'est pourquoi ce travail va s'attarder sur l'étude de cas du Val d'Hérens, dans le Valais.

Le principal résultat attendu par cette recherche est de montrer que le tourisme est d'une part une activité complexe, touchant à des domaines variés mais liés entre eux, ayant un fort impact sur le territoire comme sur la population locale et régionale, avec des problématiques conséquentes.

Il n'existe pas de forme de tourisme durable unique, applicable à toute destination et en tous points durables ; la recherche de la durabilité doit être un travail de collaboration, les pratiques de durabilité devant également être acceptées et soutenues par les acteurs intervenants, actifs ou passifs.

L'étude va vérifier concrètement les difficultés pour la réalisation d'un tourisme durable, devant faire face à un problème d'échelle temporelle (saisonnalité) et spatiale (destination touristique), cherchant des solutions pour perdurer à court, moyen, et long termes.

1. INTRODUCTION

1.1. SUJET

Le développement touristique durable : une idée acceptée, une mise en œuvre difficile¹

Le sujet de ce mémoire porte sur le tourisme, activité qui concerne chaque individu, par son rôle soit en tant qu'acteur, à savoir touriste ou excursionniste², soit en tant que spectateur, habitant du lieu récepteur.

Le tourisme représente des enjeux énormes :

- au niveau environnemental : le paysage est sa matière première ; sa préservation est donc essentielle
- au niveau économique : le tourisme est la sixième branche économique suisse³ ; le tourisme est donc une grande industrie
- au niveau social : le tourisme est générateur de nombreux emplois directs (hébergement, restauration,...) ou indirects (construction, architecture, banque, ...) ; ces emplois doivent être maintenus.

La Suisse représentait en 1997 le 10^{ème} pays touristique d'Europe⁴, ce qui fait du tourisme une branche primordiale et essentielle dans ce pays. D'ailleurs, la balance touristique y est favorable, puisque beaucoup d'étrangers viennent en Suisse en touriste et de même, beaucoup de Suisses vont à l'étranger.

Au niveau touristique, tout n'est pas acquis d'avance. Autrefois, du moment qu'une destination était reconnue, les touristes y affluaient sans même que les prestataires touristiques aient des efforts réels à fournir pour conserver leurs fidèles clients.

Aujourd'hui, cette situation n'est plus que souvenir. Depuis une dizaine d'années⁵ en effet, le tourisme est en crise. Les destinations touristiques se sont multipliées grâce (ou à cause des, comme on le verra plus loin) aux progrès dans les transports - principalement le transport aérien (baisse des coûts et durées des trajets). Ce phénomène a rendu toute destination - touristique ou non - facilement atteignable pour tout individu, habitant des pays développés essentiellement, qu'il soit de classe sociale aisée ou non.

La compétitivité s'est sensiblement accrue et devant la multitude de destinations proposant les mêmes prestations, les stations touristiques doivent mettre en avant leurs atouts et se démarquer de la concurrence. Le touriste a modifié ses attentes ; il est devenu plus exigeant sur la qualité de la destination (paysage, qualité de l'hébergement et du personnel, revitalisation et bien-être de l'individu...) et de plus en plus, il semble privilégier un tourisme vert, respectant l'environnement.

De ce fait, les destinations touristiques doivent réagir rapidement si elles veulent assurer leur pérennité, et se tourner ainsi vers un tourisme durable.

Le but de ce présent travail est d'analyser, au regard d'un cas concret, le Val d'Hérens, dans le Valais, les impacts du tourisme sur le territoire – milieu naturel et bâti- et sur les populations locales, ainsi que d'apporter des éléments de solution pour mettre en place une gestion durable du tourisme.

¹ MAO, Sommet du Tourisme Chamonix, 1999, p. 56

² Un touriste est appelé ainsi lorsqu'il passe une nuit au moins dans une destination autre que son lieu de domicile ; un excursionniste n'est un voyageur que de quelques heures dans une seule journée.

³ Ceci sans compter les effets indirects liés au tourisme (achat de marchandises,...) chiffre de l'OFS en 2003, p. 7

⁴ RUMLEY, Planification territoriale, p. 235

⁵ En Suisse, depuis le milieu des années '90, selon HOCHSTRASSER

1.2. PERIMETRE D'ETUDE

On peut regrouper les destinations touristiques selon trois milieux géographiques distincts :

- la ville prisée pour sa culture
- la mer choisie pour la détente et parfois la culture
- la montagne plébiscitée pour la détente et parfois la culture.

Certaines problématiques communes se retrouvent dans ces trois milieux, à savoir le problème de l'étalement, car il faut bien avouer que le tourisme de masse pratiqué autrefois a été l'élément déclencheur de l'« urbanisation » de la montagne et des plages.

Comme autre thématique commune, on peut citer le jeu des acteurs intervenants, l'Etat et le politique n'étant dans le domaine du tourisme plus les seuls décideurs. Les personnes actives dans le tourisme s'organisent, telles les sociétés de développement entre autre.

Par ailleurs, à ce rôle décisionnel et organisationnel s'ajoute la question du périmètre pris en compte. Le touriste est insensible à l'échelle communale ; pour lui, une destination touristique est une entité à part, ne correspondant pas forcément aux limites communales. Il convient dès lors de savoir si les décisions et démarches touristiques doivent être prises au niveau local (station, commune) ou global (agglomération, région, canton,...).

Le tourisme de montagne et de mer se distancie du tourisme citadin par le fait que dans ces régions, le tourisme constitue généralement le principal revenu pour l'économie. L'analyse de la situation y sera plus révélatrice des impacts propres au tourisme puisqu'elle n'est pas dépendante d'autres phénomènes et activités, car le tourisme est la principale, voire la seule branche économique en place. Dans les villes par contre, les impacts attribuables au tourisme sont moins visibles étant donné la diversité des activités économiques.

De plus, dans ces deux milieux (mer et montagne), l'aspect environnemental joue un rôle fondamental puisque le paysage constitue la matière première du développement touristique. En effet, tout site ne peut prétendre à un développement touristique réussi s'il ne rassemble pas la base essentielle qu'est le paysage – servant le plus souvent d'image touristique⁶.

En Suisse, du fait de sa topographie, le tourisme est essentiellement alpin⁷, c'est pourquoi ce mémoire se rattachera à l'étude du tourisme de montagne. Toutefois, les considérations théoriques sont applicables à tout milieu géographique. Pour la partie analytique, une adaptation doit être effectuée au préalable si l'on veut pouvoir étendre les considérations élaborées ci-après.

Ce travail va s'appuyer sur le cas du Val d'Hérens, au centre des Alpes valaisannes, car il associe au sein d'une même vallée diverses activités touristiques réparties en différents pôles touristiques, allant du tourisme intensif⁸ à l'écotourisme. De plus, quelques projets et démarches à l'échelle de la vallée sont déjà amorcés.

Conscients de la crise que rencontre la branche touristique, les présidents des communes concernées se sont regroupés avec les sociétés de développement depuis 1986 en une association (Hérens Vacances) et depuis 2006, en l'Association des Communes du Val d'Hérens (ACVH) qui a créé la commission Hérens Tourisme afin de réfléchir ensemble à une solution mettant un frein à l'exode rural de leurs jeunes plus particulièrement et relançant l'économie touristique de leurs villages, principale source de revenus.

⁶ Quelles chances de développement touristique pour une station comme Zermatt si elle ne pouvait vendre avec ses prestations touristiques l'image du Cervin ?

⁷ On notera toutefois que certaines villes suisses sont fortement dépendantes du tourisme : Montreux, Lucerne, Lugano, Locarno,...

⁸ Est entendu par tourisme intensif le tourisme de masse, aux lourdes infrastructures

1.3. LIEN AVEC LA PROBLEMATIQUE URBAINE

Le thème du tourisme durable de montagne ne traite pas directement, il faut bien l'avouer, des questions urbaines, sujet central du DESS dans le cadre duquel j'élabore ce mémoire. Le lien avec la ville s'effectue toutefois car des problématiques communes⁹ se retrouvent aussi bien dans les villes que dans les communes périphériques, à des échelles certes différentes, mais semblables sur le fond.

D'autre part, le Conseil Fédéral suisse rappelle, dans son rapport sur la politique des agglomérations de 2001 que *à long terme, les agglomérations ne pourront être véritablement concurrentielles que si les villes-centres et les communes périphériques s'entendent pour défendre ensemble leurs intérêts*.¹⁰ Dès le début des années '70¹¹, la politique régionale est marquée par la volonté d'atténuer l'inégalité de la répartition de la population et des activités économiques sur le territoire national.

Le développement durable est l'affaire aussi bien des villes que des campagnes et montagnes. Il serait erroné, dans un pays comme la Suisse où les territoires montagneux recouvrent quelque 90%¹² du pays de ne pas traiter de cette problématique, d'autant plus si l'on aborde le sujet du tourisme. En effet, les stations de montagne attirent environ autant de touristes que les grandes villes et zones de lacs réunis¹³. En outre, on constate que de plus en plus, les groupes de population aisés se déplacent des agglomérations suisses vers les espaces ruraux avoisinants¹⁴.

De plus, la pérennité des stations touristiques profite également aux villes, de même qu'elle génère des contraintes pour ces dernières, puisque les villes sont le lieu récepteur pour les transports publics de grande envergure (aéroport, gare,...) et retouchent en partie les retombées économiques du tourisme de montagne puisque leurs biens et services sont également utilisés pour les touristes. Il existe une absence de frontière entre ces deux milieux qui cohabitent et échangent des flux en permanence.

Par ailleurs, le jeu d'acteurs intervenant tout comme la gouvernance, les principaux domaines touchés par le tourisme (hébergement, mobilité, emplois,...) se retrouvent en tout milieu géographique. De même, les outils d'évaluation du degré de durabilité du tourisme sont applicables à tous ces contextes.

⁹ Exposées au sous-chapitre 1.2

¹⁰ Conseil Fédéral, Rapport du Conseil Fédéral sur la politique des agglomérations, Berne, 2001, 3^{ème} stratégie

¹¹ KÜNG, p. 1

¹² http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/montagne/mount4_fr.pdf, zones de montagnes en Europe, rapport final, p. 11

¹³ Suisse Tourisme, OFS, FST, p. 17

¹⁴ BOCHET, DA CUNHA, p.5

2. QUESTION DE RECHERCHE ET DEMARCHE

2.1. REFLEXIONS DE DEPART

Vers quel avenir se dirige le tourisme de montagne ? Pour répondre à cette interrogation, la solution est à trouver dans la marche à suivre que vont entreprendre les prestataires touristiques¹⁵ des destinations. Cela passe obligatoirement par une prise de conscience de la part des acteurs touristiques, encore faut-il que tous puissent prendre part aux décisions et actions.

Pour la plupart des lieux touristiques, si des modifications dans la vision et l'attitude des prestataires touristiques n'est pas opérée, s'ils continuent leur stratégie touristique pratiquée jusqu'à maintenant, les destinations vont certainement sombrer petit à petit. Au contraire, si une prise en main rapide est effectuée (analyse des potentialités de leurs destinations et modifications des comportements) elles auront une chance de perdurer et être rentables.

Il n'existe pas de méthode miracle de durabilité applicable pour le tourisme, par contre on connaît mieux les conflits actuels à surmonter par toute station touristique:

- concurrence dans l'offre, les prix,...
- saisonnalité marquée, d'où sous- et surexploitation
- exode rural par manque d'emplois et qualité moyenne à médiocre des emplois proposés dans le tourisme
- dégradation du paysage
- déplacement en transports individuels motorisés, pollués.

S'orienter vers un tourisme durable semble la solution aux problèmes actuels et futurs des destinations touristiques, encore faut-il savoir d'une part ce qu'est réellement un tourisme durable, et d'autre part comment s'y prendre pour adapter les principes de durabilité à chaque contexte particulier.

2.2. PROBLEMATIQUES

L'objectif de ce mémoire est de déterminer les impacts du tourisme sur le territoire et les populations locales et de comprendre comment gérer le tourisme de montagne d'une manière intégrée et durable, en s'appuyant sur le cas des communes du Val d'Hérens, pour illustrer et concevoir réellement un tourisme durable, ou du moins s'en approcher¹⁶.

Le tourisme est un sujet très vaste, interdisciplinaire, touchant aussi bien les domaines de l'hébergement, la construction, les transports, les loisirs, le paysage, les ressources vitales (air, eau, sol,...). Il s'agit ici de se concentrer sur l'essence même du tourisme durable, dans sa globalité¹⁷.

D'une manière générale, voici les interrogations auxquelles je souhaite apporter des éléments de réponse :

P1 comment se caractérise un tourisme intégré et durable économiquement, socialement, environnementalement, et ceci à court, moyen et long terme ?

Le tourisme de montagne s'est transformé à travers les ans et aujourd'hui, le tourisme durable est mis en avant comme étant la solution de pérennité. Au terme de tourisme durable est associé, dans l'esprit des néophytes, presque automatiquement le tourisme de nature, l'écotourisme, le tourisme vert, tous ces éléments qui mettent en avant le respect et

¹⁵ Par prestataire touristique, j'entends ici toute personne concernée activement dans le tourisme, que ce soit au niveau politique qu'économique (entreprise,...) ou social (société de développement, associations,...)

¹⁶ Il serait erroné de comprendre ici que les communes touristiques du Val d'Hérens sont durables. Leur niveau de durabilité sera étudié et des marches à suivre pour tendre vers la durabilité seront élaborées

¹⁷ Une multitude de travaux touchent à ces domaines plus particuliers, que ce soit au niveau de livres ou de mémoires. Je laisse le soin au lecteur de s'y référer pour de plus amples informations.

la protection de l'environnement. Il est vrai que cette tendance va à l'encontre des préceptes appliqués jusqu'ici, où le paysage était détérioré sans mauvaise conscience au profit des infrastructures d'hébergement, espaces de détente et loisirs, dans une vision à court terme, répondant au coup par coup à la demande. La question est donc de savoir si le tourisme vert assurera à lui seul la pérennité des destinations touristiques.

P2 les principes du tourisme durable, au niveau économique, environnemental et social sont-ils les seuls garants de la durabilité du tourisme ?

En appliquant les normes de la durabilité (environnementales, économiques, sociales) sur une destination, peut-on s'assurer ainsi de la fin de l'exode rural, de même que de l'acceptabilité par la population locale et l'entier des prestataires touristiques de la stratégie adoptée? Ceci est un élément prépondérant qui détermine le cadre de la destination touristique. Cette acceptation de la stratégie touristique par les populations locales sera perceptible par les touristes. L'avenir de la destination touristique dépendra, en plus des prestations et cadre paysager offert, de l'atmosphère dégagée dans la destination, du retour de l'acceptation ou non de la population et des prestataires touristiques avec la vision des politiques d'aménagement.

P3 quel est le niveau de durabilité atteint par le tourisme sur les destinations touristiques du Val d'Hérens ?

Pour évoluer vers un tourisme durable, un état des lieux de la situation est nécessaire, pour dégager les priorités, contraintes, lacunes, erreurs, atouts,... Les activités touristiques proposées actuellement - ainsi que les projets en cours - sur les différentes communes du Val d'Hérens s'inscrivent-elles, consciemment ou non, dans une vision de durabilité ? Y a-t-il des mesures entreprises pour remédier à la crise du tourisme de montagne et de son économie locale? Quels moyens peuvent être mis en place pour améliorer la situation et y a-t-il volonté de changer la situation actuelle ?

2.3. HYPOTHESES

Pour chacune de ces questions, un postulat tente de trouver un élément de réponse, qu'il s'agira ensuite, lors du développement du sujet, de vérifier s'il apporte réellement une solution au problème soulevé.

H1 le tourisme durable repose sur la combinaison de plusieurs types de tourisme, qui - regroupés dans une même offre - peuvent prétendre à la durabilité

Toutes les régions touristiques ne peuvent pas faire *tabula rasa* de leur capital touristique déjà en place et qui leur a valu le niveau de prospérité actuel. Cependant, il faut pouvoir ajuster le produit touristique, le perfectionner, le peaufiner pour le rendre durable. La durabilité propre à chaque type de tourisme n'est pas équitable pour tous les secteurs concernés (environnement, économie, société). De différents points de vue, le tourisme vert peut être durable ou non. Il en est de même pour le tourisme de masse.

H2 L'intégration de tous les acteurs touristiques doit être mise en place déjà lors de la définition de la stratégie de développement à adopter

Il faut être conscient des problèmes encourus par le tourisme de montagne et être convaincu de l'importance du tourisme durable pour les générations actuelles et futures, ainsi que pour le paysage également au niveau des populations du lieu d'accueil des touristes. Toutes les planifications peuvent être élaborées, les mesures mises en place, si les acteurs concernés n'ont pas pris conscience de ces réalités, aucun tourisme ne pourra être durable. D'autre part, dans la stratégie touristique à adopter, tous les acteurs concernés doivent être intégrés afin de faire entendre également leur vision et ainsi déterminer si tous vont dans la même direction. Il s'agira de démontrer si cet aspect a été compris et appliqué par les acteurs touristiques dans le Val d'Hérens.

H3 Aucune commune du Val d'Hérens n'arrive à être durable et soutenable en tous points. Mais chacune a pris conscience de la fragilité de son tourisme. Le problème principal vient peut-être de leur échelle spatiale trop restreinte.

Si l'on considère chaque commune isolément, aucune ne peut prétendre être durable en tous points, environnementalement, économiquement, socialement. Dans tous les cas, des mesures semblent être mises en place pour faire perdurer le tourisme sur leur territoire. Les communes semblent avoir compris la crise qu'elles traversent mais rares sont celles qui savent comment y remédier et qui ont déjà adopté des stratégies.

Une solution pourrait venir du changement d'échelle géographique. La station touristique n'est peut-être pas l'échelle appropriée. Chaque commune ne peut proposer une multitude d'attractions touristiques compatibles entre elles et des équipements y relatifs tout en répondant aux attentes des touristes, et ce pour toute saison. Une région touristique pourrait, en revanche, offrir cela. Il s'agirait de tirer le meilleur de chaque station et de regrouper les offres pour promouvoir une seule entité diversifiée.

2.4. METHODOLOGIE

La démarche prévoit une analyse documentaire ainsi que divers entretiens afin de compléter et affiner les sources à disposition pour permettre d'évaluer par la suite la durabilité des communes du Val d'Hérens.

L'analyse documentaire de base, sur le tourisme en général et le tourisme durable permettra de cadrer le sujet, de définir l'état des lieux du tourisme ainsi que les défis et objectifs d'un tourisme qui se veut durable et soutenable. Ces éléments devraient servir à démontrer la première hypothèse sur la durabilité des types de tourisme.

Une autre analyse documentaire, cette fois-ci sur le Valais et Val d'Hérens en particulier va permettre de cadrer le contexte au travers duquel sera évaluée la durabilité du tourisme.

Quelques entretiens, avec les responsables locaux qui s'occupent du tourisme et du développement territorial ainsi que de certains habitants, va d'une part situer le contexte et permettre de déterminer qui sont les décideurs, quels acteurs y interviennent et à quel moment. D'autre part, la compatibilité entre les orientations touristiques envisagées par les décideurs et la vision de la population locale tentera d'être examinée.

Sur ces bases, et à l'aide des outils de travail comme les indicateurs, le niveau de durabilité des communes du Val d'Hérens sera développé, sujet de la troisième problématique. Cette démarche s'appuiera sur les données quantifiables à disposition, les plans d'aménagement des communes ainsi que sur une analyse photographique. Suite aux résultats obtenus et appuyé par l'avis des personnes interrogées sur le sujet, une analyse des apports que pourraient amener une régionalisation sera effectuée et tentera de démontrer si celle-ci est souhaitable et réalisable.

Enfin, et pour finir, des éléments de mise en œuvre, tant au niveau politique que marketing seront définis afin de fournir la marche à suivre concrète pour aller de l'avant vers un tourisme durable et intégré.

2.5. LIMITES DU TRAVAIL

Les principales limites de ce travail concernent la complexité du tourisme ainsi que le manque de recul pour l'analyse de l'étude de cas.

Comme le lecteur peut le constater, les problématiques traitent de thématiques assez générales mais ciblées. Tous les sujets propres au tourisme ne pourront être développés en détail¹⁸, faute de temps. Cependant, je laisse le soin aux

¹⁸ Comme par exemple la problématique des transports, pourtant épine dorsale du tourisme

personnes intéressées de se référer à la multitude d'écrits, textes, rapports, livres, mémoires divers sur les nombreux composants du tourisme.

Pour ce qui est du choix de l'étude de cas – le Val d'Hérens – ce dernier est subjectif. Il s'est basé sur ma connaissance du périmètre ainsi que la facilité d'obtenir des données et enquêtes. Bien évidemment, sa relation avec le sujet ainsi que la complémentarité des types de tourisme pratiqués et la volonté politique de s'associer ont joué un rôle fondamental dans le choix de cette étude de cas. Cependant, il est vrai que les résultats obtenus dans ce mémoire manqueront de recul, car aucune régionalisation réelle et concrète n'est encore en cours. Il est à espérer que ce mémoire ira dans le sens de l'orientation envisagée et pourra la renforcer et permettre aux communes d'avancer pour la survie de leur tourisme.

Au niveau des outils d'évaluation, le problème de la carence dans les évaluations au niveau touristique est à soulever. Les indicateurs du tourisme durable existent, mais sont au stade d'ébauche et aucune étude de cas ne peut servir de valeur de référence¹⁹. C'est pourquoi des entretiens essayeront de fournir des éléments de réponse pour compléter et donner du poids aux résultats obtenus. Cependant, à ce niveau également, les rares entretiens obtenus ne peuvent être à eux seuls révélateurs de l'ensemble des personnes concernées par le tourisme de leur commune et vallée.

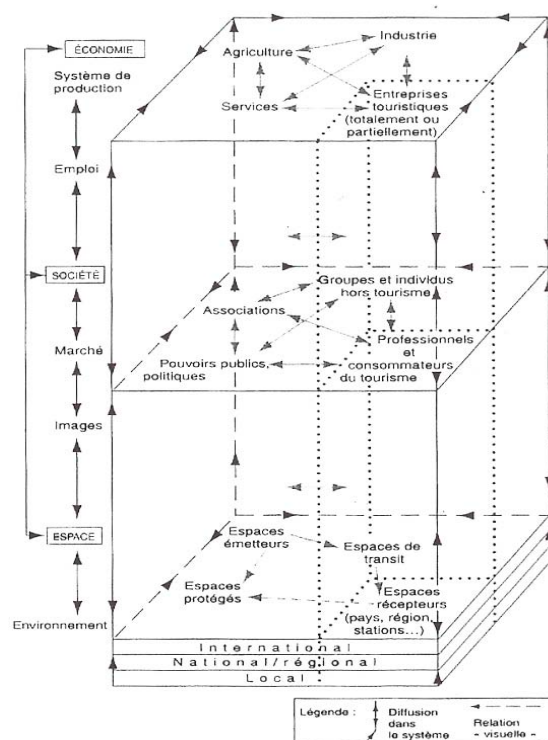
¹⁹ A ma connaissance

3. PRE-ETUDE : VERS UN TOURISME DURABLE

Comme on peut le voir sur le tableau ci-contre, le tourisme est un mécanisme complexe, avec une multitude d'interactions dans des domaines à la fois différents mais complémentaires si l'on veut obtenir une bonne gestion touristique.

Avant d'aborder les problématiques qui nous intéressent ici et afin de pouvoir argumenter les éléments de réponse proposés, il convient de faire un état des lieux du tourisme : de décrire ses composantes, ses enjeux et objectifs principaux. Il apparaît également essentiel d'énoncer les politiques touristiques à disposition, ainsi que déterminer les acteurs agissant et leur rôle accompagnateur pour tendre vers un tourisme durable.

Figure 1 : espace et système touristique²⁰



3.1. TOURISME : PHENOMENE POPULAIRE

Naguère, et ce dès le XVII^{ème} siècle²¹, le tourisme était le loisir exclusif de la classe bourgeoise qui abandonnait sa résidence pour des voyages de plusieurs mois. Le XX^{ème} siècle marque la transformation du tourisme en phénomène de masse, pour toute classe sociale de tout horizon, pour des voyages de durée plus courte mais plus fréquents.

Cette progression à la fois de l'offre et la demande est le résultat de l'essor de la civilisation industrielle, avec la réduction du temps de travail au profit des vacances, la hausse des revenus et la progression des moyens de transport (aérien pour les destinations lointaines principalement, chemins de fer et voitures pour les destinations nationales et frontalières notamment).

L'activité touristique n'est pas prête de s'écrouler, car malgré les difficultés que rencontrent actuellement les destinations touristiques²², l'OMT reste confiant quant à l'évolution du tourisme. En effet, il prévoit que le nombre d'arrivées pour l'Europe devrait doubler d'ici à l'an 2020.²³ Il n'en demeure pas moins que cette tendance est effectuée à l'échelle globale, tenant compte des mouvements touristiques et non des destinations précises. Pour chaque destination touristique actuelle, des variations dans l'évolution de la branche peuvent se faire sentir et aller même à contre-courant de la tendance mondiale.

3.2. LE TOURISME ET L'ECONOMIE, LA SOCIÉTÉ ET L'ENVIRONNEMENT

Le tourisme est un échange entre des touristes temporaires et des habitants sédentaires. Cette rencontre n'est pas fortuite : elle a des répercussions sur le milieu d'accueil, tant au niveau économique (services, équipements et installations), social (services) que naturel (paysage, environnement).

Ses effets peuvent s'analyser sous deux aspects opposés mais à la fois indissociables : les atouts – tourisme vu comme un développement - et les désagréments – tourisme vu comme une activité destructrice.

Les tableaux ci-dessous illustrent quelques-unes des répercussions dues au tourisme.

²⁰ DEWAILLY et FLAMENT, p 16

²¹ BOYER. Cette époque ne tient pas compte bien sûr des voyages depuis les époques romaine et grecque.

²² Difficultés qui seront énoncées plus loin

²³ Selon OMT, le nombre de touristes devrait atteindre 1.6 milliard d'arrivées dans le monde en 2020, dont 717 millions en Europe, soit une croissance annuelle de 4%

| SOCIETE | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ☺ | ☹ |
| Maintien et création d'emplois, garant d'une économie de survie des populations de montagne | Emplois saisonniers, difficulté à assurer une survie permanente |
| | Souvent les habitants n'ont pas la formation nécessaire et ne peuvent obtenir les emplois intéressants |
| | Exigences croissantes concernant les ressources peuvent être à l'origine de la perte d'emplois dans les secteurs traditionnels (agriculture) |
| Apports de recettes améliore les conditions de vie des populations locales (meilleures conditions de transport, d'habitat) | Résidents ne profitent pas toujours des aménagements touristiques |
| Quantité plus importante d'équipements au bénéfice des populations locales grâce au tourisme | Résidents doivent supporter les coûts (des infrastructures) et hausse du coût de la vie, menace de leur qualité de vie |
| Lieu d'apprentissage, de rencontre et d'échange culturel | Rupture de vie sociale si disproportion numérique entre les habitants et les touristes |
| Large échange d'idées et de culture, bénéfique au bon développement de l'être humain | Forme d'appropriation du territoire par les touristes (souvent touristes s'installent à distance des localités préexistantes) |
| Renforcement du sentiment d'identité et d'appartenance de la population locale ; peut permettre à servir de déclencheur pour l'inciter à un engagement actif dans l'aménagement et la gestion de son espace | Sentiment de mal-être face à une « tourification » des lieux (réorganisation spatiale et structurelle selon une logique fonctionnelle nouvelle). L'espace de vie des uns est le terrain de jeu des autres |
| Ouverture des zones périphériques permet un certain rééquilibrage avec les centres urbains, comblant une partie des disparités régionales | Tourisme oppose des blocages à l'établissement de jeunes : cherté du foncier et de l'immobilier, lourdeur fiscale,... |
| | Accroissement des disparités entre une population à majorité citadine et la population locale (passage d'une économie rurale à une économie touristique) |

| ENVIRONNEMENT | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ☺ | ☹ |
| Entretien des territoires, maintien d'un patrimoine | Détérioration des sites si surfréquentation |
| | Paysage (nature et culture) comme principal objet de consommation. Lorsque la morphologie du terrain est changée, le paysage est difficilement reconstructible (infrastructures) |
| Dans certains cas, le tourisme agit comme puissant facteur de prise de conscience d'un environnement de qualité car pas de tourisme de qualité sans espace de qualité | Préjudice à la faune (dérangement en hiver) et flore (artificialisation du sol et des pratiques touristiques intensives), diminution de la biodiversité au profit des zones à bâtir et à aménager, accès routiers et pédestres |
| Touristes rendent possible le financement de programmes de restauration et de conservation des monuments et sites (préservation du patrimoine naturel et bâti), ainsi que par la rentabilité locative des terres | Utilisation inadéquate des ressources. Cet épuisement des ressources naturelles est souvent hors taxes, puisque les coûts environnementaux ne sont pas inclus dans les tarifs touristiques |
| | Utilisation économique de la générosité de la nature et des ressources non renouvelables (eau, sources, ...) |
| | Ressource eau : rythme saisonnier (usage privé, piscine, canons à neige) |
| Sensibilisation des adhérents à l'importance de la préservation du milieu naturel et bâti (changement de perception des touristes) | Pollution atmosphérique et sonore (véhicules privés, plus de 50% des déplacements, et par là des émissions, proviennent du tourisme) |
| Soutien à l'agriculture et à l'aménagement du paysage (entretien du paysage traditionnel) | Architecture des zones de vacances peut révéler une fracture entre le patrimoine construit existant et les nouvelles constructions dont l'intégration est plus difficile |

| ECONOMIE | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ☺ | ☹ |
| Nouvelles rentrées financières à gérer pour en tirer un profit (recettes brutes et fiscales) | Engagement financier à long terme (infrastructures, équipements) |
| Comble le déficit financier par rapport aux centres urbains industrialisés | Une partie importante des recettes est acquise aux voyageurs dont les centrales se trouvent ailleurs |
| Revalorisation de l'immobilier | Parfois inflation du prix des terrains et des constructions |
| Offre de nouvelles opportunités aux agriculteurs en leur permettant d'écouler et/ ou diversifier leur production | Concurrence sur le foncier (fossoyeur de l'agriculture) |
| Création d'emplois dans des espaces géographiques peu favorisés | Création d'emplois saisonniers et précaires, dépendants de facteurs conjoncturels (météo) |
| Contribution au maintien des services de proximité (magasin d'alimentation, restaurant,...) | Manque de rentabilité pour les employés par des salaires trop bas |
| Attractivité pour les investisseurs | Fortes variabilités des flux économiques (surdimensionnement pendant l'entre saison) |
| | Création d'infrastructures disproportionnées, sous utilisées, non rentables, engendrant des dettes pour la communauté |

Tableau 1 : avantages et inconvénients du tourisme ²⁴

3.3. L'OFFRE ET LA DEMANDE

Le tourisme est un échange entre un consommateur – le touriste - et un prestataire touristique – les habitants et personnes actives dans le tourisme sur le lieu de détente.

On trouve à l'origine de la demande des besoins (détente, repos, changements, compensation, libération des contraintes) et des motivations. La satisfaction de la demande ne procure aucun bénéfice matériel, juste une simple satisfaction de ses désirs, difficilement mesurable. L'offre est quant à elle la somme des prestations offertes sur le marché à l'usage du touriste. Elle cumule des produits et prestations destinés aux touristes (infra- et superstructure) et d'autres à la population locale (infrastructure générale, culture, patrimoine) mais dont le touriste profite.²⁵

L'adéquation entre l'offre et la demande est l'un des facteurs de succès d'une destination touristique. Actuellement, de nouveaux besoins émergent : recherche de l'authenticité, de dépaysement, d'aventure, d'extrême, émotion, plaisir, personnalisation, rapport qualité-prix,...)²⁶. Ces attentes des touristes doivent être prises en compte lors de la définition de la stratégie touristique et cette dernière doit être réajustée fréquemment²⁷, en tenant également compte bien évidemment de leur faisabilité (contexte).

Il n'est pas rare de constater un disfonctionnement entre ce que les touristes estiment primordial et ce que les prestataires touristiques leur mettent à disposition²⁸. L'orientation souhaitée par les prestataires touristiques doit correspondre ou s'adapter à la demande si elle veut avoir des chances d'attirer et de maintenir les touristes sur son site. Cependant, cet équilibre offre/demande est fragile et n'est pas garant d'un tourisme durable car il ne concerne que le court terme, déterminé par le marché touristique (désirs variables des touristes, diversité des touristes, compétitivité des destinations,...).

²⁴ Synthèse des réflexions de THIBAL, HOCHSTRASSER, GUERIN et propres réflexions

²⁵ CLIVAZ Ch., p.89

²⁶ Tourisme durable, p. 107

²⁷ Réajustement de l'offre et lancement d'un marketing adéquat pour diffuser cette adéquation

²⁸ RÜTTER. Dans les stations de montagne, les prestataires touristiques aiment à miser sur les activités de divertissement, alors que souvent le touriste recherche simplement le calme et la nature

3.4. LE TOURISME DURABLE

3.4.1. Point de la situation

Depuis les années '60, le tourisme s'est principalement développé en mettant en avant la composante économique essentiellement. Ceci s'est traduit par des investissements coûteux, en dur, sur des sites naturels. Les acteurs agissant étaient principalement des constructeurs, ingénieurs et économistes²⁹.

Aujourd'hui, on constate certains dysfonctionnements de ce système : endettement de certaines communes, transformation de sites en friches touristiques, produits non différenciés et mal adaptés à la demande, alternance entre saturation et absence de vie pendant plus de la moitié de l'année, lits froids... La nécessité de réaliser de nouveaux produits, de restructurer, de rénover n'a pas été suffisamment pris en compte, créant un décalage entre l'offre et la demande.

On essaie de remédier à cet état de fait en réintégrant également les valeurs locales et traditionnelles, en vue d'un développement qualitatif. Le tourisme ne doit plus être assimilé qu'à une activité génératrice de profits. Il doit aussi être un moyen de transformation sociale, de rééquilibrage des régions et de protection de l'environnement.

3.4.2. Orientation durabilité

Le tourisme durable n'est pas un produit, une nouvelle façon de vendre une activité ou un pays : c'est un processus, ou un mode de développement, qui dépend de facteurs globaux (marché touristique, politiques environnementales) mais aussi des facteurs locaux, puisqu'il veut s'adapter aux territoires et aux populations locales dans sa mise en œuvre et dans ses retombées³⁰.

Le développement touristique durable est celui qui prend en compte les trois critères essentiels de durabilité, à savoir l'environnement, le social (socioculturel) et l'économie. Il doit être *supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales³¹*. Le tourisme doit être évolutif et répondre aux besoins actuels et futurs prévisibles, en trouvant un équilibre entre le souhaitable et le réalisable.

Ces critères doivent être intégrés dans une approche participative, associant à l'Etat et les autorités locales, les opérateurs privés et la société civile.

Le développement touristique durable doit favoriser un équilibre entre :

- une recherche de revenus et retombées économiques pour le lieu d'accueil (prestataires touristiques et population locale)
- une demande de qualité d'accueil et de services de la part des touristes.

Dès lors, il s'agit de concilier des intérêts et objectifs antagonistes, de favoriser le partenariat des décideurs et opérateurs, dans une recherche de l'intérêt général dans le moyen et long terme.

3.4.3. Principes

Selon l'OMT³², le développement touristique durable se fonde sur les principes suivants :

- valeur intrinsèque et irremplaçable de la nature
- reconnaissance du patrimoine en tant qu'héritier, reçu et à transmettre (ex. de protection par l'inscription de certains sites au patrimoine mondial de l'UNESCO, ou la création de parcs naturels)
- coresponsabilité, individuelle et collective, dans la gestion du patrimoine naturel et culturel
- solidarité naturelle entre les générations passées, présentes et à venir, dont les apports successifs et les actes peuvent enrichir ou détruire un patrimoine collectif.

²⁹ LIEBERHERR, p. 77

³⁰ tourisme durable, p. 209

³¹ Selon OMT, 1^{er} article de la charte du Tourisme Durable

³² THIBAL, p.33

On remarque donc le retournement de situation par rapport au tourisme « traditionnel », avec toute absence ici de connotation économique, pour mettre en avant le social, l'environnemental et le culturel.

3.5. LES POLITIQUES TOURISTIQUES ET OUTILS D'AMENAGEMENT

La notion de tourisme durable découle des principes de la Déclaration de Rio sur le développement durable, mais elle n'est apparue pour la première fois qu'en 1999, lorsque la Commission sur le Développement Durable des Nations Unies a décidé de créer un programme international de réflexion sur le tourisme durable. Par la suite, de nombreux programmes d'action se sont créés, tant au niveau international, national que local. Ils ont tous la volonté de s'éloigner du court terme pour prendre en charge des enjeux collectifs et pour la plupart d'entre eux, ils sont une base purement volontariste, sans obligation d'adhésion. Les principaux programmes d'action et lois sont mentionnés ci-dessous, traitant du tourisme en général et plus particulièrement du tourisme de montagne.

3.5.1. Au niveau international

Sommet de la Terre de Rio

La déclaration de Rio sur l'environnement et le développement durable est adoptée en 1992. Ce sommet sera suivi par *Action 21*, plus connu sous *Agenda 21*. La Suisse a signé ce document et a joué un rôle important dans la promotion du développement durable dans les régions de montagne, aboutissant par le chapitre 13 d'*Action 21 : gestion des écosystèmes fragiles : mise en valeur durable des montagnes*. Les montagnes sont reconnues mondialement comme étant des éléments *indispensables à la survie de l'écosystème mondial*³³.

Code mondial d'éthique du tourisme

Publié en octobre 1999 par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), ce code marque la volonté de promouvoir un tourisme international équitable, responsable et durable, au bénéfice partagé de tous les partenaires (Etats, opérateurs touristiques, touristes, populations locales et société civile). Ce code cherche à sensibiliser les acteurs du tourisme en lui proposant des règles et principes pour un tourisme durable, responsable, respectueux des hommes, des cultures locales et de l'environnement. Il est toutefois difficile d'énoncer des principes d'actions valables pour tous les pays, dont les valeurs n'ont pas forcément la même importance en tenant compte du contexte. La Suisse soutient cette procédure.

Convention alpine (ou Convention sur la protection des Alpes)

Ce traité de droit international porte sur le cadre d'aménagement de l'arc alpin, adopté en 1991 par 8 pays (dont la Suisse et la communauté européenne) ; il pourrait aboutir à une gestion durable des Alpes. Parmi les obligations générales, il propose le respect du principe de précaution, du principe de pollueur-payeur et du principe de coordination³⁴. Il présente 12 domaines³⁵ pour lesquels des mesures incitatives appropriées peuvent être adoptées, dont celui sur le tourisme et loisirs qui vise *l'harmonisation des activités touristiques et de loisirs avec les exigences écologiques et sociales*. Le principe est de subordonner le tourisme à l'environnement, en limitant les activités touristiques et de loisirs qui lui sont préjudiciables, car l'état de l'environnement conditionne également les conditions de vie et l'économie de la population locale.

Initiative des tour-opérateurs pour le tourisme durable

Présentée en 2000 à Berlin par le PNUE³⁶ en collaboration avec l'UNESCO et l'OMT, elle regroupe 20 tour-opérateurs et 12 pays différents. Le but est de réunir des expériences, lors de conférences, de groupes de travail nationaux et régionaux, d'éduquer et de former. Il s'agit d'un engagement de bonnes pratiques par la mise en œuvre d'un système de gestion, avec

³³ www.un.org

³⁴ Convention alpine, art. 2 al. 1

³⁵ Population et culture, aménagement du territoire, qualité de l'air, protection des sols, régime des eaux, protection de la nature et entretien des paysages, agriculture de montagne, forêts de montagne, tourisme et loisirs, transports, énergie et déchets.

³⁶ PNUE : Programme des Nations Unies pour l'Environnement

programme de contrôle et d'impact du tourisme sur la destination. La promotion d'un tourisme qui respecte et reconstruit le patrimoine culturel, qui protège la biodiversité locale, en mettant en avant l'utilisation efficace des ressources naturelles,...

3.5.2. Au niveau suisse

Agenda 21

Pour la coordination et la mise en œuvre de l'*Agenda 21*, un Comité Interdépartemental de Rio (Ci-Rio) a été créé en mars 1993 par la coordination de divers services fédéraux. Ce comité est devenu depuis 2004 le Comité Interdépartemental pour le Développement Durable (CIDD).

Le Conseil Fédéral approuve en 1997 un premier plan d'action : le développement durable en Suisse. Celui-ci est complété par le Plan d'action environnement et santé. Le Développement Durable devient un objectif national lors de l'entrée en vigueur de la nouvelle Constitution Fédérale en 2000³⁷. Par la suite, en 2001, l'Office du développement territorial (ARE) réunit les représentants de la Confédération, des cantons et des villes pour le premier Forum du Développement Durable, en vue d'échanger les informations et promouvoir les projets communs entre les acteurs institutionnels suisses engagés dans une démarche d'*Agenda 21*.

Stratégie 2002

Adoptée en 2002 par le Conseil Fédéral, cette stratégie contient les lignes directrices de la politique suisse en matière de développement durable, articulé autour de 10 domaines d'intervention comportant au total 22 actions. Pour les régions de montagne³⁸, la stratégie mentionne la création d'une nouvelle base solide pour l'aide aux régions de montagne, qui servirait à favoriser la compétitivité des régions dont le territoire est limité et pour leur permettre de répondre à des défis spécifiques (garantir une offre touristique de haute qualité sur le long terme).

Loi sur l'aide aux Investissements dans les régions de Montagne (LIM)

Cette loi fédérale, adoptée en 1974 vise à *créer des conditions favorables au développement économique et accroître la compétitivité dans les régions de montagne, favoriser l'exploitation des potentiels régionaux, contribuer au maintien de l'occupation décentralisée du territoire et préserver les particularités socioculturelles et la diversité du pays, garantir le développement durable des régions de montagne et renforcer la coopération entre communes, sous-régions et régions, et contribuer ainsi à la réduction des disparités économiques et sociales*³⁹. Cette loi vise une décentralisation concentrée, une expansion des zones plus faibles, autour d'une vingtaine d'agglomérations dans les Alpes, Préalpes et le Jura, par l'octroi d'aides financières pour le développement des infrastructures.

Grandes lignes de l'organisation du territoire suisse

La politique suisse d'organisation du territoire s'est fondée depuis 1996 sur ces grandes lignes. Elles présentent un ensemble de stratégies servant à orienter le territoire suisse, tant au niveau du milieu urbain (aménagement) que de l'espace rural (soutien de son développement), la nature et le paysage (ménagement) ainsi que sur l'Europe (intégration).

Loi sur l'aménagement du territoire (LAT)

L'aménagement du territoire a pour objectif d'assurer le Développement Durable du territoire suisse. Quand bien même elle a été édictée en 1979, avant l'émergence du concept de développement durable, ses buts et principes correspondent à ceux formulés par le développement durable. Cette loi ne force pas la réalisation du développement durable. C'est au niveau local qu'il faudra agir.

Loi fédérale sur l'agriculture (LAgr)

L'introduction de l'article 93, alinéa c, dans la loi sur l'Agriculture de 1998⁴⁰ a pour but de faciliter et encourager la complémentarité des fonctions entre l'agriculture et le tourisme, en encourageant financièrement (par des crédits) les

³⁷ Constitution fédérale, art. 2 et art. 73

³⁸ Domaine 7 : « développement territorial et urbanisation », action 14 : nouvelle stratégie pour la politique régionale

³⁹ LIM, art.1 : but

⁴⁰ Article en annexe 9.2.

agriculteurs à exercer une activité annexe liée au tourisme (vente de produits du terroir, accueil à la ferme,...) pour autant que l'enjeu régional soit intégré.

3.5.3. Au niveau cantonal - valaisan

Agenda 21 cantonal

La notion de développement durable est indirectement liée au tourisme dans le canton du Valais puisqu'un département développement durable s'est fondé dans le cadre de la candidature de Sion aux Jeux Olympiques de 2006 : la Fondation Sion 2006 pour le développement durable des régions de montagne, à qui l'on mandate l'élaboration de l'*Agenda 21 cantonal*. Cet A21 constitue une déclaration d'intention, approuvée par le Grand Conseil en 2004⁴¹.

Charte du développement durable

Approuvée par le Grand Conseil valaisan en 1998, cette charte suit les engagements pris au niveau international lors du Sommet de la Terre à Rio. Elle définit deux autres aspects du développement durable (en plus de l'économie, l'environnement et le social) que sont le culturel (valorisation de la dimension culturelle dans l'ensemble de ses expressions) et le politique (instauration d'une culture de la concertation et du consensus).

Loi concernant l'application de la loi fédérale sur l'aménagement du territoire (LcAT)

Adoptée en 1987, cette loi a comme but de veiller à une utilisation rationnelle et mesurée du sol, comme énoncé dans la loi fédérale. Par contre, elle ajoute un deuxième objectif qui lui est propre et qui est celui d'assurer un développement économique harmonieux. Ceci passe par la *promotion de l'économie, la limitation de l'exode rural et le développement du tourisme*⁴².

Décision du Grand Conseil concernant les objectifs d'aménagement du territoire

Ce texte de loi, datant de 1992, complète la LcAT concernant les objectifs d'aménagement du territoire, classés en différents domaines, dont tourisme et loisirs⁴³. Les directives propres à ces sujets figurent à l'annexe 9.1.

Plan directeur cantonal valaisan (PDc)

Instrument évolutif et dynamique, il est régulièrement réadapté à la situation. Les objectifs d'aménagement du territoire énoncés ci-dessus sont concrétisés dans le Plan directeur cantonal. Cependant, contrairement à la LcAT, il intègre tous les objectifs des différentes politiques sectorielles⁴⁴. Les domaines concernés sont les mêmes que pour les objectifs du Grand Conseil. Le tourisme touche plusieurs de ces domaines, mais nous n'allons traiter ici que la fiche de coordination D.1/2. Tourisme intégré. Un tourisme intégré requiert :

- *la détermination de surfaces homogènes pour des formes de détente douce*
- *la renonciation à l'équipement complet de tous les domaines skiables possibles*
- *l'abandon d'une orientation privilégiant le tourisme d'hiver*
- *la promotion des formes de tourisme extensif*
- *la promotion d'une meilleure répartition annuelle du tourisme (nuitées)*
- *l'imbrication du tourisme, de l'agriculture, de la nature et du paysage.*⁴⁵

Loi valaisanne sur le tourisme

Cette loi de 1996 incite à un tourisme de qualité, afin de contribuer à *renforcer l'économie cantonale par le développement du tourisme, répondre aux besoins de la population locale et des hôtes et respecter l'environnement naturel et le patrimoine culturel*. Cette loi stipule que l'association faïtière du tourisme (Valais Tourisme⁴⁶) et l'Etat doivent définir la politique

⁴¹ Décision concernant l'A21 Valais, du 16 septembre 2004 http://www.fddm.ch/upload/files/Decision_du_GC_du_16.09.04_-_A21_VS.pdf

⁴² LcAT VS, art. 2 principes

⁴³ Domaines traités : urbanisation, constructions et installations d'intérêt public, transport et communication, tourisme et loisirs, agriculture, nature, paysage et forêt, approvisionnement, environnement, dangers.

⁴⁴ et non plus seulement ceux du service de l'aménagement du territoire

⁴⁵ Extrait du PDc, fiche D. 1/2 tourisme intégré, description

⁴⁶ Voir sous-chapitre 4.4.1.

cantonale, tandis que la politique locale est à définir par les sociétés de développement et les communes. Cette loi fait beaucoup parler d'elle depuis que les modifications qui sont envisagées par une commission extraparlamentaire ont été mises en 1^{ère} consultation il y a quelques mois. Le projet de loi propose la suppression des taxes de séjour, d'hébergement et de promotion touristique, qui seraient remplacées par un impôt touristique cantonal sur le chiffre d'affaires des entreprises en fonction de leur dépendance au secteur. Une taxe sur les résidences secondaires est également proposée. Ces mesures visent à fournir à l'économie touristique les moyens financiers qui sont nécessaires à son développement harmonieux et pérenne. Ces recettes seraient réparties entre Valais Tourisme (1/3) et les régions touristiques (2/3). La population locale n'est pas affectée par ces changements, dans le sens où elle aucune taxe ou impôt ne lui sera demandé. Par contre, la suppression de l'actuelle taxe de séjour fait renoncer à des recettes substantielles, taxe depuis longtemps acceptée au niveau touristique suisse et dans ses pays limitrophes. Une autre modification importante de la loi sur le tourisme concerne les structures touristiques qui devraient être réparties en un maximum de neuf régions touristiques à créer, chacune responsable de différentes stations.

3.5.4. Au niveau régional

Conception d'Evolution du Paysage (CEP)

Certaines régions ont adopté de leur plein gré une telle démarche, comme par exemple le Val d'Illeiez, regroupant les communes de Monthey, Troistorrens, Val d'Illeiez et Champéry, dans le cadre de sa planification globale de son domaine skiable des Portes du Soleil. Cette démarche peut également se faire au niveau cantonal ou communal.

Une CEP n'est pas un instrument formel d'aménagement du territoire, c'est-à-dire qu'elle s'apparente plus à une charte d'honneur qu'une loi à valeur juridique. Elle constitue une base pour l'évolution souhaitée du paysage. Sa forme finale est variable, mais dans le cas du Val d'Illeiez, elle regroupe des fiches thématiques sur tous les aspects qui ont une influence sur le paysage. Dans cette démarche, la participation et l'information (différents milieux professionnels, administrations et divers groupes d'intérêt, population) font partie intégrante du projet.

De tels projets, sans avoir une valeur légale il est vrai, semblent toutefois mieux correspondre à une démarche de développement durable solide, plus que ne le sont les A21 ou autres textes de loi. En effet, la population est impliquée dans le processus et les personnes signataires s'engagent directement sur leur honneur.⁴⁷

3.6. LE SYSTEME TOURISTIQUE DURABLE

La figure ci-dessous illustre très schématiquement mais de façon complète les interactions entre les composantes d'un tourisme durable que sont :

- les acteurs – locaux et usagers. Les premiers⁴⁸ doivent prendre conscience de devoir bouleverser des modèles appliqués jusqu'alors ; ils doivent unir leurs forces, se responsabiliser et être prêt à accueillir le touriste comme apport à son économie et partager avec lui son cadre de vie. Les deuxièmes doivent prendre conscience également des efforts fournis par les autochtones et être prêt à échanger avec eux, à s'intéresser à leur mode de vie.
- l'espace spatial. Il s'agit du cadre dans lequel l'échange et les transactions se déroulent. Tout comme la part active des acteurs locaux, il est garant de la venue des touristes, à condition d'être préservé et protégé.
- l'espace temporel. Les considérations ci-dessus doivent être prises non seulement sur le court terme, mais également sur le moyen et long termes afin d'assurer la pérennité du tourisme qualitatif.

⁴⁷ Propos de N. LUYET

⁴⁸ Acteurs publics et privés

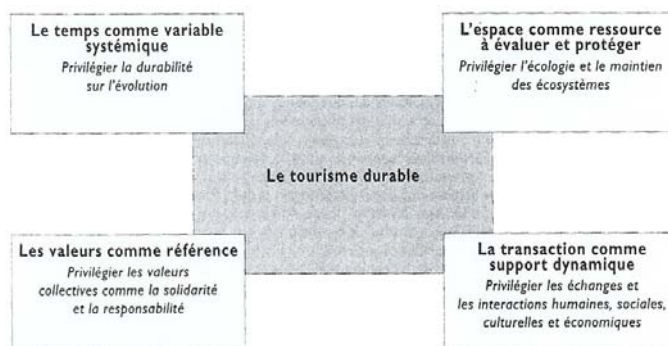


Figure 2 : perspective systémique du tourisme durable⁴⁹

3.7. ACTEURS

3.7.1. Préambule

Un tourisme durable doit venir d'actions volontaires de la part des prestataires touristiques, de la population locale tout comme des touristes. Le pouvoir public et politique peut imposer des lois, cependant, l'échange entre le touriste et l'hôte ne peut se faire s'il est imposé et non souhaité. *Le pouvoir n'est pas une substance, mais une relation sociale*⁵⁰. Le touriste ne peut apprécier un lieu, en plus de ses valeurs paysagères et infrastructures, s'il sent qu'il n'est pas le bienvenu. A l'inverse, la population qui reçoit les hôtes doit être consciente que sans la venue des touristes, leur économie locale serait mise à mal. Chaque personne (ou groupe de personnes qu'elle représente) constitue un élément de la chaîne touristique, et chaque maillon est essentiel pour contribuer à un tourisme qualitatif durable.

Les acteurs du tourisme peuvent se classer en 5 groupes défendant les mêmes intérêts.

| | QUELS ACTEURS | RÔLE | MOYENS D'ACTION |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pouvoirs publics | Confédération, canton (services de l'aménagement du territoire, de l'économie et du tourisme, de l'environnement, des transports, de l'agriculture, des affaires sociales,...), commune (président, conseillers, commission,...) | Responsables de la planification et de l'aménagement du territoire, de la création et de l'administration de fonds d'investissements publics (par ex. LIM) | Réglementation : lois (LAT, LcAT), lignes directrices (stratégie nationale pour le tourisme, plan directeur cantonal, politique et stratégie touristique régionale et communale, PAZ), financement et subventionnement, information à la population |
| Prestataires touristiques | Tout organisme, entreprise, personne fournissant un service touristique contre rémunération ⁵¹ . Peut être impliqué dans l'hébergement, la restauration, les activités immobilières, remontées mécaniques, transports, agences de voyages, offices du tourisme,... ou implication indirecte dans le tourisme (banques, commerces,...) | Offrir différents produits et services (consommation touristique) | Développement de produits durables, internalisation des coûts (fixer correctement les prix) ⁵² , développement de capacités : emplois, engagement (label vert), marketing et mise en filière des produits |

⁴⁹ Tourisme durable, p.136

⁵⁰ Cours DESS en études urbaines, intervention de NAHRATH Stéphane, IDEAP, 1^{ère} journée du 8 mars 2005 sur l'introduction à l'analyse du pouvoir urbain : acteurs et configurations de pouvoir en contextes urbains changeants

⁵¹ GUERIN , p. 16

⁵² Commission européenne, Agenda 21, durabilité dans le secteur du tourisme européen

| | QUELS ACTEURS | RÔLE | MOYENS D'ACTION |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Associations | Sociétés de développement, groupes d'intérêts, association de défense (écologistes,...), groupement de commerçants, syndicats ... | Défendre leurs avantages et intérêts et contribuer, par leurs pratiques, à modifier l'espace Mettre en place des structures et des idées Information des droits et devoirs des touristes | Mise en place de lignes directrices, d'une orientation et d'un produit touristique, gérer une organisation touristique contrôlée Organisation de promenades, visites guidées, animations,... |
| Habitant | Population locale du lieu récepteur, citoyens, propriétaires,... | Assurer l'accueil et la réception des hôtes Marquer son intérêt à l'échange touristique | Sourire, amabilité, compréhension, assurer le service et l'aide aux touristes |
| Touriste | Visiteur ou excursionniste, individu ou groupe, résidents secondaires | Profiter des produits touristiques et naturels mis à disposition Dépenser sur place Constitue la finalité du tourisme | Privilégier et visiter les lieux qui se tournent vers un tourisme durable, fidélisation à un lieu, publicité – bouche à oreille |

Tableau 2 : classification des acteurs touristiques

3.7.2. Responsabilité des acteurs dans le tourisme durable

L'un des facteurs agissant sur la durabilité du tourisme est l'attitude comportementale des acteurs face aux changements. On l'a vu, le tourisme n'est pas un secteur immuable, il évolue suivant les demandes et offres. Face à ce constat, tous les acteurs doivent s'intéresser au plus tôt sur leur stratégie pour *rester dans la course* et pour ce faire, plus vite ils en prennent conscience, plus vite ils pourront réagir et *tenter de mettre en place en quelques années un dispositif en matière de préservation du patrimoine, de protection des ressources naturelles, de gestion des diverses formes de transport, d'animation...*⁵³.

Tous les acteurs, à différents niveaux,

doivent se sentir concernés et responsables. Le tableau ci-après illustre les différentes attitudes possibles des acteurs et les répercussions envisageables qui en découlent.

La question essentielle réside dans le fait de savoir si les acteurs, citoyens, prestataires touristiques, politiques,... ont cette volonté de changer les choses et réagir, bouleverser le modèle en place et qui a porté ses fruits, mais en des temps antérieurs et ne correspond plus aujourd'hui à la réalité.

La volonté d'agir doit venir à temps, c'est-à-dire :

- ni trop rapidement, à la hâte – une pesée des intérêts doit être effectuée avant toute décision et mise en œuvre de stratégie touristique,
- ni trop tard – les touristes déçus ne reviennent plus et les dégâts causés à l'environnement, la nature et le paysage ne peuvent s'effacer.

| ATTITUDES FACE A L'AVENIR | TYPES DE SCÉNARIOS PRIVILÉGIÉS | STRATÉGIES PRIVILÉGIÉES |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Attitude passive du décideur (comme l'autruche qui subit le changement). | Pas de scénarios du futur. Décisions prises en fonction des modes, des lobbies, des pressions de toutes sortes | Le décideur est au fil de l'eau, il suit les courants et les tendances. En matière de tourisme, il suit les modes. |
| Attitude réactive : le décideur réagit, comme le pompier qui attend que le feu se soit déclaré pour le combattre. | Pas de scénarios du futur. Décisions prises dans l'urgence pour éviter une catastrophe. | Le décideur s'adapte au coup par coup au dysfonctionnement du système touristique. Il peut donc intégrer dans l'urgence des mesures pour lutter contre les pollutions. Mais il n'a pas de plan d'ensemble. |
| Attitude préactive. Le décideur se prépare aux changements prévisibles en matière de tourisme. | Scénarios exploratoires pour aller progressivement vers un tourisme durable. Cohabitation de plusieurs formes de tourisme. | Le décideur adopte une stratégie préventive car, comme l'assureur, il sait que la prévention coûte moins cher que la réparation. Le décideur investit à titre préventif et se prépare. |
| Attitude proactive. Le décideur agit pour provoquer le changement en matière d'offre touristique | Scénarios anticipatifs. Actions immédiates en faveur du tourisme durable. | Stratégies volontaristes. Le décideur met en place un plan d'action offensif qui privilégie le long terme et provoque dans le présent un changement dans l'offre touristique. |

Figure 3 : le comportement du décideur face à l'avenir¹

⁵³ tourisme durable, p. 94

*L'Etat n'est plus le seul acteur de l'aménagement du territoire, mais il reste le garant essentiel d'unité et de solidarité*⁵⁴. L'OMC considère un bon partenariat public-privé comme un des facteurs susceptible d'améliorer la compétitivité d'une destination⁵⁵, avec l'implication de tous les acteurs liés au tourisme. Le pouvoir, lorsqu'il s'agit de gouvernance, peut être considéré comme *un outil de développement durable car il peut favoriser la légitimité des décisions*⁵⁶, puisque intégrant de nombreux acteurs tant publics que privés dans la prise de décision, allant au-delà du simple gouvernement, dépendant des autorités locales et de l'Etat.

La population locale doit être informée et associée aux décisions qui la concerne. Il s'agit de son cadre de vie, dont elle doit participer à sa construction et non plus lui être imposé. Les habitants des villages touristiques ont un argument essentiel à faire valoir pour *imposer* aux pouvoirs publics leur intégration aux décisions : frappés d'exode rural, les pouvoirs publics cherchent à remédier à cet état de fait et s'ils ne tiennent pas compte des avis de la population, celle-ci s'en ira ailleurs et l'économie du lieu de destination s'en trouvera encore amoindri.

Au niveau de la prise de décision, il s'agit dès lors de *trouver un équilibre entre les forces en présence*⁵⁷. Les visions et enjeux divergent selon les différents acteurs. En effet, certains recherchent le développement à tout prix. Il s'agit des entreprises, commerçants, promoteurs, propriétaires fonciers,... D'autres cherchent à préserver le territoire, comme les associations de protection (WWF, associations locales,...). Enfin, il y a ceux qui cherchent une intégration (jeunesse locale,...).

Les visions de ces différents acteurs s'opposent souvent, chacun défendant sa position, mais une solution qui satisfasse tous les acteurs en présence peut être trouvée. En effet, chacun de ses acteurs, partant de son propre intérêt, passe par des chemins différents, mais à long terme, tous devraient se réunir dans un partenariat puisqu'ils ont le même objectif : le tourisme durable comme intérêt supérieur de la destination touristique⁵⁸. Cependant, il faut avouer que le tourisme durable n'est pas une approche *win-win*⁵⁹. Il faut être conscient que la durabilité signifie modification de l'état existant, ce qui implique inexorablement des gagnants et des perdants qui devront faire des sacrifices. *L'intérêt du développement durable, plus que de rechercher le consensus, est justement de mettre en évidence les conflits*, pour mieux pouvoir les gérer et les intégrer à la stratégie de tourisme durable.

Il faut donc mettre en place une démocratie participative locale, qui fasse appel à la responsabilité de tous, politiques et citoyens, qui intègre la prise en compte du moyen et long terme dans les choix à prendre et présente l'opinion de tout type d'acteur.

3.8. LES ECHELLES SPATIALE ET TEMPORELLE DU TOURISME

Le développement durable implique une approche renouvelée de l'espace et du temps :

- *la qualité d'un espace d'accueil conditionne la pérennité de son attractivité touristique*
- *Le développement durable ne peut se limiter aux objectifs à court terme, mais doit anticiper sur les évolutions à moyen et long terme et sur les besoins à couvrir dans le long terme.*⁶⁰

On distingue trois espaces touristiques, lieux géographiques déterminants pour le tourisme⁶¹ :

- l'espace émetteur
Il ne possède pas nécessairement de structures touristiques mais regorge de touristes potentiels. Il est déterminant dans le sens où il permet de définir les attentes des touristes, en analysant leurs modes de

⁵⁴ CAZES, LANQUAR

⁵⁵ Public-private sector cooperation : enhancing tourism competitiveness WTO Madrid, octobre 2000

⁵⁶ LERESCHE, p. 4

⁵⁷ tourisme durable : le tourisme durable, un concept opérationnel

⁵⁸ A la condition évidemment, que ce soit effectivement un tourisme durable qui est recherché par chacun des acteurs et non l'abandon du tourisme comme activité économique, par exemple.

⁵⁹ Approche où tout le monde serait gagnant

⁶⁰ THIBAL, p.33

⁶¹ Classement et appellation GUERIN, p. 19

vie, leurs pratiques, ... Les touristes recherchent sur leur lieu de vacances une destination autre que celle dans laquelle ils vivent au quotidien. Toutefois, leur niveau de vie exige une qualité comparable sur le lieu de villégiature.

- L'espace de transit
Cet espace de transition entre « résidence et vacance » nécessite des investissements en espaces de déplacements (autoroutes, routes, voies ferrées, aéroports, ...) pour des touristes de passage seulement mais il subit partiellement les retombées du tourisme (stations d'essence, commerces, ...).
- L'espace récepteur
Il s'agit de la destination touristique à proprement parler. La station touristique se compose de structures d'hébergement, de restauration et d'espaces de loisirs, le tout disposé et situé dans un cadre paysager. Pour la suite du mémoire, il sera question de l'espace récepteur.

L'espace spatial touristique est non seulement le support des activités et infrastructures touristiques, mais également sa matière première. La composante paysagère est très importante pour une destination. En effet, elle conditionne d'une part l'implantation d'une destination touristique (valeurs naturelles et paysagères, topographie, spécificité, accessibilité...) car tout lieu ne peut prétendre à un potentiel touristique, si ce n'est pour d'implantation de parcs d'attraction dont le contexte importe peu sauf au niveau de l'accessibilité. D'autre part, son capital est à préserver car il constitue sa matière première, son image.

Cependant, l'espace spatial touristique ne peut être réduit à un aspect physique (paysage, climat, environnement, ...). A ce cadre paysager viennent s'ajouter l'aspect bâti (infrastructures, chalets, hôtels, ...) ainsi que l'aspect humain (culture, société, accueil, ...). Un juste milieu doit être obtenu entre préservation du cadre naturel et constructions d'infrastructures et équipements propres à recevoir les touristes.

Au niveau temporel, et sous nos latitudes, les arrivées touristiques sont dépendantes fortement du climat, ce qui implique des pics de surpopulation pendant certaines périodes de l'année (hiver pour les stations de montagne, été pour les stations balnéaires) et des sous occupations, voire absence d'occupation en basse saison. Cette saisonnalité est problématique dans le sens où les infrastructures et équipements sont, eux, définitifs. Comment, dès lors, déterminer la capacité optimale des infrastructures ? Cette problématique de répartition temporelle des touristes sur l'année sera développée au chapitre 5. Bien évidemment, d'autres critères entrent en jeu pour expliquer le phénomène de sur- et sous- exploitation des destinations touristiques : même temporalité des vacances pour les étudiants, pour les entreprises, ... ainsi que le manque de proposition d'activités alternatives pour les autres saisons – ou la carence de marketing du produit.

Par ailleurs, la temporalité ne se gère pas seulement au niveau de l'année, mais également sur le moyen et le long terme. De nombreux acteurs agissent encore aujourd'hui dans le court terme, dictés uniquement par des logiques de marché (offre/demande), privilégiant l'aspect économique aux deux autres composantes du développement durable⁶². Cependant, la demande est en plein bouleversement et varie très vite, ceci laisse présager un avenir moins serein et moins facilement gérable pour ces stratégies touristiques qui se placent dans un équilibre à court terme (1-2 ans).

Par contre, pour les questions de qualité de vie, bien-être, développement local, la temporalité pour la prise de décision se situe plutôt sur le moyen (3-6 ans) et le long terme (10-25 ans). Le court terme n'est pas suffisant pour analyser la faisabilité et l'opportunité de développement d'une station, pour amorcer la préparation et la mise en œuvre de projets d'aménagement, en vue de la conservation et préservation de l'environnement, la société (intégration des attentes de la population locale et maintien des emplois), et par ricochet l'économie (retrées).

Le tourisme durable se situe à l'intersection de ces 2 visions, *là où le tourisme reçoit un service de qualité et où l'impact négatif de l'activité touristique sur l'environnement et les populations locales est maîtrisé*⁶³.

⁶² Économie – environnement - société

⁶³ tourisme durable, p.125

3.9. ENJEUX DU TOURISME DURABLE

Le tourisme est une « industrie » formée par des composantes aussi multiples que complémentaires, liées entre elles pour permettre une gestion globale du tourisme. Les principaux domaines concernés par le tourisme sont la mobilité, les infrastructures d'accueil (équipements sportifs et de détente, logements et restauration), les emplois, l'environnement et l'agriculture, pour ce qui est du tourisme spécifique de montagne. Ce sous-chapitre consiste à notifier quelques éléments généraux relatifs à ces composantes, mais dont les problématiques, spécificités et particularités seront précisées tout au long de ce travail.

3.9.1. Mobilité

Il ne peut y avoir de tourisme sans mobilité, puisque le touriste doit par essence se déplacer jusqu'au lieu de consommation. Le touriste et la destination touristique sont liés spatialement par les systèmes de transport, qui peut être perçu comme une contrainte pour se rendre de son lieu de domicile au lieu de consommation, ou comme un élément à part entière du voyage ou même sa finalité (exemple des croisières).⁶⁴

Hormis pour ce dernier cas et en ce qui concerne le tourisme citadin, il est à noter que le système de transport concerne partiellement l'espace récepteur à proprement parler.

La destination touristique est généralement atteignable par véhicules motorisés. Par contre, les systèmes de transports publics à haute capacité (aéroport, gare, autoroutes) se trouvent généralement dans un lieu de transit (ville avoisinante). Ce dernier bénéficie des retombées économiques lors de la consommation des touristes durant leur déplacement, mais en retour il doit supporter les nuisances produites par le système de transport (bruit, pollution, embouteillages, consommation du sol, investissements dans les infrastructures,...).

Les transports sont indispensables pour permettre la viabilité des destinations touristiques, mais ils engendrent des coûts considérables sur le plan humain (accidents) et sur la pollution et la dégradation des écosystèmes et du cadre naturel (autoroutes, aéroports,...).⁶⁵ Aux vues de ces problématiques environnementales, la thématique des transports est un conflit non négligeable entre un développement touristique et un développement touristique durable. Et ce phénomène n'est pas prêt de s'arranger, vu l'augmentation du nombre de vacances (plus souvent, mais pour de courtes périodes).

Au niveau de la gestion de la mobilité, les objectifs sont de palier à la sous-utilisation (entre et basse saisons) et surexploitation (haute saison : pics journaliers et hebdomadaires – départs et rentrées de vacances et de week-ends). Le programme de l'Autriche dans les régions du Tyrol et de Salzbourg – mobilité soutenable, tourisme sans voiture - peut servir d'exemple à suivre. On y privilégie des packages touristiques incluant un mode de transport autre que la voiture, signifiant la prise en charge des touristes dès la gare/aéroport jusqu'à leur retour, avec un service de transport de bagages et des renseignements complets sur le tourisme sans voiture.⁶⁶ En Suisse, il existe le programme *New Mobility*⁶⁷, qui organise le transport de bagages porte à porte, la possibilité d'utiliser un vélo, d'avoir un moyen de transport public à la demande, ou de louer une voiture *Mobility* sur place.

3.9.2. Environnement

Le tourisme est un grand consommateur d'espaces naturels. L'impact du tourisme sur l'environnement doit tenir compte du rapport entre les nuisances et les retombées économiques liées à cette branche. Il est nécessaire de maintenir la nature et ses espaces libres mais il faut également prendre en compte le fait que le territoire naturel s'est fortement étendu sur le territoire alpin ces dix dernières années. La forêt s'accroît tous les jours sur des surfaces agricoles et le manque d'entretien des terres absorbe les surfaces autrefois utilisées. Pourtant des surfaces habitables doivent être préservées pour les générations futures et le mitage des constructions réduit fortement les espaces naturels. Par ailleurs, il faut en convenir, une détérioration de l'environnement, paysage et nature, pour l'implantation d'infrastructures touristiques est le prix à payer pour

⁶⁴ GUERIN , p. 14

⁶⁵ tourisme durable, p.103

⁶⁶ tourisme durable, p.133

⁶⁷ Instauré par l'association Equiterre et le réseau des communes Alliance des Alpes, MATOS-WASERM R., La Revue Durable n°11, p.49

permettre le développement de cette activité mais il contribue à une artificialisation de milieux fragiles. Leur emprise doit être maîtrisée et minimalisée, afin d'assurer un développement durable et préserver la biodiversité. En effet, on assiste à une colonisation des espaces naturels par des activités sportives touristiques *outdoor* (VTT, raquettes, parapente, escalades, canyoning, rafting,...) qui génèrent des impacts négatifs sur la nature et en particulier sur la faune, laquelle n'a bientôt plus de lieu pour se réfugier.

Le tourisme a également des impacts néfastes sur les autres ressources non renouvelables comme l'eau (consommation exagérée de l'eau, que ce soit pour se laver, pour l'usage de piscine, arrosage des pelouses, enneigement artificiel...) qui parfois conduit pendant quelques jours à un manque total d'eau potable et/ou d'irrigation pour les populations locales. En ce qui concerne la ressource air, la pollution atmosphérique liée principalement au transport abusif de véhicules privés motorisés pour se rendre et se déplacer dans la destination touristique contribue fortement à l'effet de serre. Des alternatives peuvent et doivent être trouvées (transports verts, transports publics,...).

3.9.3. Emplois

Les emplois engendrés par le secteur du tourisme concernent aussi bien l'hébergement, la restauration, que les transports, les remontées mécaniques, la culture, le commerce ou les loisirs. A ces places de travail directes, il faut ajouter les emplois indirects, générés par les flux touristiques, pour les banques, assurances, architectes, bureaux d'études,... qui profitent également des retombées du tourisme, sans en être la source de travail principale. A ces emplois sur le lieu de destination touristiques s'ajoutent les emplois sur les lieux de transition.

Les emplois directs sont souvent peu attractifs car les conditions de travail ne sont pas toujours aisées (horaires dépendant de la demande) et sécurisantes (peu de temps pleins). Les employés qui occupent ces postes sont souvent des personnes avec peu de formation spécifique qui occupent ces emplois en complément d'une autre activité, principalement liée à l'agriculture, guide de montagne ou aux métiers de la construction.

Pour accueillir des touristes, savoir les guider, et gérer son entreprise touristique, il est pourtant nécessaire d'avoir une certaine professionnalisation, garantie d'un tourisme de qualité.

3.9.4. Infrastructures d'accueil

*L'une des principales manifestations spatiales de la présence de l'activité touristique est l'existence d'hébergements touristiques*⁶⁸. Ils sont le principal et parfois unique indicateur utilisé pour définir l'importance du tourisme dans une destination, ce qui est réducteur.

Les modes d'hébergement peuvent être classés entre :

- les hébergements commerciaux : hôtellerie (qui vit la naissance du tourisme), appartements en location, le camping/caravaning, le tourisme social (bungalow, gîte, maison d'hôte), auberges de jeunesse, colonies, pensions,...
- les résidences secondaires.

On distingue les logements en location, solution idéale mettant un frein au gaspillage d'espace naturel en évitant la construction d'autres infrastructures d'accueil pour répondre à la demande en logement, des logements privés sans location, qui eux posent le problème des lits froids.

Le phénomène des lits froids (ou appelé également volets clos) apparaît du fait qu'un nombre trop important d'hébergements ne se mettent pas en location, pour différentes raisons (suffisance de moyens financiers des propriétaires, insuffisance de revenus par la location,...).

Comme autres infrastructures d'accueil, on distingue également les équipements touristiques, tels que remontées mécaniques, centre sportif, centre thermal, salle de spectacle, établissements de restauration... équipements construits dans le but d'offrir aux touristes des activités dont ils pourront profiter durant leur séjour.

⁶⁸ DEWAILLY, p. 28

Toutes les offres en infrastructures d'accueil doivent être adaptées au contexte, actualisées et modernisées, pour être en adéquation avec les besoins actuels de la clientèle. Le problème de leur gestion se pose lorsque les infrastructures (soit en hébergement, soit en équipements) prennent de l'âge et qu'il faut les rénover et pour cela trouver des moyens financiers pour le faire ou alors que leur fonction principale n'est plus adaptée à la demande et qu'il faut leur trouver une autre affectation.

3.9.5. Agriculture

Le tourisme a besoin du maintien de la branche économique agricole dans le sens où l'entretien du paysage rural, matière première du tourisme dans certaines régions, est effectué par les agriculteurs. A l'inverse, les agriculteurs bénéficient de la présence des touristes par la vente, consommation et mise en valeur de leurs produits agricoles et viticoles. Des complémentarités entre ces deux branches économiques sont d'ailleurs à l'origine de l'agrotourisme, nouveau type de tourisme rural, permettant des revenus complémentaires aux agriculteurs, par la visite de ferme, d'alpage, de ferme pédagogique, de gîtes ruraux.

Les agriculteurs pourraient ainsi trouver de nouveaux débouchés pour écouler leurs produits (fromage,...) et ce qui pourrait les encourager à orienter leur production vers la qualité (produits bio, labellisation) et l'entretien des terres vers une agriculture extensive et plus respectueuse de l'environnement.

3.10. SPECIFICITES DU TOURISME DE MONTAGNE

Le tourisme de montagne s'est développé depuis le XIX^{ème} siècle en été principalement, pour le tourisme thermal et de santé, l'alpinisme, la villégiature mondaine,... Le tourisme hivernal, avec ses domaines skiables, n'est apparu que depuis 50 ans environ. Ce type de tourisme a modifié l'« urbanisation », l'architecture, le mode de vie et l'économie des populations locales.

L'imaginaire de la montagne, transmis par les médias, reflète des valeurs de liberté, de régénérescence physique et psychologique,... La montagne apparaît comme un *antimonde urbain*⁶⁹, un espace de compensation pour les citadins, par rapport à leur univers quotidien.

Aujourd'hui, on se retrouve pourtant avec une image quelque peu moins idyllique : embroussaillage sur les parcelles autrefois cultivées, chalets d'altitude abandonnés, dégradation du patrimoine, constructions modernes non intégrées au contexte, mitage du territoire, espaces largement disponibles en apparence, mais en fait rares et limités. Le milieu montagnard est vulnérable en raison de sa morphologie en altitude, sur des terrains en pente, avec des conditions climatiques peu favorables (froid, neige, vent), ce qui entraîne des problématiques d'importance majeure pour la sécurité des habitants et touristes : avalanches, débordements torrentiels, glissements de terrain,... Enfin, les milieux montagnards ont une importance particulière : reliques de la dernière glaciation, réservoir de la biodiversité, « château d'eau » des régions de plaine,... Ce sont des milieux à l'équilibre fragile, ce qui les rend très vulnérables aux changements de toutes sortes.

La montagne, sur le plan touristique, est subdivisée en trois espaces géographiques⁷⁰ :

- Les stations (concentration d'équipements, d'hébergements et de services touristiques)
- Les espaces naturels de haute montagne (en altitude et sans habitat permanent) et forestiers
- Les espaces ruraux des vallées (villages, terres agricoles, forêts cultivées,...).

Chacun de ces espaces doit être pris en compte et se tourner vers un développement durable car il forme un tout, une unité.

Les enjeux actuels pour un tourisme de montagne durable sont de deux ordres :

- Evolution de la demande touristique en qualité et quantité (saturation du marché du ski, approches nouvelles à la nature, au bien-être, à la sécurité, la qualité des prestations,...)

⁶⁹ Club Alpin Suisse, p.5

⁷⁰ est-il trop tard pour développer un tourisme durable dans la montagne française ? dans tourisme durable

- Vieillessement d'équipements et infrastructures lourdes et nécessité de trouver des investisseurs (remontées mécaniques, centre thermaux, hébergements collectifs,...) et de garantir la présence de neige en hiver (canons à neige).

3.11. LES TYPES DE TOURISME ET LEUR DURABILITE

Les stations touristiques de montagne ont été marquées jusqu'à aujourd'hui par une large majorité de stations de ski, avec les équipements et infrastructures lourdes qui s'y rattachent, ce que l'on appelle le « tourisme dur » ou « tourisme intensif ». Leur développement s'est effectué dans le but d'attirer le maximum de touristes sur leur destination, au détriment souvent de l'environnement, donc la préservation n'était pas l'une des exigences. C'est par réaction à cette attitude et en raison de la sous-capacité des équipements pendant une majeure partie de l'année que la nécessité de freiner et stopper ce développement s'est imposée. La tendance s'est inversée et l'on s'est mis à parler de tourisme doux.

Le « tourisme doux » est un tourisme qui ne nécessite pas d'infrastructures lourdes, qui consiste à préserver les caractéristiques du milieu visité. Il s'agit donc à la fois de respecter le cadre de vie des populations autochtones et conserver l'équilibre de la nature, respectueux de l'environnement. Font partie du tourisme doux la randonnée, l'écotourisme, l'agrotourisme,... Ce type de tourisme est une tendance actuelle, assez récente, souvent associée par défaut au tourisme durable. En effet, les principes du tourisme durable mettant en avant l'aspect environnemental, c'est par une simple comparaison entre tourisme doux et dur que l'on en vient, par analogie, à comprendre le tourisme doux comme seul garant d'un tourisme durable.

Cependant, une analyse plus détaillée n'aboutit pas à la même conclusion. Le tableau ci-dessous propose quelques éléments de réponse.

| | | ECONOMIE | ENVIRONNEMENT | SOCIETE |
|---------------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tourisme dur | 😊 | <ul style="list-style-type: none"> - apport de revenus non négligeables - vente de produits locaux | - | <ul style="list-style-type: none"> - Assure de nombreuses places de travail - Assure la complémentarité entre les activités économiques saisonnières (métiers de la construction, agriculture et remontées mécaniques, écoles de ski,...) - Echange de cultures et mentalités |
| | ☹️ | <ul style="list-style-type: none"> - économie à 2 vitesses : surproduction en hiver, sous-production en été et entre saison | <ul style="list-style-type: none"> - gaspilleur d'espaces naturels - destructeur partiellement mais localement du paysage pour y implanter ses infrastructures et équipements - surexploitation de la nature, enlaidissement | <ul style="list-style-type: none"> - emplois saisonniers - cadre de vie des autochtones qui peut, dans certains cas, être trop dépendant et influencé par la branche touristique |
| Tourisme doux | 😊 | <ul style="list-style-type: none"> - moins d'investissements au départ - meilleure répartition sur l'année (plus de sous-exploitation) - vente de produits locaux | <ul style="list-style-type: none"> - maintien et gestion de la nature - valorisation des terrains des propriétaires autochtones | <ul style="list-style-type: none"> - assure un revenu complémentaire aux agriculteurs - Retour à la terre, à la ferme - Echange de cultures et mentalités |
| | ☹️ | <ul style="list-style-type: none"> - Subventionnement, sans cet apport financier, pas sûr que ce type de tourisme soit envisageable - Retombées économiques moins directes | <ul style="list-style-type: none"> - amener des touristes partout peut gêner la faune existante - quelques fois exploitation intensive du sol agricole (suppression de prairies sèches) | <ul style="list-style-type: none"> - Utilise moins de personnel et uniquement des employés agricoles - Sélectif, peut recevoir moins de touristes |

Tableau 3 : analyse comparative de la durabilité selon le type de tourisme

Le tourisme doux est à la base viable qu'en raison d'un apport financier externe important (subventionnement pour des parcs d'importance nationale, biosphère, projets régionaux,...). Sans ces moyens financiers, rares sont les destinations qui pourraient envisager se lancer dans cette seule voie, sur le moyen et long terme. De plus, les communes de montagnes sont frappées par l'exode rural des jeunes notamment. Le tourisme doux, à lui seul, ne peut engager suffisamment de personnel pour contrer cette tendance, de plus, la partie du tourisme doux liée à l'agriculture (agrotourisme) fait cohabiter et crée des échanges entre touristes et agriculteurs, mais ces derniers n'ont pas vraiment la notion de l'accueil tel que peut l'entendre un touriste. De plus ils doivent souvent travailler dur pendant que le touriste aimerait qu'ils leur consacrent du temps.

Il faut se garder de ne plus commettre la même erreur qui a été faite lors du développement du tourisme dur : privilégier une seule branche, à savoir l'économie. Un tourisme durable doit répondre aux trois notions (économie, environnement, société) simultanément, sans privilégier ni préteriter l'une des trois composantes. Le tourisme doux, à l'heure actuelle, semble pourtant lancé sur cette destinée en mettant en avant l'aspect environnemental. C'est pourquoi une complémentarité entre tourisme doux et dur doit être trouvée.

Il faut admettre que le tourisme doux ne peut à lui seul sauver l'économie locale. La complémentarité est plus que jamais indispensable entre les régions à tourisme doux, avec un environnement préservé, et celles du tourisme intensif, profitant des possibilités d'hébergements et infrastructures touristiques qui y existent. D'ailleurs le plan directeur du canton du Valais, par exemple, dans sa fiche sur le tourisme intégré, définit un tourisme durable comme étant un *tourisme équilibré entre une forme intensive et extensive*.

Les formes de tourisme intensif peuvent s'intégrer de façon harmonieuse dans la dynamique d'un tourisme rural, dans la mesure où une gestion raisonnée des exploitations est favorisée. Dans tous les cas, les destinations touristiques devraient développer et utiliser un système de management environnemental, économique et social, ainsi que des stratégies de développement durable, comme par exemple un Agenda 21, ou mieux, car plus concret, une conception d'évolution du paysage (CEP).

Le développement touristique durable est une voie que chaque destination touristique peut prendre, en tenant compte de son contexte et ses réalisations existantes, en les adaptant à la demande. Un tourisme durable « parfait » en tous points ne peut exister ; il y aura toujours des aspects contraires à la durabilité imputables au lieu, aux destinataires,... Aucune activité touristique ne peut se prétendre intégralement durable. De plus, l'activité touristique étant en perpétuelle évolution selon le contexte, les offres et les demandes, aucune activité touristique ne peut également prétendre être définitivement durable.

4. CADRE D'ETUDE : LE VAL D'HERENS

4.1. CONTEXTE

4.1.1. Le Valais

Autrefois les montagnes du Valais étaient occupées uniquement par les activités agricoles et la population vivait dans de petits villages bien groupés. Aujourd'hui elles vivent une réalité toute différente : structures d'habitat dispersées (beaucoup de pendulaires vivent en montagne et travaillent en plaine) abondance d'équipements économiques et de loisirs (stations et complexes touristiques), infrastructures de transports (rares sont les lieux inaccessibles par route),... Et dans ce contexte, l'industrie touristique joue un rôle majeur : elle est source d'emplois et de revenus non négligeables pour le canton⁷¹.

De plus, le tourisme a également contribué fortement à l'*urbanisation* de la montagne car 1/3 de l'utilisation du sol à des fins d'habitat et d'infrastructures est destiné à une utilisation touristique⁷², à tel point qu'un nouveau terme, la « rurbanisation » est apparu dans le vocabulaire des urbanistes comme une réalité.

Et vu l'échelle microscopique du Valais, les interactions et échanges entre les villes (Sion, Martigny, Monthey, Brigue, Viège) et leurs villages avoisinants respectifs se sont multipliés.

L'essor touristique du Valais a débuté à partir de la fin de la deuxième guerre mondiale.⁷³ Dès 1940, le tourisme se basa sur le marché étranger et fut limité à la saison estivale et à l'hôtellerie, avec une demande plus importante que l'offre. Mais depuis 1950 environ, la tendance s'est inversée, en raison de la démocratisation des moyens de communication, de la naissance de la para-hôtellerie et de la popularisation du ski.

L'un des facteurs déterminant, justifiant l'importance du tourisme dans le canton, est la richesse naturelle du Valais : climat favorable (avec un ensoleillement supérieur à la moyenne suisse), espaces naturels préservés, topographie particulière (avec des contrastes entre la montagne, les glaciers et la vallée fertile du Rhône).

4.1.2. Le Val d'Hérens

Le Val d'Hérens se situe dans le Valais Central, sur la rive gauche du Rhône, au-dessus de Sion. La Vallée, scindée en deux par la Dixence et la Borgne, s'étend sur quelque 30 kilomètres de long par 15 kilomètres de large, soit près de 42'000 hectares, s'étalant sur un dénivelé allant de 500 mètres d'altitude dans la plaine du Rhône à plus de 4'000 mètres au sommet de la Dent Blanche.

Le Val d'Hérens regroupe huit communes : Nax, Vernamiège, Mase, Saint-Martin, Evolène (et ses hameaux et stations de la Sage, les Haudères, Arolla, Lana, Ferpècle), Hérémence (et ses hameaux des Masses, Euseigne, Pralong, Mâche), Vex (et les stations des Collons et Thyon) et les Agettes. Une vue générale ainsi qu'un plan orthophoto de chaque village ont été insérés en annexe⁷⁴.



Figure 4: situation Val d'Hérens

⁷¹ Voir le tableau de RÜTTER en annexe 9.3 sur les parts touristiques d'activités économiques

⁷² OFS, 2000

⁷³ LUGON

⁷⁴ Annexe 9.4

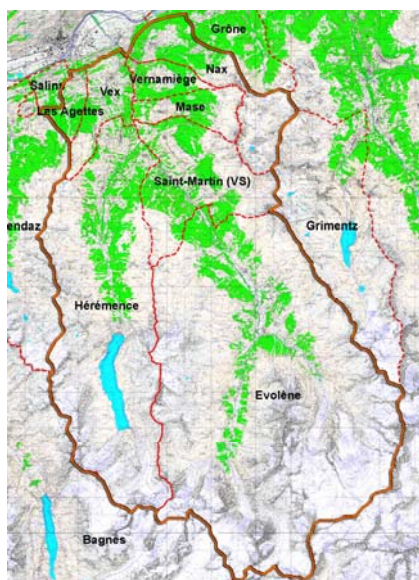


Figure 5 : situation des huit communes



Figure 6 : situation des 8 communes et de leur hameaux

Ces 8 villages profitent d'un ensoleillement optimal et d'un climat sec ainsi que d'une nature protégée par sa relative aridité. Ces villages sont typiques et traditionnels, proposant un vaste éventail de curiosités du patrimoine culturel (raccards, greniers, moulins, 25 chapelles privées ou publiques datant pour les plus anciennes du XIII^{ème} siècle, 3 moulins et 6 fours banaux restaurés, une scierie et quelques pressoirs, fermes traditionnelles élevant la fameuse vache de la race d'Hérens très combative lors de combats de reines et inalpes, alpages, bisses, source d'eau chaude et marmite glacière dans le vallon de la Borgne, ...).



Barrage de la Gde Dixence

Sur la commune d'Héremence se trouvent également les pyramides d'Euseigne, témoins de l'histoire de la terre répertoriés à l'inventaire fédéral des paysages, des sites et monuments naturels d'importance nationale (IFP), ainsi que le barrage de la Grande Dixence, plus haut barrage hydroélectrique du monde, fournissant l'électricité à 20% de la Suisse. Sur l'autre versant, face à la Borgne, les glaciers de Ferpècle, Arolla, du mont Collons et autres montagnes, sont surplombées par la Dent d'Hérens et la Dent Blanche, point de repère du Val d'Hérens également classé d'importance nationale à l'inventaire IFP⁷⁵.



Pyramides d'Euseigne

4.2. PROBLEMES ACTUELS DANS LE VAL D'HERENS

La vie n'est pas paisible sur la montagne ; il y a des problèmes de longue date dont l'importance s'accroît au fil du temps. Si l'on veut espérer un avenir possible dans cette région, des solutions doivent être trouvées pour remédier rapidement à ces problèmes qui concernent autant l'environnement, la société que l'économie.

Sur l'ensemble de la vallée, 54% du territoire est inculte (pente défavorable, altitude trop élevée pour toute activité,...), 21.8% est en zone agricole, 21.7% est en aire forestière tandis que la zone à bâtir ne représente que 2.4% du territoire. Ce chiffre semble minime, et pourtant on assiste à un mitage du territoire généré par des constructions se répandant toutefois au-dehors des centres villageois.

Au niveau démographique, le Val d'Hérens n'est habité que par 6'362 habitants⁷⁶ pour les 8 communes, dont 4 d'entre elles recensent moins de 500 habitants. Pourtant, en pleine saison touristique, on peut accueillir pas moins de 20'600 occupants, ce qui laisse présager de la surcapacité de lits d'hébergement. La population est de plus en plus vieillissante, comme le montre le tableau ci-après.

⁷⁵ Dent-Blanche, Cervin, Mont Rose

⁷⁶ Par habitant, on comprend la population locale ainsi que les propriétaires de résidences principales

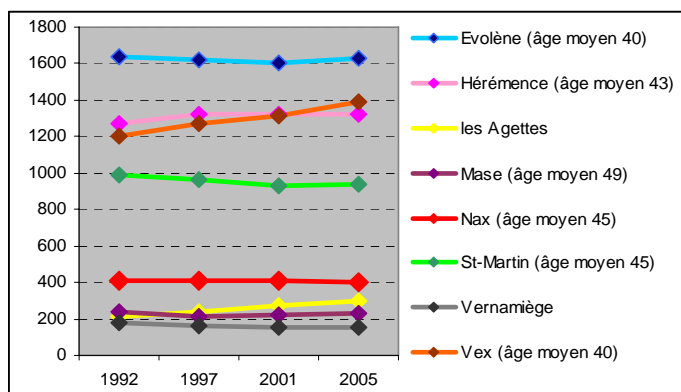


Tableau 4: évolution démographique et moyenne d'âge

ne sont en aucun cas suffisants pour assurer l'emploi aux nombreuses personnes actives.

Les Hérensards doivent donc chercher du travail ailleurs, d'autant plus que le tourisme connaît des problèmes de saisonnalité et de concurrence. Ce phénomène est à l'origine de l'exode rural important constaté, notamment au niveau des jeunes, qui ne pas trouvent sur place des postes répondant à leur formation et spécialisation ainsi qu'à leurs attentes.

4.3. LE TOURISME DANS LE VAL D'HERENS

4.3.1. Types de tourisme proposés, profil et demande touristiques

Nous allons nous intéresser ici à l'offre que les touristes peuvent trouver sur place, au profil de ces hôtes et de leur demande pour constater si adéquation il y a.

La typologie de la consommation touristique est répartie en trois catégories :

- Le tourisme de sport
- Le tourisme de repos et de détente
- Le tourisme culturel

Le tourisme de sport constitue le principal et majoritaire type de tourisme offert et recherché dans le Val d'Hérens, mais il est fortement marqué par la saisonnalité.

Pour la période hivernale, l'offre est répartie dans trois entités d'infrastructures touristiques :

- Le ski alpin aux Collons, Evolène et Nax, les trois fondées par des familles locales ou associations locales. La station des Collons-Thyon 2000⁷⁷ s'est mise en place dans les années '70 pour y recevoir un tourisme de masse. Cette station fait partie du domaine skiable des 4 Vallées. Il s'agit de la plus importante et rentable station du Val d'Hérens. Sur la commune d'Evolène, Arolla a développé depuis les années '60 une station familiale de petite envergure, toujours en activité, répondant plus aux critères d'un tourisme durable. Par contre, Evolène possède un domaine skiable qui n'est plus rentable depuis



Domaines skiabiles de Thyon et Evolène

⁷⁷ Sur la commune de Vex

plusieurs années en raison des forts coûts investis alors que la station se situe à une altitude qui, vu le réchauffement climatique, ne permet plus d'être praticable dans de bonnes conditions même avec l'appui de quelques canons à neige. Le dernier domaine skiable est celui de Nax, datant de la fin des années '70, de moyenne envergure et rentable sans vraiment faire de bénéfices.

- le ski de fond. C'est ici la région d'Evolène - Les Haudères qui est la seule à fournir un service convenable et entretenu. Malheureusement hormis les pistes de fond, aucun service n'est apporté à proximité, et qui inciterait le touriste à dépenser son argent sur place, malgré la présence d'un très bon restaurant à proximité directe. On peut compter également sur une piste de fond entretenue dans la région de Pralong – Val des Dix, mais sous-exploitée.
- Randonnées et raquettes. Saint-Martin et Evolène proposent des pistes balisées et entretenues, dont le marketing est englobé dans l'offre franco-suisse de sentiers raquettes⁷⁸. De petites pistes existent également sur Nax et Thyon.

Pour la période estivale et entre-saison, les principales offres sont concentrées en haute montagne et sur les glaciers, avec l'alpinisme dans la région d'Evolène (activité d'ailleurs à l'origine du tourisme de la région dès le milieu du XIX^{ème} siècle) et les balades et nuitées en cabanes d'altitudes (communes de Saint-Martin, Hérémece, Evolène). En dehors de ces offres, seules les Via Ferrata à Nax et Evolène sont originales et spécifiques ou alors des manifestations ponctuelles (course VTT aux Collons, course Thyon-Dixence,...). Les autres activités sportives (piscines, tennis,...) ne se distinguent guère de la concurrence et ne peuvent, à elles seules, être un critère déterminant dans le choix de la destination touristique.

En ce qui concerne le tourisme de repos et de détente, le cadre paysager dépaysant est déjà en lui-même un élément de repos. Cependant, toute la vallée est sillonnée par plus de 100 kilomètres de chemins en moyenne montagne et zone rurale. Un effort régional a été fourni pour recenser et coupler les chemins pour rendre toute la vallée accessible aux promeneurs. Ces sentiers pédestres, balisés et entretenus, font d'ailleurs l'objet d'une carte au 1 :25'000.

Le tourisme culturel attire les touristes qui recherchent la typicité et tradition conservées notamment dans le village d'Evolène, avec ses femmes portant toujours le costume d'Evolène⁷⁹, les habitations typiques et autres curiosités énoncées plus haut⁸⁰, répandues sur toute la vallée. Une nouvelle offre touristique dont la commune de Saint-Martin est pionnière en Suisse, concerne *l'offre en un développement touristique harmonieux, centré sur le respect et la mise en valeur de son patrimoine*⁸¹. Environ 40 bâtiments des hameaux de la commune (Gréféric, Ossona et l'A Vieille), abandonnés depuis les années '60, ont été restaurés et conservés dans leur aspect traditionnel pour servir entre autre de gîtes ruraux. Cet effort a été rendu possible par certains acteurs locaux, propriétaires des constructions et par le rachat par la commune des autres bâtiments, grâce à l'aide de subventions⁸².



Costume d'Evolène

Quelques projets pour développer également le tourisme de santé sont en cours depuis plusieurs années (principalement un centre thermal à Evolène ou des lieux de médecine douce sur le plateau de Sevanne sur la commune de Mase) mais aucune concrétisation ne s'est effectuée à ce jour.

Comme on peut le constater, les communes de Mase, Vernamiège et Les Agettes n'ont pas d'offre touristique spécifique à proposer, en plus des balades. Ces communes ne sont concernées par le tourisme que par la présence de structures d'hébergement (résidences secondaires et logements pour groupes). On précisera cependant que la Piste de l'Ours du

⁷⁸ www.sentiers-raquettes.ch

⁷⁹ Quoique porté uniquement en période touristique et lors de manifestations (...)

⁸⁰ Sous-chapitre 4.1.2

⁸¹ MAYORAZ

⁸² Subventions fédérales, cantonales et privées obtenues grâce à la publicité faite pour ce projet qui a émergé au début des années '90

domaine des 4 Vallées, piste reconnue pour avoir été utilisée pour certaines courses de ski internationales se situe géographiquement sur le territoire des Agettes mais sa gestion se fait sur la commune de Veysonnaz.

Pour synthétiser l'offre touristique, on retrouve un tourisme intensif dans les stations de Thyon et les Collons, destinations essentiellement basées sur un tourisme hivernal (ski) et donc avec une haute saison échelonnée sur seulement quelques mois en hiver. Pour Nax, ce tourisme hivernal contribue à l'une des offres touristiques proposées, et comme cette station est de moyenne envergure, on peut y considérer le tourisme de semi-intensif. A Hérémente, on retrouve en quelque sorte un tourisme intensif pour le tourisme/visite du barrage de la Grande-Dixence, avec là aussi une saisonnalité marquée, ne pouvant y accéder que quelques mois par an (juin à octobre). Sinon, le Val d'Hérens est dirigé vers un tourisme doux (écotourisme et agrotourisme) pour les autres destinations, dont le phénomène de saisonnalité est moins fortement marqué.

Pour ce qui est de l'offre en hébergement, elle est essentiellement axée sur la para-hôtellerie, contrairement à l'offre du Haut-Valais, avec des appartements et chalets en location, ainsi que de très nombreuses résidences secondaires pour les touristes fidèles. Quelques rares hôtels sont présents dans chaque commune, dont la plupart sur la commune d'Evolène. Mais l'hôtellerie existante ne peut suffire en aucun cas à elle seule à loger les touristes et une hôtellerie de qualité fait cruellement défaut. Quelques logements pour groupes (parfois ancien hôtel reconverti) viennent compléter l'offre en hébergement. Mais de plus en plus, la demande se fait sentir par des touristes de classe moyenne à haut de gamme, désireux de construire des chalets de vacances.

En ce qui concerne les touristes, on peut dissocier d'une part les touristes propriétaires des touristes locataires. Toutefois, dans les deux cas, on remarque que la majorité des touristes habitent la Suisse⁸³, puis viennent en 2^{ème} position les Allemands en hiver et les personnes du Benelux en été, puis les touristes d'autres pays européens essentiellement. Ce sont en principe des personnes de plus de 40 ans, voyageant en famille pour une durée d'une semaine (plus de 60%) ou deux semaines (20%). Cette durée des séjours est fortement liée à l'offre en hébergement proposé, puisque les appartements et chalets sont en principe loués à la semaine. Au niveau de la classe sociale, nous n'avons à disposition les données que des communes de Vex et Hérémente. On remarque que environ 1/3 des touristes allemands sont des cadres moyens, tandis que 1/3 des touristes suisses sont des employés. On peut attribuer cette différenciation au coût de la vie en Suisse nettement supérieur à celui des pays européens.

Les touristes se rendant dans le Val d'Hérens recherchent du sport, du plaisir et de la nature ; telles sont les motivations des touristes selon une étude statistique effectuée entre 2001 et 2002, viennent ensuite la découverte, la culture et le repos. Ces éléments mettent en évidence l'importance des aspects environnementaux par rapport aux infrastructures et animations proposées, ce qui rejoint la constatation déjà faite au niveau valaisan⁸⁴. L'offre doit donc toujours tenir compte de la demande, et non seulement de ce que les prestataires souhaitent offrir. Pour ce qui est de la Région de Thyon toujours, il est intéressant de remarquer que les attentes des hôtes (neige, soleil, bonnes conditions de ski, calme, beauté du paysage,...) correspond à l'image qu'ont les touristes fidèles ou habitués de la région, qui représentent le 70% des touristes. Les hôtes trouvent donc dans la région ce qu'ils sont venus y chercher, ce qui est plutôt positif et révélateur que l'offre correspond plus ou moins à la demande.

4.3.2. Les projets touristiques régionaux

Trois grands projets collectifs aux communes du Val d'Hérens (et parfois associées à des communes ou pays voisins) sont actuellement en cours, certains plus avancés que d'autres. Il s'agit de :

⁸³ WETTERWALD, p. 8, tableau détaillé du profil du touriste, voir en annexe 9.4

⁸⁴ RUTTER, p. 61, tableau en annexe 9.5.

- **Développement Rural Régional (DRR)**

Ce projet pilote national vise à promouvoir la complémentarité entre agriculture et tourisme, à l'aide de subventions, tant fédérales que cantonales. Cela passe par un soutien sous forme de coopération régionale à laquelle l'agriculture participe (développement d'infrastructures agrotouristiques, de circuits touristiques, vente et promotion de produits régionaux, remise en état des terres,...). Toutes les communes rassemblent quelques projets ponctuels, mais le travail le plus important se situe sur la commune de Saint-Martin. La réalisation de ce projet permettra de faire contribuer une majorité d'entreprises locales et de promouvoir des exploitations, produits et services régionaux, apportant un essor à la région du point de vue économique (meilleure utilisation des structures existantes et création d'autres par les nouvelles activités liées à l'agrotourisme), environnemental (entretien des terres) et social (maintien et création d'emplois, échange entre touristes et hôtes). Ce projet-pilote représente pour l'heure un investissement de 6.5 millions de francs, dont 40% payés par la Confédération, 27% par le canton du Valais, 11% par les communes et 22% par les porteurs de projets. Actuellement, les travaux ont déjà débuté sur le site d'Ossona et les financements ont été accordés pour les projets de 1^{ère} priorité⁸⁵.

- **Réserve de biosphère Maya Mont-Noble**

Le projet concerne les communes de la rive droite de la Borgne (Nax, Vernamiège, Mase, Saint-Martin) ainsi que le versant opposé situé sur la commune de Grône (Vallon de Réchy). Initié en 2002 par l'Association des Patrimoines Alpains et les communes concernées, ce projet est toujours en phase d'étude. Le périmètre n'est pas définitif et pourrait éventuellement englober toutes les communes de la vallée⁸⁶. Basée sur le programme *man & biospher* de l'UNESCO, la réserve assurerait les fonctions de conservation (contribuer au maintien des paysages, des écosystèmes et des espèces), de développement (économique et humain, respectueux des particularités socioculturelles et environnementales) et fonction logistique (encourager la recherche, l'éducation et l'échange d'information concernant les problématiques locales, nationales et mondiales de conservation et de développement)⁸⁷. Le coût de cette opération s'élève à 12 millions de francs, répartis entre la Confédération (50%), le canton du Valais (25%) et les communes et partenaires (25%). A l'heure actuelle, seules les études ont obtenus les accords préalables et le mandat de chef de projet est pendant.

- **Projet Interreg III**

Ce projet concerne les vallées alpestres du Val d'Hérens (plutôt sa partie haute, sur les communes d'Evolène et Hérémente) et de la Valpelline (en Italie), dans le cadre du projet Interreg III *A la montagne de l'Homme*. L'objectif commun est de répertorier les ressources, les valeurs à protéger pour éviter le dépeuplement des vallées, le tout dans une vision transfrontalière. Le point essentiel serait la mise en valeur des ressources de l'eau, en développant une stratégie puis un concept pour permettre la valorisation et le développement de cette ressource au niveau touristique. Pour l'heure, rien que le budget d'études est avoisinant des 500'000.- francs (40% côté suisse, 60% côté italien). Il est vrai que le Val d'Hérens comprend le barrage de la Grande-Dixence, sur la commune d'Hérémente, dont le potentiel touristique est peu et mal développé. Un produit est en cours d'élaboration (projection d'images sur le mur du barrage avec récit de la construction). Il a été présenté cette année à des VIP uniquement, à titre expérimental, et devrait être poursuivi dès l'année prochaine pour le public en cas de bonne acceptation.



Projection Grande-Dixence

⁸⁵ Les projets recensés sont au nombre de 42, répartis en 2 phases, la 1^{ère} ayant déjà débuté, la seconde devant débuter en 2008.

⁸⁶ Les critères de l'UNESCO et les orientations prévues par chaque commune détermineront si elles peuvent et veulent entrer dans cette réserve

⁸⁷ GIACOMEL

4.4. ACTEURS LOCAUX DU TOURISME HERENSARD : DEGRE DE GOUVERNANCE, VISION GENERALE

Nous allons ici traiter des acteurs, liés directement ou non à l'activité touristique du Val d'Hérens. Il s'agit de déterminer le processus décisionnel et organisationnel des acteurs touristiques, de dégager les moyens à disposition de chaque type d'acteurs, soit en personnel, en financement et en pouvoir de décision et d'intégration à la prise de décision. Au regard de ces considérations, on cherchera à dégager une vision du tourisme à court, moyen et long terme du point de vue de chaque type d'acteurs et ainsi définir si tous tendent vers le même objectif.

4.4.1. Les acteurs locaux, leur organisation et leur poids

Etat du Valais

L'Etat est chargé *d'élaborer la politique cantonale du tourisme, en collaboration avec son organe consultatif, qu'est Valais Tourisme, de veiller à son application, favoriser l'équipement et la promotion touristiques, assurer la formation et le perfectionnement dans les professions liées au tourisme, ainsi que sensibiliser la population aux enjeux du tourisme*⁸⁸.

Valais Tourisme

Organisation faitière du tourisme du canton, Valais Tourisme a une fonction incitative en matière de qualité du tourisme. Elle a comme tâches de *participer à l'élaboration de la politique cantonale du tourisme, de représenter et défendre les intérêts du tourisme cantonal, assurer la promotion du tourisme cantonal, analyser l'évolution du marché touristique, collaborer avec les autres secteurs économiques à la promotion de l'économie valaisanne et assurer les coordinations nécessaires avec les instances touristiques nationales et internationales*⁸⁹. Elle se sert de son instrument de management « Valais Excellence » pour promouvoir la qualité, le respect de l'environnement et la sécurité. Il s'agit de la première organisation touristique régionale d'Europe à avoir été certifiée ISO 9001 et 14001, qui permet de maintenir et de constamment progresser en matière de qualité. Les ressources financières de Valais Tourisme proviennent d'une partie de la taxe d'hébergement, d'une part de l'Etat (au minimum 1.2 millions de francs par an) et de cotisations de ses membres.

Cœur du Valais - Sion Région Tourisme et Sierre Anniviers

Il s'agit de la mise en commun de deux organismes centraux de promotion touristique et de réservation régionales, relatives au territoire de la région de Sion et Sierre, afin d'avoir un marketing commun coordonné et fusionné, avec une centrale de réservation collective. Cette association est financée par les communes et sociétés de développement concernées, pour un budget annuel d'environ deux millions de francs.

Hérens-Vacances (anciennement) et Hérens Tourisme (actuellement)

L'association Hérens-Vacances, formée il y a 20 ans, réunissait les acteurs touristiques du district. Financée par les communes et sociétés de développement du Val d'Hérens, elle a permis de réaliser un livre sur le Val d'Hérens, plus photographique que descriptif et/ou produit de vente touristique. Une carte topographique du Val d'Hérens sur tout son territoire a également vu le jour, avec indications des chemins pédestres, ce qui était un grand pas en avant vers la régionalisation, puisque auparavant, il fallait réunir pas moins de cinq cartes topographiques fédérales Dufour. De plus, un site internet, avec lien vers les sites des villages respectifs a été mis en place et est toujours en fonction. En dehors de ces produits, rien de concret n'a été réalisé. On peut regretter que cette association n'ait pas véritablement permis de vendre un produit global, puisqu'il n'y a jamais vraiment eu de promotion touristique ni de marketing régional. A chaque fois, on donne au touriste une vision d'ensemble, sans insister sur les synergies et complémentarités possibles entre les destinations touristiques ; on retombe toujours sur une promotion individuelle, à l'échelle de la station touristique uniquement.

Depuis janvier 2006, Hérens Vacances a abandonné son statut d'association pour devenir un porteur de projet du Val d'Hérens, par le biais d'Hérens Tourisme. Cette nouvelle structure sert de lien entre les différents lieux touristiques du Val d'Hérens et ses offices du tourisme, Sion Région Tourisme et Cœur du Valais. La nouvelle entité Hérens Tourisme est

⁸⁸ CLIVAZ M., p.9

⁸⁹ CLIVAZ M., p. 9

composée de 2 présidents (Vex et Evolène, pour cette période législative), 2 membres de Sociétés de Développement (Rive droite et Hérémente) et des 3 Offices du tourisme (Nax, Evolène, Thyon). Cette commission est chargée de mettre en place des produits Hérens, d'une information et d'animations régionales, de les mettre en valeur et surtout vendre et coordonner les lieux touristiques hérensards par la mise en place d'une vision commune. Son financement est aujourd'hui assuré par un fond de caisse de près de 100'000.- francs mis à disposition des communes. En ce qui concerne le budget de marketing et information, il est financé par les sociétés de développement, les nouveaux prospectus et brochures étant destinés à supprimer et remplacer les documents locaux. Comme il s'agit d'une structure encore récente, il faut avouer que son fonctionnement reste encore à l'état embryonnaire.

Association des Communes du Val d'Hérens (ACVH)

Tous les présidents ont signifié leur volonté de s'associer, par la création de l'ACVH il y a moins d'un an. Le regroupement des 8 présidents sous cette association s'est faite pour *gérer au mieux les grands projets de développement rural et touristique de la vallée*.⁹⁰ Cette association possède un pouvoir juridique, décisionnel, dont la réunification s'est faite pour pouvoir *comparer les problèmes de chacun, s'informer et trouver ensemble des solutions aux faiblesses du tourisme de la vallée*. Cependant, cette association a peu de moyens pour faire bouger les choses, tant du point de vue financier qu'en personnel.

Le rôle de cette ACVH ainsi que celui de chaque président pour sa commune est d'*organiser la coordination, la concertation et l'intégration des politiques spatiales et sectorielles de manière à assurer un maximum de cohérence avec les objectifs environnementaux*⁹¹.

Pour l'heure, il ne s'agit nullement d'une fusion des communes, chacune restant autonome, mais devant trouver des synergies entre elles et les mettre en valeur. Cette association est un premier pas vers un développement touristique régional du Val d'Hérens.

Le financement de l'association se fait par une cotisation par habitant, ce qui représente quelque 35 millions de francs. Cet argent sert de fonds pour les grands projets unificateurs régionaux, tels que le DRR, Interreg ou le projet de biosphère Maya Mont-Noble. Ainsi que pour les projets présentés par les partenaires (Hérens Tourisme). La part du budget attribuée au tourisme est fluctuante, dépendante du nombre et grandeur des projets présentés. Dès 2007 cependant, un budget spécifique sera mis en place afin de donner les moyens aux ambitions des projets et du développement touristique du Val d'Hérens. Cette ACVH a le pouvoir d'accepter et de faire accepter à l'ensemble des communes de la vallée des budgets importants si des projets réalistes et porteurs leurs sont présentés.

Les autorités communales

Chaque commune devrait élaborer sa politique locale du tourisme, en collaboration avec les sociétés de développement et veiller à son application, tâches qui ne sont pas encore définies clairement à l'heure actuelle. Les communes sont chargées également d'insérer dans leur plan de zones, si tel est leurs volontés, des zones uniquement à but touristique. Les communes perçoivent également une part des taxes touristiques (séjour, hébergement).

Sociétés de développement (SD)

Les sociétés de développement représentent l'entité légale juridique, association de droit privé d'intérêt général, qui dirige l'office du tourisme, qui lui sert de lieu d'accueil des touristes. Les rôles de ces SD sont de *participer à l'élaboration de la politique locale du tourisme, de représenter et défendre les intérêts du tourisme local, assumer l'information, l'animation et la promotion du tourisme local, ainsi qu'exécuter les tâches que leur délèguent les communes avec leur accord*⁹². Les ressources financières des SD proviennent de la taxe de séjour, de sa part de la taxe d'hébergement, de cotisation de ses membres ainsi que d'une contribution des communes concernées. Le budget annuel est variable selon les communes, mais pour la commune de Vex, par exemple, la SD de Thyon, qui a vu le jour avec l'arrivée des remontées mécaniques en 1966, possède aujourd'hui un budget d'environ 600'000.- francs. Au niveau du personnel, le bénévolat de l'époque, et qui sévit

⁹⁰ Propos de Joseph Dayer, président par intérim de l'ACVH

⁹¹ BOCHET, DA CUNHA, p. 9

⁹² CLIVAZ M., p. 10

encore à Nax, a fait place à une équipe plus professionnelle pour les SD de Thyon et d'Evolène. La société de développement est redevable à l'autorité communale, en ce sens qu'elle lui soumet chaque année son budget et ses comptes pour approbation, ainsi que son programme d'activité et son rapport de gestion.

Offices du Tourisme (OT)

Le Val d'Hérens dénombre six offices du tourisme⁹³, disséminées à travers la vallée. Financées par les taxes de séjour et les cotisations des membres, dont entre autres les subventions communales, leur budget varie en fonction des communes, mais en règle générale, les moyens financiers, utilisés individuellement, sont insuffisants, ce qui les restreint en nombre (personnel et travail à temps partiel) d'une part et en personnel qualifié d'autre part (salaire proportionnel aux qualifications). Il est donc indispensable de s'unir et mettre en commun les intérêts et moyens afin d'en tirer un meilleur profit. Cette nécessité a encouragé la création de l'association des 3 offices du tourisme de la rive droite de la Borgne. Par leur réunification, le personnel actuel va rester mais chacun va pouvoir se spécialiser : il y aura une seule personne en charge de l'administration des 3 offices du tourisme ; il en sera de même pour les autres tâches. La gestion se faisant plus aisément, ce processus pourra éventuellement être porteur de projets concrets plus élaborés du fait du facteur temps qui sera pour cette activité plus étendu qu'il ne l'a été jusqu'ici.

Les offices du tourisme ont pour tâches d'informer le touriste, de développer des projets et manifestations, de vendre ce produit dans des foires ou par des brochures, ainsi que toute la gestion administrative. Mais toutes ces tâches ne sont en principe pleinement accomplies, faute de temps à disposition. De plus, le personnel est trop régulièrement déplacé dans d'autres communes, en moyenne chaque 3 ans, ce qui est un élément défavorable pour l'instauration d'une vision touristique à moyen et long terme puisque aucun projet d'envergure ne peut être créé et se voir réalisé concrètement en un laps de temps si court.

Association des commerçants

Les associations de commerçants ont vu le jour dans chaque commune hérensarde, pourtant, elles sont éphémères. Actuellement, aucune destination touristique ne possède une telle association qui soit efficace. Leur rôle est de collaborer, d'échanger, de garantir un bon service à la clientèle et d'assurer une permanence de biens et services en tous temps. Dans la réalité, les communes peuvent mettre en place une taxe touristique qui impose les commerces mais la plupart du temps, ce processus n'est pas mis en place, les commerces ayant déjà des difficultés pour gérer et rentabiliser leur établissement.

Remontées mécaniques

Ces entreprises privées (TéléThyon, TéléMont-Noble, TéléEvolène) sont toutes propriétaires des installations, avec participation des communes (Nax). Elles doivent effectuer des conventions avec les communes, afin de pouvoir utiliser les terres qu'elles occupent pour leur domaine skiable, trouver des accords pour l'approvisionnement en eau pour les canons à neige,... Le canton a imposé à chaque domaine skiable d'établir une planification globale, pour une période de 15 ans, permettant de fixer des zones de domaine skiable dans les PAZ et leur potentialités maximales importantes, ceci dans le but de délimiter l'espace dévolu au sport et détente et permettant ainsi de fixer une limite pour la planification des zones à bâtir. Pour l'heure, aucun des 3 domaines skiables du Val d'Hérens n'a entrepris ce processus, mais ils devront s'y attacher à court terme.

Population locale

Il faut avouer que les habitants autochtones sont plutôt passifs en ce qui concerne le tourisme hérensard et ses problèmes, et laisse le soin aux autorités de gérer cette activité. Rares sont les initiatives qui émergent depuis le bas. On n'est donc très éloigné d'une *démocratie participative, avec mobilisation de la population sur des questions qui la concernent et engagent la vie quotidienne*⁹⁴. Par contre, il faut constater qu'une majorité de la population agit pour le tourisme de sa commune non pas à titre individuel, mais en tant que prestataire touristique (hôtelier, commerçant, restaurateur, membre de la société de développement,...) Pour revenir à la population locale, au niveau de l'information qui lui est transmise et de sa participation,

⁹³ Les Collons (Vex), Hérérence, Nax, Saint-Martin, Vernamiège et Evolène

⁹⁴ Notes de cours DESS en études urbaines, 11^{ème} journée du 24 mai 2005, discours introductif de J.P. LERESCHE, sur les enjeux de la démocratie locale

des questionnaires de satisfaction lui sont parfois envoyés, à Thyon par exemple, mais sans avoir vraiment de suivi. Le manque d'implication de la population locale peut provenir également du manque de prise en compte de leur opinion en ce qui concerne des projets régionaux de grande portée. Ce phénomène s'est produit pour le projet de biosphère Maya Mont-Noble par exemple. Alors que le projet doit être validé par la population en assemblée primaire⁹⁵, il a fallu attendre près de quatre ans depuis le début du projet et une bonne partie du subventionnement dépensée, pour que la population reçoive une brochure et que le projet leur soit présenté en séance. Pourtant, ce type de projet suit normalement un système *bottom-up* (venant de la population en tant que décideuse du sort de son territoire). Elle aurait dû être informée et participer et soutenir plus activement ce projet, dès sa phase initiale.

4.4.2. Synthèse : degré de gouvernance

Aux vues de cette organisation d'acteurs touristiques, on constate une multiplication d'acteurs intervenants dans la structure touristique complexe, ou comme l'a dit le président de Nax, M. Bruttin *il y a plus de structures que de payeurs*⁹⁶. Par ailleurs, on assiste à une mixité des tâches entre les acteurs qui ne devraient avoir que des fonctions stratégiques (vision, développement) et qui se voient également attribuer les tâches opérationnelles (manifestations, événements), faute de personnel à disposition.

On peut classer les destinations touristiques en général, en trois modèles organisationnels et territoriaux :

- le *corporate model* (modèle industriel) : il repose sur la concentration des activités économiques et commerciales, sur la suprématie des entreprises du secteur touristique (Compagnie des Alpes, Intrawest, Transmontagne,...) dans la gestion, l'aménagement et le développement des destinations touristiques. Ce modèle est appliqué pour la station de Crans-Montana⁹⁷, par exemple. Il correspond au modèle le plus rationnel d'un point de vue économique, économie de marché à l'échelle mondiale.
- le *community model* (modèle culturel) : redonne une place au local dans la gouvernance de son territoire en terme de co-gestion de l'espace touristique, avec une grande diversité d'acteurs et d'opérateurs publics et privés. Ce modèle organisationnel et territorial est plus rationnel d'un point de vue social, il concerne de plus petites stations.
- les modèles mixtes : voie médiale entre ces deux modèles. Ils visent la consolidation de la place de grands groupes d'industrie touristique intégrés à un projet de territoire soutenu par les collectivités locales. Ce modèle est appliqué dans la station de Chamonix⁹⁸.

Ces modèles questionnent la place et les responsabilités des acteurs politiques dans la gestion, l'aménagement et le développement de leur territoire touristique. Les acteurs publics ont un rôle important à jouer, dans le sens où la collectivité doit supporter une part non négligeable des contraintes et coûts liés à l'activité touristique. Il est essentiel de tenir compte de tous les acteurs touristiques (touristes, population locale, prestataires touristiques,...) et de leur point de vue et demandes. *C'est parce que le jeu des variables et des intérêts est conflictuel, que les contenus de l'utilité collective sont nécessairement multiples et que les options possibles sont manifestement complexes et incertaines dans leurs effets que le développement durable nous invite aussi à une gouvernance permettant un arbitrage démocratique des choix collectifs*⁹⁹. Dans le cas des communes du Val d'Hérens, le modèle appliqué est clairement le *community model*. En effet, le développement touristique et sa gestion se font par des acteurs locaux uniquement, partagés entre les acteurs publics et privés (communes, sociétés de développement, remontées mécaniques, association de commerces,...). Aucun investisseur étranger, expert en tourisme, n'est pour l'heure encore impliqué dans le tourisme hérensard.

⁹⁵ Ce qui n'a toujours pas été réalisé

⁹⁶ Pv de la rencontre du 16 août 2005 entre le président, Mr. P. CHEVRIER, chef du projet DRR et Mr. J.-D. ANTILLE, chef de l'antenne de développement économique du Valais

⁹⁷ MAO, p. 62

⁹⁸ MAO, p.62

⁹⁹ DA CUNHA, RUEGG, p. 15

En termes de gouvernance, le Val d'Hérens a dépassé la gouvernance Confédération-canton-communes, mais il accorde une place prépondérante aux sociétés de développement et à *la valeur ajoutée produite par les initiatives privées, notamment par les sociétés de remontées mécaniques*¹⁰⁰. Toutefois, on peut regretter que la démocratie participative s'arrête à l'échelon des acteurs directement concernés par le tourisme, et ne prenne pas en compte l'avis des populations locales, pourtant également dépendantes de cette activité économique, puisque pour l'heure, elle représente la seule économie pouvant mettre un frein à l'exode rural des jeunes populations locales. Les administrations et autorités communales, les sociétés de développement doivent faire un effort pour mieux informer la population de la situation touristique de leur commune et vallée et faire comprendre à la population, surtout à celle qui est active, l'intérêt vital du tourisme pour le maintien de la population, de ses retombées économiques directes et indirectes (valorisation du patrimoine, retombées fiscales, équipements régionaux, infrastructures,...). Tout acteur tenu informé et qui sent un intérêt de la part des politiques publiques d'offrir à la société civile une place dans la formulation d'une politique de développement touristique durable, aux côtés de professionnels et des autres prestataires et acteurs touristiques sera porteur d'idées, se sentant concerné. Ce que l'on pourrait voir ici comme un concept de gouvernance participative ne doit pas être un alibi de la part des pouvoirs publics, qui utilisent la population pour mener à bien ses propres intérêts. Au contraire, les deux parties devraient trouver les atouts d'une telle complémentarité, entre les connaissances locales d'une part (citoyen) et les moyens, méthodes de mises en œuvre et expérience d'autre part (pouvoir public).

4.4.3. Les visions du tourisme de demain des acteurs locaux

Présidents des communes¹⁰¹

Les présidents des communes du Val d'Hérens désirent miser sur une clientèle de niveau moyen à supérieur, qui accepte de payer les services donnés et dépense son argent dans les services mis à sa disposition dans la destination même. En effet, le tourisme de luxe ne connaît pas la crise, ou dans des proportions moindres et insignifiantes que la population de la classe moyenne à inférieure. Cette clientèle correspond à un tourisme de seniors, de personnes à la retraite ou préretraite. Cette clientèle, qui reflète en partie la clientèle actuelle, est intéressante non seulement en raison de ses moyens financiers, mais également du fait qu'une fois inactive, ces personnes préfèrent le calme et l'air frais des montagnes à la vie citadine ; elles tendent donc à s'établir définitivement sur place, ce qui est très intéressant pour la survie et le maintien des habitants des communes du Val d'Hérens.

En ce qui concerne un tourisme basé sur une clientèle de masse (groupes, colonies,...) ils estiment qu'elle est synonyme de *mort prochaine des destinations*¹⁰², les personnes n'apportant qu'une très faible part de valeur ajoutée, non suffisante par rapport aux investissements à fournir (en terrains, infrastructures, personnel et financement). Les investissements et efforts de marketing se feront donc dans l'idée d'attirer et contenter une clientèle aisée, pour un tourisme familial et de seniors.

En ce qui concerne l'échelle spatiale, tous les présidents ont la volonté de créer des synergies entre les communes, ce qui leur paraît être un élément indispensable afin de tendre vers un tourisme durable. Le désir de coordonner les projets à un niveau régional leur est souhaitable, mais se pose toujours la question du financement de ces projets.

Pour le président de la commune de Vex, il tire un bilan plutôt mitigé de la situation du tourisme hérensard en son état actuel. Pourtant le tourisme développé jusqu'à ce jour doit opérer un profond changement. Jusqu'à maintenant, les investissements n'ont été prioritairement fait que dans les remontées mécaniques, ce qui est réducteur pour étendre le tourisme sur l'année (ou du moins 10 mois). Il estime qu'il est urgent de tirer un bilan économique de la situation ; certains investissements, par exemple dans les remontées mécaniques à Evolène, ont été investis pour des millions, à perte. Il faut se poser la question de savoir si le maintien de ces sociétés dispendieuses est encore réaliste. Pour l'avenir, M. Rudaz juge qu'il faut viser sur une utilisation plus rationnelle et viser un tourisme régional, avec un paquet touristique annuel et développé sur l'ensemble du territoire du Val d'Hérens. L'atout principal est la nature et ses attraits, compensations pour les

¹⁰⁰ CLIVAZ M, p. 1

¹⁰¹ Pv des rencontres en juillet et août 2005 entre chaque président et Mr. P. CHEVRIER, chef du projet DRR et Mr. J.-D. ANTILLE, chef de l'antenne de développement économique

¹⁰² Selon le président de la commune de Vex

touristes des grandes villes, dont le quotidien est formé de brume, bruit ou pollution. Le Val d'Hérens, et d'ailleurs toute la Suisse a un atout supplémentaire par rapport aux autres destinations de montagne européennes : la sécurité, élément recherché par les touristes de classes moyenne et supérieure. Chacune des communes du Val d'Hérens a sa propre capacité, ses atouts. Par contre aucune commune, seule, n'a les moyens financiers pour mettre en œuvre un programme d'investissement nécessaire à la poursuite de ses buts. Il est donc nécessaire d'être complémentaire.

Contrairement au président de Vex qui a une vision pour le tourisme de sa commune et du Val d'Hérens, d'autres présidents n'ont pas cette clarté d'esprit. La plupart d'entre eux, à l'instar du président d'Evolène, reste ouvert à des propositions de projets et de vision générale, mais ne va en proposer par lui-même. Cette manière de faire ne reflète en rien une attitude détachée des intérêts du tourisme, mais simplement un état d'esprit se reposant sur les personnes compétentes pour le faire, n'ayant une connaissance suffisante dans le domaine touristique pour l'imposer à la population, inversement à Mr. Rudaz, considéré comme l'un des fondateurs du développement touristique des Collons-Thyon 2000.

Sociétés de développement et Offices du Tourisme

Selon la responsable de l'office du tourisme de Nax, Mme Andréanne Theytaz, le constat du tourisme hérensard actuel est que chaque commune est *mourante mais pas encore morte* ; ceci est visible par le maintien de constructions de résidences secondaires. Elle ne pense pas que les acteurs locaux prennent réellement conscience de cette dégradation et se donneront les moyens (financiers) qu'une fois qu'elle aura touché le fond.

Pour le futur du tourisme hérensard, elle estime que les communes du Val d'Hérens sont obligées de se regrouper, si elles veulent être durables à moyen et long terme. Dans l'idéal, il serait bénéfique et nécessaire de proposer une offre complémentaire entre les communes (dormir à Thyon les Collons, où les lits sont en suffisance et aller à la via ferrata à Nax le lendemain). Ce concept de vacances, les touristes l'ont déjà adopté, mais la vision, le mode de penser des autorités, prestataires touristiques en place et population locale qui soutient financièrement pour une part le tourisme local (cotisations) n'a pas encore fait ce changement de mentalité touristique. En plus du problème de mentalité, celui du financement a toute son importance. L'argent manque déjà pour le budget des sociétés touristiques (offices du tourisme, sociétés de développement), donc pour changer les choses et être durable à moyen et long terme, de lourds investissements sont nécessaires. Pour ce faire, il faudrait peut-être envisager un financement autre par le secteur public.

Pour ce qui est du marketing, elle estime qu'il faut le faire à une échelle plus vaste encore que la vallée, dans le cadre de Sion Région Tourisme et Cœur du Valais. Elle croit en l'association des communes du Val d'Hérens mais attend d'elle des décisions en ce qui concerne des projets réunificateurs.

Population locale

Il est très difficile ici de définir une vision de la population locale puisque son avis n'a que peu fait l'objet d'interrogation (questionnaire, séance,...) de la part des prestataires touristiques. Une enquête aurait donc dû être effectuée, cependant, faute de temps, celle-ci n'a pu être réalisée dans le cadre de ce travail sur un échantillon porteur et révélateur d'une vision globale des habitants. Les rares avis obtenus ne représentent que des points de vue individuels, relatifs à leur propre situation personnelle. Nous devons donc nous passer ici de leur vision, carence qui devrait être comblée en cas de poursuite d'étude.

4.4.4. La vision du tourisme hérensard

Tous les acteurs liés au tourisme hérensard sont unanimes pour admettre que le tourisme pratiqué actuellement ne satisfait plus la clientèle et ne peut être pérenne, dans l'état actuel. Pour eux, la solution doit venir d'une réunification de communes, ce qui est accepté d'un point de vue théorique. Comme cette notion n'est qu'à un stade peu avancé, reste à voir si dans la pratique, lors de sa mise en œuvre, les choses se feront si aisément et sans conflit et jalousie, ce qui reste à démontrer. En comparaison, les communes du Val d'Anniviers, vallée voisine du Val d'Hérens se sont réunifiées touristiquement il y a quelques années, de l'extérieur, la vision semble solidaire, mais à l'interne, les choses sont beaucoup moins aisées à faire

admettre, tant à la population locale qu'aux autorités et prestataires touristiques. Lorsqu'il s'agit de partage de bénéfices ou de dettes, la vision semble tout de suite se resserrer.

Les destinations touristiques du Val d'Hérens doivent revoir leur stratégie et mettre en commun leurs intérêts (remontées mécaniques, sociétés de développement, communes, offices du tourisme,...) afin de présenter une unité, une vision et un programme communs. Telle est l'orientation générale qui se dégage des acteurs du Val d'Hérens. Cependant ce point de vue n'est pas suffisant à lui seul pour être garant de la pérennité du tourisme dans le Val d'Hérens.

C'est pourquoi une commission technique et économique devrait voir le jour dans quelques mois, commanditée par l'association des communes du Val d'Hérens, afin de fournir une vision du tourisme hérensard notamment, fruit de la confrontation entre la vision vue par les présidents et celle de la population locale. De plus, cette commission serait chargée également de déterminer une carte de potentialités de développement sur l'ensemble de la vallée, analysant les projets en cours et ceux existants aux vues de leur implantation et potentialités paysagères, humaines et en super- et infrastructures. L'aboutissement de cette coordination technique et économique serait d'établir un plan d'action et de mise en œuvre, un guide pratique, sous la forme d'une CEP ou lignes directrices, comme outil d'aménagement du territoire de la Vallée, non contraignant, mais à la hauteur du Val d'Hérens.

5. DURABILITE DU TOURISME HERENSARD

5.1. DEMARCHE

Après avoir établi un état des lieux de la situation touristique dans le Val d'Hérens, avec identification des pratiques touristiques propres à chaque commune, après avoir pris connaissance des acteurs actifs dans le tourisme hérensard et leur vision, il apparaît maintenant nécessaire d'évaluer avec des critères concrets et fondés sur des données quantifiables le stade de durabilité du tourisme du Val d'Hérens.

Il s'agit ici d'analyser la durabilité des pratiques touristiques mises en œuvre et de montrer les effets et répercussions des activités liées au tourisme. La méthode choisie est celle des indicateurs.

Plusieurs indicateurs du tourisme sont définis ou en cours d'élaboration, que ce soit les indicateurs d'environnement selon l'OCDE, les indicateurs du développement durable de l'OMT,... Au niveau suisse, les indicateurs du développement durable MONET ne dissocient pas le tourisme comme un thème à part, cependant les éléments inhérents du tourisme sont disséminés parmi les nombreux thèmes répertoriés (culture et loisirs, transports, emplois,...)¹⁰³. Les indicateurs ont plusieurs fonctions :

- *descriptive* : informer, prendre connaissance de l'état des lieux
- *explicative* : comprendre des situations et problèmes
- *normative* : aide à la décision
- *communication* : outil de sensibilisation¹⁰⁴.

L'évaluation et le choix des indicateurs du tourisme durable du Val d'Hérens s'est largement inspirée de la méthodologie proposée par Jean-Paul CERON dans son livre *Le tourisme durable dans les destinations, guide d'évaluation*. Cet ouvrage semblait apporter une démarche assez complète et facilement réalisable, dans le laps de temps à disposition pour la réalisation de ce présent travail. Toutefois, il est évident que les résultats obtenus ne seront qu'estimatifs. Une analyse plus approfondie serait naturellement nécessaire pour obtenir des résultats plus spécifiques et détaillés.

Cependant, il est important garder à l'esprit les limites de cette démarche par des indicateurs. Le choix des indicateurs est lié au jugement de valeur de la personne qui les choisit. Cette personne détermine le choix des indicateurs en fonction des données qu'elle a à disposition pour l'évaluer et ceci ne reflète pas forcément l'importance du critère. Elle apporte les indicateurs dont elle a besoin pour sa vision du tourisme durable, ceux qui vont l'amener à démontrer ce qu'elle cherche à prouver. Les indicateurs sont donc toujours une notion interprétée, un construit qui dépend de notre système d'information. De plus, étant donné l'ampleur du champ que sont le développement durable et le tourisme, il apparaît que définir un stade de durabilité d'après seulement quelques indicateurs sélectionnés équivaut à exécuter *quelques coupes sombres*¹⁰⁵.

5.2. CRITERES D'EVALUATION

Pour la détermination des impacts liés au tourisme des communes du Val d'Hérens, et également connaître leur degré de durabilité, le choix d'indicateurs relatifs aux différents critères de durabilité (environnement, économie et société) est impératif afin de considérer le tourisme et la durabilité dans sa globalité.

Nous allons nous baser sur certains indicateurs du tourisme durable que nous avons déterminé comme étant les plus significatifs, dans ce contexte précis du Val d'Hérens, en région de montagne.

Au niveau environnemental, la notion la plus pertinente nous semble être l'évolution du cadre paysager. Il nous intéresse de connaître l'emprise des constructions et infrastructures à but touristique, leur évolution et leur répartition sur le territoire. De

¹⁰³ Monitoring du développement durable MONET

¹⁰⁴ Notes de cours, DESS en Etudes Urbaines, intervention de A. DA CUNHA, 1^{ère} journée du 4 octobre 2005 sur « quels indicateurs pour une politique urbaine durable ? »

¹⁰⁵ CERON, p. 46

plus, la gestion de ces constructions et installations touristiques, depuis leur création jusqu'à aujourd'hui, nous paraît également un critère pondérant. Il en est de même de l'adaptation architecturale de ces constructions au contexte paysager, culturel et bâti, dont l'architecture vernaculaire est encore très présente dans certaines communes. Ces notions nous semblent pertinentes pour la durabilité du tourisme. Les cadres paysager et bâti distinguent une destination d'une autre, dont les atouts, à proposition d'attractivité touristique égale, peuvent faire pencher la balance pour attirer les touristes ou les repousser.

Les indicateurs environnementaux retenus sont en conséquent :

- la gestion de l'espace
- la gestion du patrimoine bâti¹⁰⁶.

Au niveau économique, il est primordial de connaître si les fonds investis dans le tourisme sont rentables ou non ; ce facteur dépendant de l'évolution du tourisme, de la façon dont s'est développé le volume d'activité, s'il est maintenu ou en régression. L'analyse de la provenance des fonds et rentrées économiques est également fondamentale. Il faut éviter la fuite des capitaux d'une part, et d'autre part analyser les potentialités de subventionnement des fonds. Un autre aspect à analyser ici concerne la typicité du Val d'Hérens, avec, comme certainement chaque vallée, ses propres spécificités, au niveau architectural, culturel, artisanal, agricole,.... Ces caractéristiques, pour perdurer, doivent être promues dans l'offre touristique et profiter tant aux populations locales et au maintien de leur patrimoine, qu'aux touristes. Est-ce le cas dans le Val d'Hérens ? C'est ce que les indicateurs économiques choisis vont tenter de démontrer.

Les indicateurs économiques pertinents dans ce contexte sont :

- la rentabilité
- la valorisation des ressources locales et l'économie de réseau

Au niveau social, le critère de durabilité décisif est lié à l'emploi. Comme on l'a vu, le tourisme est la branche économique la plus importante et souvent la seule développée en région de montagne, et plus particulièrement dans le cadre du Val d'Hérens. Le tourisme étant saisonnier et offrant souvent des emplois demandant peu de qualification ou une formation très spécifique que la majorité des habitants locaux n'a pas, la durabilité repose sur les démarches et alternatives entreprises pour palier à ces problèmes afin d'insérer la population locale à l'activité touristique. Une autre notion pertinente dans l'évaluation de la durabilité du tourisme dépend du critère de qualité de vie des populations locales. Les habitants doivent pouvoir profiter des apports du tourisme sans être pénalisés ou défavorisés quant à la qualité et au maintien des services, ni pour l'accessibilité au logement.

Les indicateurs sociaux choisis sont donc:

- l'insertion des acteurs du tourisme dans la société
- le cadre de vie et des services.

La durabilité du tourisme ne pourra être réellement évaluée qu'en pondérant les résultats obtenus dans les trois critères du développement durable.

5.3. INDICATEURS - ANALYSE

5.3.1. La gestion de l'espace

5.3.1.1. Introduction

*Le tourisme consomme l'espace en même temps qu'il le façonne*¹⁰⁷. Cette phrase illustre bien l'enjeu paysager. Le fonctionnement des destinations touristiques impose une importante pression sur les ressources naturelles, telles que le sol,

¹⁰⁶ L'usage des transports individuels motorisés et la construction des équipements routiers et parkings à but touristique constituent également un facteur très important à prendre en compte pour leurs impacts sur le paysage (grignotage de terres) et la pollution atmosphérique. Cependant, faute de temps, il ne fera ici l'objet d'un chapitre spécifique.

¹⁰⁷ CERON, p. 40

l'eau, l'air. Un équilibre est à trouver entre la conservation à l'état naturel, mais entretenu, du paysage et entre son exploitation destructrice à des fins touristiques. Qu'il s'agisse d'un sentier pédestre ou d'installation de remontées mécaniques, la branche touristique a un impact sur l'environnement puisqu'elle s'inscrit dans le territoire dont le sol naturel est vulnérable et à caractère non renouvelable. Tout se joue dans l'intégration au site.

Dans cette première partie de l'évaluation environnementale du Val d'Hérens et plus particulièrement via le développement touristique, il est question d'examiner l'évolution de ce que l'on peut appeler la *morphologie urbaine* quand bien même nous nous trouvons dans des villages de montagne et l'échelle est indubitablement réduite par rapport à une ville. L'attention va être portée sur deux échelles spatiales : d'une part sur l'échelle villageoise, commune après commune, et d'autre part sur l'ensemble du Val d'Hérens pour déterminer si des synergies, complémentarités ou contradictions se sont développées.

L'ensemble sera analysé au regard de l'échelle temporelle, puisqu'il s'agit d'analyser l'évolution du paysage au fil des ans et des saisons, de sa gestion et son développement spatial.

L'échelle temporelle concernant l'évolution année après année est à relier avec l'évaluation de la gestion du patrimoine bâti¹⁰⁸. Dans cette évaluation-ci, l'échelle est plus vaste et comprend l'espace au sens large, dans l'idée de la notion de paysage, tandis que le deuxième point de l'évaluation environnementale est à une échelle plus réduite et ciblée sur le milieu bâti.

L'enjeu de cette partie de l'évaluation environnementale est l'examen de l'expansion *urbaine* liée au tourisme et de sa gestion. Les destinations se sont développées selon des logiques propres, qu'il s'agit ci-après de déceler et tirer les conséquences de cet état des lieux.

L'étalement urbain est inéluctable pour développer et accueillir des touristes tout comme pour maintenir les habitants sur place et éviter la fuite vers la ville proche, en leur proposant des conditions de vie agréables et adaptées aux besoins.

Mais cet étalement du milieu bâti n'est envisageable que pour autant que la disponibilité essentiellement en logements soit insuffisante ou inexistante. Dans tous les cas, cet étalement doit être réfléchi et se faire dans les meilleures conditions : approprié aux besoins, intégré au contexte¹⁰⁹ et pensé dans une vision à moyen et long terme. En effet, *la forme urbaine se construit en même temps que son contenu économique et social*¹¹⁰.

Les moyens à disposition pour évaluer l'évolution environnementale du milieu bâti sur le milieu naturel concernent essentiellement les données propres aux constructions et aux terres agricoles.

Il faut souligner de prime abord qu'aucune donnée concernant l'état des équipements et des infrastructures n'a pu être obtenue. Ceci est révélateur d'une carence importante dans les statistiques (nationales, cantonales et communales) où le tourisme n'est évalué que par rapport au critère de l'hébergement, ce qui est réducteur.

La définition de l'étalement urbain se fera d'une part à l'échelle spatiale élargie de la commune, avec une étude photographique, comparant la vue d'ensemble des communes au début du XXème siècle¹¹¹ et la situation actuelle pour dégager la logique d'urbanisation de chaque commune. Cette analyse sera complétée par l'étude des plans d'aménagement de zones (PAZ), définissant pour les 15 ans suivant leur homologation l'espace à disposition pour l'expansion bâtie et touristique envisagée par chaque commune.

A une échelle plus théorique et statistique, la gestion de l'espace sera analysée de façon numérique. On y traitera d'une part des types d'hébergement proposés, certains ayant un impact plus ou moins prononcé selon sa forme d'hébergement, mais également de l'utilisation qui est faite de ces offres en hébergement, à savoir si les nuitées recensées sont adaptées à la capacité en hébergement proposée.

¹⁰⁸ Voir sous-chapitre 5.3.2.

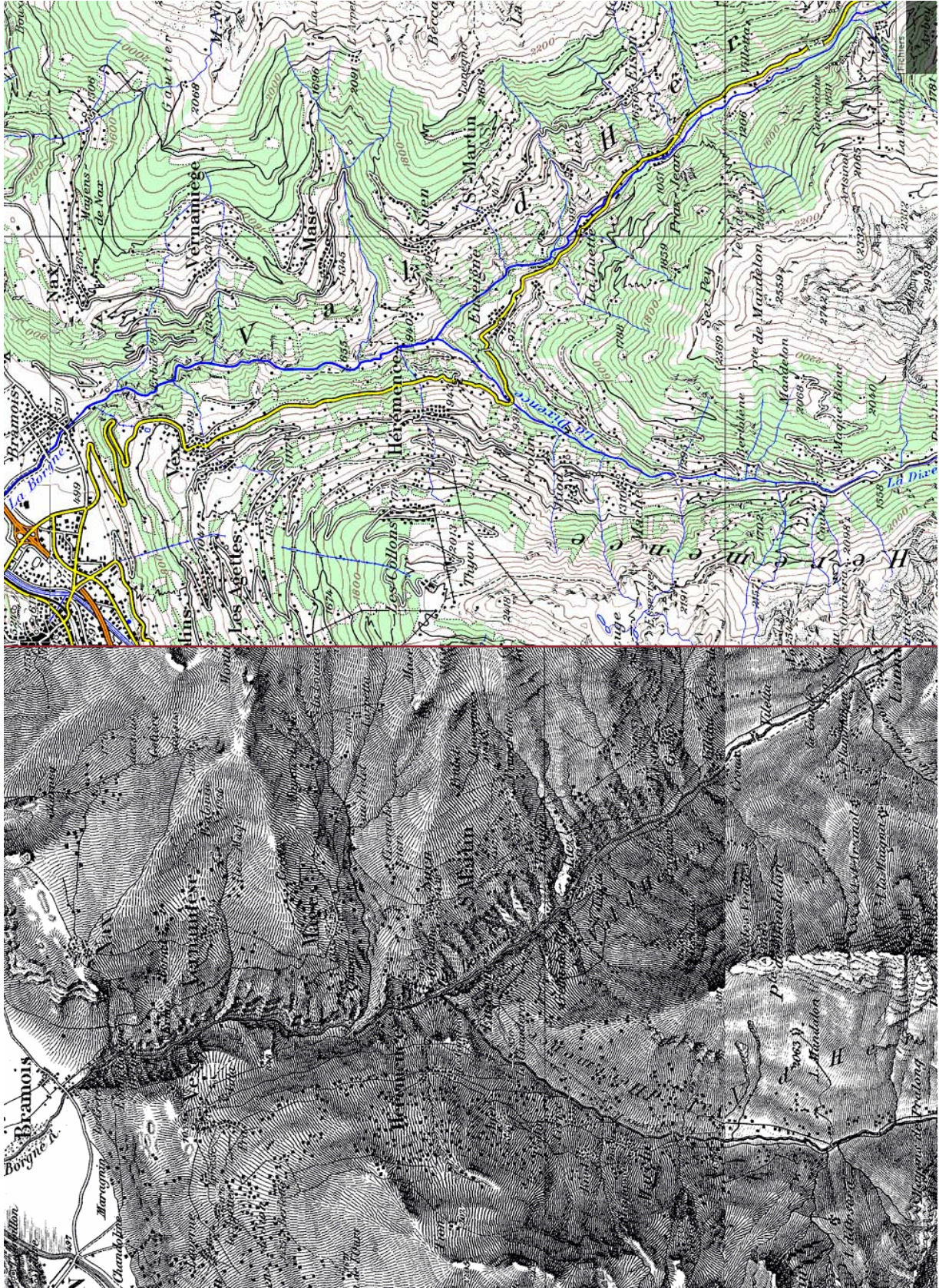
¹⁰⁹ Contextes paysager, culturel, social, environnemental et économique essentiellement.

¹¹⁰ DA CUNHA, la ville, système dans un système de villes, p. 4

¹¹¹ plan Dufour à disposition

5.3.1.2. Evaluation par les photos

Comme on l'a vu plus haut, le tourisme a débuté dans le Val d'Hérens dans les années '50 – '60. Avec la venue des touristes, de nouveaux logements ont été édifiés, de tous types, ainsi que les infrastructures relatives aux activités sportives et de loisirs proposées. Cinquante ans plus tard, en comparant des photos d'hier et d'aujourd'hui, on constate que l'espace bâti s'est considérablement étendu, avec une fragmentation spatiale, au détriment des terres agricoles pour l'essentiel.



Carte 1: Evolution du territoire, entre le début du XXème siècle et maintenant (données cartes Dufour)

Les communes de Nax, Vernamiège, Mase, Saint-Martin, Hérémente et les Agettes, ainsi que la station des Collons, se sont développées en bâti suivant le modèle linéaire, le long de l'axe routier principal, dans une proportion plus modeste et correspondant à l'expansion normale d'un village dont la fonction première n'est pas le développement touristique mais l'habitation permanente.



Hérémente

Pour les autres communes du Val d'Hérens (Vex et Evolène), les centres des villages se sont considérablement développés et certains espaces voués au tourisme et aux résidences secondaires

se sont retrouvés englobés dans le nœud villageois malgré eux, l'intensification de la zone à bâtir ayant dépassé la vision de développement de l'époque.

Parallèlement, d'autres secteurs touristiques ont vu le jour, développés d'une manière autonome et autarcique, dans des hameaux, donnant ainsi une image du village *polynucléaire*¹¹².



Quartier de l'Alpage, Thyon

C'est le cas sur la commune de Vex avec la station intégrée de Thyon, construite dès 1970 ou, plus récemment, avec le développement de 60 chalets individuels dans la zone de *l'Alpage*.

Sur la commune d'Hérémente, tout le secteur des Masses, mayens d'alpage d'autrefois, s'est également développé considérablement en une quinzaine d'années, là également pour des logements individuels. La commune d'Evolène suit également cette tendance, par la construction de résidences secondaires groupées sur Arolla et la Sage, tout comme Mase et sa zone de résidences

secondaires dans la zone des mayens d'alpage. Dans ces communes, l'espacement entre les pôles bâtis n'est plus à l'échelle piétonnier mais ne peut se faire que le long d'axes routiers, par des transports motorisés. A l'étalement des fonctions et de l'urbanisation correspond un accroissement des mobilités.

Ce développement spatial de chaque commune correspond à l'optique touristique choisie par les communes. La concentration et croissance des espaces bâtis a lieu sur les communes qui ont développé des activités et attractivités touristiques (construction d'infrastructures y relatives si nécessaire), comme le ski, l'alpinisme,... On ne peut parler sur les autres communes de tourisme qu'en raison de la présence d'excursionnistes, dont les données ne sont pas répertoriées¹¹³, ou de touristes fidèles qui y possèdent une résidence secondaire.



La station des Collons, en 1967, avant son développement et actuellement

¹¹² BOCHET, p.4

¹¹³ Ne séjournant pas sur place, ils ne figurent pas dans les données relatives à l'hébergement. Ils peuvent figurer dans les données sur la restauration, cependant, les touristes venant principalement pour les balades, ces derniers ne consomment généralement pas sur place car prenant leur pic-nic dans leur sac.

D'une manière générale sur l'ensemble de la Vallée, on assiste à un mitage de l'habitat. Les constructions s'étendent de toutes parts, façonnant une sorte de zone tampon entre le village et les zones agricoles et forêt. Certes, on remarque que ce phénomène n'est pas nouveau, car existant déjà au début du XXème siècle, mais s'étant considérablement aggravé depuis. Dans tous les cas, qui dit étalement de l'habitat dit étoffement des accès, souvent gaspilleur d'espaces libres si l'implantation ne se fait qu'en raisonnant pour le client, sans penser à une vision à moyen et long terme pour les voisins. La forme urbaine de ces villages est éloignée d'une vision écologique, avec un développement des constructions exigeant un minimum de ressources (sol, énergie liée aux déplacements, eau,...). Elle correspond plutôt à une urbanisation de plus en plus étalée, hétérogène et fragmentée.



Mase et son mitage des habitations au quartier de l'alpage

De plus, en analysant les terres autres que celles dévolues à la construction, on remarque que l'étendue des zones destinées au loisir de ski alpin (remontées mécaniques, canons à neige, piste de ski,...) endommage également le territoire et, au fur et à mesure des ans et en raison de l'emploi des canons à neige et des composants qu'ils propagent pour obtenir de la neige artificielle, on constate un retard de la période de végétation qui pourrait, à moyen ou long terme, détériorer l'aspect visuel des prairies alpines. Ceci est d'autant plus frappant que ces espaces sont donnés à voir à toute personne,



Village d'Hérémence et hameau des Masses

étant donné d'une part leur grande étendue et d'autre part l'absence de tout boisement ou arbres, car la présence de ces derniers gêne la pratique du ski sur des larges pistes. Les communes concernées sont celles de Nax, Evolène et Vex. Pour ce qui est des terres agricoles, zones tampon entre les zones à bâtir et la forêt, on constate que les terres sont de moins en moins entretenues, ce qui présente une image quelque peu négative du paysage, puisque l'espace est de part et d'autre menacé d'embroussaillage. Les forêts du Val d'Hérens sont saines, et ces

embroussailllements ne sont nullement nécessaires. Ils ne surviennent d'ailleurs pas par volonté mais par négligence. L'agrotourisme et les projets comme le DRR devraient permettre de freiner cet état de fait et de maintenir et mettre en valeur le paysage.

5.3.1.3. Evaluation des plans d'aménagement des communes

Nous allons maintenant analyser les politiques d'aménagement des communes pour connaître leur vision sur 15 ans environ, période de validité d'un plan d'affectation de zones¹¹⁴ (PAZ) et règlement communal des constructions et des zones (RCCZ).

La constatation a été faite que dans la majorité des cas, des zones spécifiques au tourisme, appelées *zones touristiques* (Hérémence, Evolène), *zones d'habitat touristique* (Nax), *zones de chalets* (Vernamiège, Mase, Nax, Hérémence, Evolène, Vex), *zone mixte touristique résidentielle commerce* (Saint-Martin) *zone mixte touristique et d'intérêt général* (Mase), sont prévues dans ces plans d'aménagement. Pour la commune de Vex, l'appellation diffère, mais l'on sait que les secteurs de Thyon, les Collons et les Mayens-de-Sion ne sont que touristiques puisque, hors saison, on ne dénombre qu'une vingtaine d'habitants résidents. Ces secteurs ont également une affectation et un règlement qui leur sont propre. Ces zones vouées

¹¹⁴ Toutes les communes sont en possession d'un et d'un RCCZ actualisé, ou en cours d'homologation.

au tourisme se trouvent dans les secteurs à proximité des attractivités de loisirs et détente proposées, ou sur les anciennes zones de mayens¹¹⁵, à chaque fois, en dehors des nœuds villageois. Cependant, le phénomène des dangers naturels liés aux avalanches et crues principalement, entre souvent en conflit avec les zones à bâtir. En effet, au sein de secteurs déjà bâtis depuis longtemps, certains espaces sont restés libres de construction en raison du danger. La tendance actuelle est de minimiser ces zones, pourtant dangereuses et répertoriées, et autoriser les constructions jusqu'en limite du secteur (zone bleue pour les avalanches). Ceci est regrettable lorsque l'on sait l'imprévisibilité que peuvent avoir ces dangers naturels, et l'on se souvient de la catastrophe d'il y a 5 ans à Evolène, où une avalanche meurtrière a anéanti des secteurs habités.

En ce qui concerne la densité des constructions autorisée dans le PAZ, celle-ci diffère selon l'implantation. Proche des centres et attractivités touristiques (et zones mixtes), la densité varie entre 0.6 et 0.8¹¹⁶. Ailleurs, dans les secteurs destinés essentiellement à des résidences secondaires, la densité se réduit sensiblement pour atteindre des zones entre 0.5 et 0.2. Si l'on s'en tient aux recommandations des aménagistes¹¹⁷, l'application d'un indice d'utilisation inférieur à 0.3 équivaut à un gaspillage de terrains à bâtir et à une hausse des dessertes et à leur coûts et nuisances y relatifs. En comparaison, les centres urbains ont un indice d'utilisation variant entre 1.5 et 2.5. Au niveau politique donc, les mesures ne sont pas suffisantes pour garantir un habitat concentré. L'étalement urbain est ainsi permis en quelque sorte par la législation. De plus, ce phénomène peut s'aggraver, du fait que la densité préconisée dans les PAZ et RCCZ est une densité maximum préconisée. Des constructions avec un indice d'utilisation du sol inférieur peuvent voir le jour, si l'autorité compétente pour délivrer l'autorisation de construire le leur permet. Et ce phénomène est constaté dans quasiment toutes les zones pour habitations individuelles, puisque les propriétaires n'utilisent que 60 à 70% de l'indice d'utilisation du sol de ce dont la loi les autoriserait, même dans les grandes villes comme Zürich¹¹⁸.

Si l'on compare maintenant les surfaces à disposition pour le tourisme – zones touristiques - et les constructions déjà implantées, on remarque que beaucoup de secteurs ne sont pas entièrement construits, c'est-à-dire que l'on ouvre de nouveaux secteurs à la construction alors même que certaines parcelles restent à construire dans les zones déjà affectées à la construction.

Certes, le dimensionnement de la zone à bâtir – pour les touristes et populations locales – n'est pas une chose aisée pour les communes. Elles doivent éviter le surdimensionnement, tout comme le sous dimensionnement, tout en assurant une certaine flexibilité du marché foncier et planifier un développement sur le long terme (10-15 ans). Toutefois, les lois étant dans bien des cas dérogées au cas par cas, il serait bon d'être le plus exigeant possible lors de la définition des plans d'affectation de zones. Il faut toutefois ici noter que certains secteurs sont placés provisoirement en zone à aménager afin qu'un plan de quartier ou plan d'aménagement détaillé soit effectué avant l'ouverture de la zone à la construction. Ce phénomène est fort louable pour les secteurs sans aucune construction, pour lesquels il est favorable de planifier les constructions avec une vision d'ensemble, afin d'utiliser le sol d'une manière la plus rationnelle qui soit. Pour les secteurs partiellement bâti, cette vue d'ensemble est plus complexe car devant faire avec l'existant, qui lui, n'a pas forcément été planifié dans une vision à moyen et long terme.

Au niveau des politiques d'aménagement territorial, on peut donc relever que le bilan est très mitigé, voir défavorable en ce qui concerne la gestion politique de l'espace, puisque les densités préconisées sont trop faibles pour permettre une utilisation judicieuse et rationnelle du sol. De plus, les secteurs ouverts à la construction sont assez importants, dans la période actuelle où la tendance est plus à une diminution de la zone à bâtir qu'une augmentation.

¹¹⁵ Autrefois lieux de résidence secondaire des locaux qui menaient paître le bétail sur les terres agricoles.

¹¹⁶ Ces chiffres correspondent à l'indice d'utilisation du sol, soit la surface brute de plancher divisée par la surface du terrain.

¹¹⁷ L'indice d'utilisation du sol, FUS

¹¹⁸ Notes de cours DESS en études urbaines, 12^{ème} journée du 14 janvier 2004, propos de M. RUMLEY, directeur de l'Office fédéral du développement territorial, à Berne concernant les conditions d'amélioration de la durabilité en matière de développement urbain

5.3.1.4. Evaluation des types d'hébergement

Le type d'hébergement privilégié par les communes permet d'évaluer d'une façon très brève l'expansion du bâti sur les espaces libres. En effet, des chalets individuels sont très gourmands en terrains, pour leur construction, leurs aménagements extérieurs, leurs accès et parkings. A l'opposé, un hôtel est un mode d'hébergement beaucoup moins gaspilleur d'espace, pour autant qu'il soit de taille adaptée. De plus, les hôtels cumulent assez fréquemment les fonctions, à savoir qu'ils proposent également un ou des restaurants, piscine,... services que les structures de logements individuels n'ont pas à disposition mais doivent fournir en plus, et donc consommer encore de l'espace.

Dans les communes du Val d'Hérens, on remarque que la tendance est particulièrement axée sur la para-hôtellerie, avec les

résidences secondaires, que ce soit dans des appartements de vacances (Collons, Thyon) ou les chalets individuels (toutes les communes). Seule la commune d'Evolène possède un pourcentage d'hôtels assez élevé ; sur les autres communes,

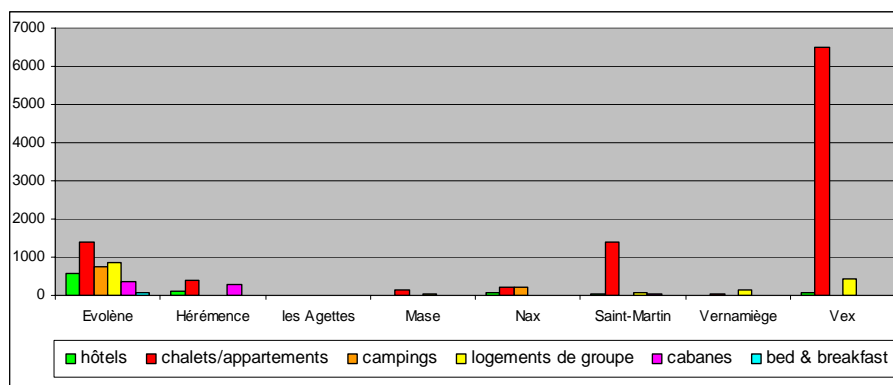


Tableau 5 : capacité d'hébergement, en nbre de lits, par type d'hébergement, pour l'année 2005

l'offre hôtelière est très restreinte (1-2 hôtels à Nax, Saint-Martin et Vex - les Collons, Hérérence) voire inexistante (Mase, Vernamiège, les Agettes). Pourtant, l'hôtellerie constitue l'épine dorsale du tourisme suisse¹¹⁹. Sur l'ensemble du Val d'Hérens, 84% de la structure en hébergement correspond à des lits en chalets et appartements, 6% de lits d'hôtels et 10% de logements de groupe¹²⁰. Cette situation est déplorable du point de vue de la durabilité environnementale car à ce phénomène de gaspillage de l'espace par des habitations individuelles est lié celui de la pollution atmosphérique par l'utilisation des véhicules motorisés privés. En effet, on constate que tous les propriétaires accèdent à leur chalet ou appartement avec leur véhicule privé. Vu l'étalement, la dispersion et la distance entre les lieux d'hébergement et les lieux de services (commerces, restauration,...), aucun moyen de transport public ne pourrait assurer un service compétent et concurrentiel¹²¹, ce qui est fortement regrettable pour la durabilité environnementale de la région. On est loin de la station de Zermatt, interdite à toute circulation motorisée et basée essentiellement sur l'hôtellerie.

Si l'on compare la situation des communes du Val d'Hérens avec celle du Valais¹²², on note que le Val d'Hérens suit la tendance valaisanne, fortement constituée par une offre en chalets et appartements individuels, mais, dans les deux cas, cette situation est nettement supérieure à la moyenne suisse, qui se situe à 45% des offres de para-hôtellerie¹²³ (80% pour le Valais, et 93% pour le Val d'Hérens). Le Val d'Hérens compense même son manque d'hôtel par ce type d'hébergement. Les logements de groupes et les campings occupent une part assez faible de l'ensemble de l'offre. Par contre, on peut relever que l'hébergement chez l'hôte (*bed and breakfast*) commence à voir le jour depuis environ 4-5 ans de le Val d'Hérens, mais cette offre correspond à la demande encore trop faible et ne répond en principe qu'à un besoin pour une seule, voire deux nuitées au maximum.

¹¹⁹ le tourisme suisse en chiffres, p. 14

¹²⁰ PITTELOU, p. 6

¹²¹ D'ailleurs il y aurait beaucoup à dire sur le système de transport public dans la vallée, mais comme déjà soulevé, ce mémoire ne traitera pas en détail ce thème, faute de temps. En bref, 4 liaisons permettent de gagner la Vallée depuis la plaine et la gare de Sion : une liaison Sion - Vex - Les Collons - Thyon, une liaison Sion - Vex - Hérérence - Grande Dixence, une liaison Sion - Vex - Evolène, Les Haudères, puis direction Arolla ou la Sage et enfin une liaison Sion - Nax - Vernamiège - Mase - Saint-Martin. Par contre, aucune liaison directe pour se rendre d'Evolène à Saint-Martin ou de Saint-Martin à Hérérence sans devoir redescendre sur Sion, pourtant la liaison routière existe. Au niveau des horaires également les transports publics ne sont pas concurrentiels avec l'utilisation de véhicules motorisés privés : dès 19h, impossible de gagner la Vallée, ni la plaine.

¹²² Voir annexe 9.6 structure des hôtes en Valais en moyenne annuelle 1999/2000

¹²³ le tourisme suisse en chiffres, p. 9

En conséquence, le type d'hébergement privilégié par les communes, qui découle en fait de la politique communale en matière d'aménagement (puisqu'un hôtel ne peut s'ériger dans une zone avec un indice d'utilisation de 0.2 ou 0.3 proposés dans les PAZ des communes), est le plus grand gaspilleur d'espace libre et si des mesures ne sont pas prises sous peu, le territoire sera irrécupérable car avec des constructions disséminées et des espaces intercalaires insuffisants pour l'implantation de nouvelles constructions.

5.3.1.5. Evaluation des nuitées

Il semble nécessaire de mentionner ici que cette évaluation des nuitées ne peut être à elle seule porteuse, du fait que les statistiques ne comptabilisent que les nuitées dans les hébergements commerciaux, avec location d'une chambre à l'hôtel, dans un appartement, chalet, logement de groupes ou camping. Pourtant les chalets et appartements privés sont en nombre prépondérant. Il est capital de tenir compte de ce manque de données dans l'analyse des résultats à suivre.

Par évaluation des nuitées, on entend comparer la capacité d'hébergement à disposition pour chaque type d'hébergement aux données statistiques des nuitées recensées, afin de connaître le taux d'occupation de ces logements d'une part, et, si possible, d'obtenir des données concernant la répartition sur l'année de cette occupation des hébergements.

En Valais, le taux d'occupation des hôtels est d'environ 46%¹²⁴, chiffre qui correspond à 1% près à celui des stations de montagne ainsi qu'également à la moyenne au niveau suisse en général. Cependant, au niveau du Val d'Hérens, la tendance est évidente : sous-exploitation. Le seul chiffre qui peut être parlant est celui de la commune d'Evolène, puisqu'elle regroupe 16 établissements, occupés en moyenne 14% de l'année, encore moins pour les hôtels de Nax et Saint-Martin. On peut relever également les 43% d'occupation des 2 hôtels aux Collons qui correspondent à la moyenne suisse. Ces résultats, qui en fait se répercutent depuis plusieurs années et qui ont d'ailleurs été à l'origine de changement d'affectation de plusieurs hôtels en logements de groupe, doivent être analysés par les acteurs du tourisme afin de trouver des solutions. Autant les chalets individuels sont gaspilleurs d'espace, autant un hôtel est pourvoyeur d'emplois, plus ou moins fluctuant sur l'année selon l'occupation, mais un service minimum doit être maintenu. Avec de tels taux d'occupation inférieurs à 15% sur une année, on peut s'interroger sérieusement si de tels établissements doivent être maintenus, puisque ne correspondant pas ou plus à la demande. Ces hôtels, dans leurs configurations relativement anciennes, ne respectent d'ailleurs pas toujours les normes de sécurité. Une autre alternative serait de trouver une formule différente, moins classique de l'hôtellerie¹²⁵.

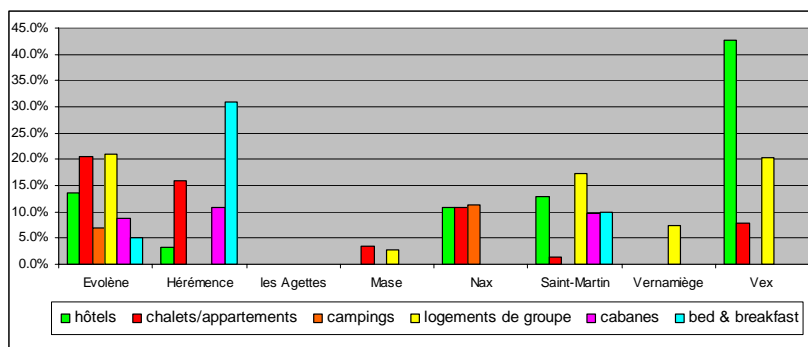


Tableau 6 : taux d'occupation des lits d'hébergement, par type, pour 2005

Pour ce qui est de la para-hôtellerie, les chiffres fournis par les communes montrent à nouveau une commune d'Evolène qui présente un taux d'occupation de ses logements en para-hôtellerie (23%) supérieur aux autres communes, la commune d'Hérémece avec un taux de 16%, tandis que les autres communes ont une occupation minimale, avoisinante ou inférieure à 10% (Vex, Saint-Martin, Nax, Mase, Vernamiège et les Agettes).

¹²⁴ Le tourisme suisse en chiffres, p. 15 et 16

¹²⁵ Voir au chapitre 5.3.1.7. Synthèse et éléments de solution

Cependant, échelonné sur l'année, le taux d'occupation varie sensiblement. En effet, tous les logements affichent un taux d'occupation de 90% et plus la semaine entre Noël et Nouvel An, 3 semaines en février, lors des vacances de carnaval et les mois de juillet et août concentrent également une part moyenne d'occupation des logements. Pour la station de Thyon-Les Collons, 84%¹²⁶ des nuitées se réalisent en hiver, alors que pour Evolène et Nax, la répartition entre saison hivernale et

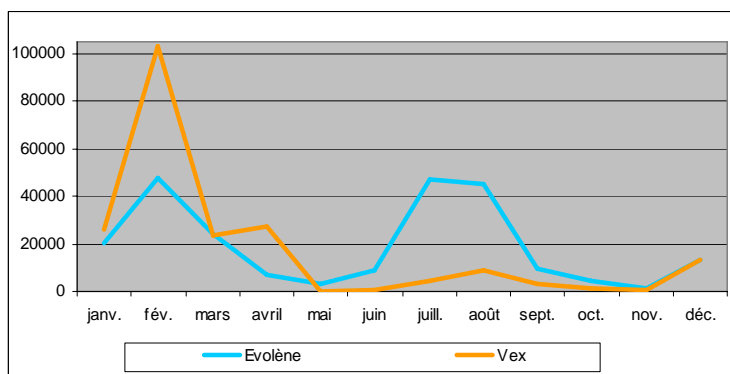


Tableau 7 : taux d'occupation des lits d'hébergement, par mois, en 2005

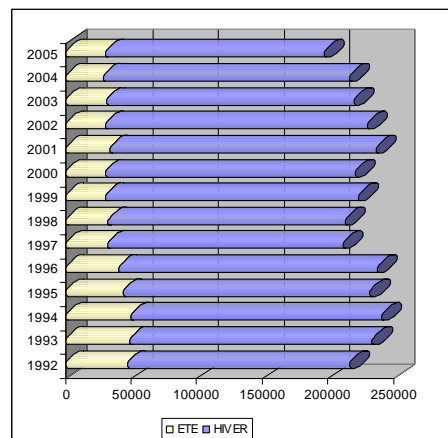


Tableau 8 : évolution et répartition des nuitées dans les stations des Collons et Thyon

estivale est plus ou moins semblable (50-50). A l'entre-saison, quelques logements épars sont occupés, mais on ne peut parler de demande réelle pour ces périodes creuses, d'ailleurs, aucune offre ou manifestation particulière et singulière n'est proposée en ces dates.

Il faut préciser ici qu'autrefois les agences de location affichaient complet et devaient refuser du monde les deux semaines de Noël et Nouvel An, mais les touristes ont délaissé quelque peu ces stations en cette période¹²⁷ du fait d'une part de l'offre concurrentielle des pays exotiques (il est vrai que le prix des logements n'est pas forcément élevé dans la vallée et est même comparable à celui des stations françaises, mais en additionnant logement, restauration, abonnement et équipement de ski, la facture finale revient assez élevée pour une famille). D'autre part le réchauffement climatique et le décalage des premières neiges fait que, malgré la présence de canons à neige, l'enneigement minimum n'est pas toujours assuré et les touristes n'aiment pas l'insécurité, d'autant plus quand l'offre annexe à l'offre en ski est réduite. En effet, le Val d'Hérens ne possède pas de station thermique par exemple, bon complément touristique indépendant des conditions météorologiques.

Aux vues de ces constations, l'espace territorial est gaspillé car les constructions en hébergement existantes sont exagérément sous-utilisées, ce qui veut dire que nombre d'entre elles n'auraient pas dû être érigées et n'auraient pas dû obtenir d'autorisation de construire de la part des autorités compétentes car vouées à un endettement certain dès le départ et dont les perspectives d'avenir ne sont guère plus réjouissantes.

5.3.1.6. Synthèse et éléments de solution

Pour conclure sur l'évaluation de la durabilité environnementale du tourisme dans le Val d'Hérens au regard de la gestion de l'espace, nous pouvons affirmer que les communes du Val d'Hérens sont de grandes gaspilleuses d'espace, ce qui ne correspond en rien à une attitude durable, avec une vision dans le moyen et long terme. L'étalement urbain est dicté plus par des principes de réponse à la demande touristique actuelle et à la volonté de personnes privées que par des principes de pérennité du tourisme. On se retrouve face à des zones bâties plus ou moins compactes, moyennement denses (proportionnellement à la considération qu'il s'agit de villages et non de villes) mais dont l'urbanisation n'est pas continue. Afin de remédier à cet état de fait, il faudrait en préambule que les acteurs engagés dans le tourisme prennent conscience de ce problème, et que parfois, il faut savoir perdre des clients, leur expliquer pourquoi leur projet ne tient pas, plutôt que de rechercher la rentrée de gain à court terme.

¹²⁶ WETTERWALD, p. 8

¹²⁷ Ceci concerne essentiellement la 1^{ère} semaine de vacances, celle de Noël

Nous allons maintenant énumérer quelques suggestions, éléments de réponse, pour se tourner vers la durabilité et la conservation, maintien et préservation d'espaces libres, sans toutefois avoir la prétention qu'appliqués, ils seront à eux seuls garants de pérennité touristique.

On peut prétendre de prime abord qu'au niveau des plans d'affectation de zones, on pourrait en premier lieu ne plus se contenter de définir l'étalement urbain en fonction de l'indice d'utilisation du sol, ou en tous les cas exiger l'emploi de la densité maximale autorisée. Il serait préférable de définir un produit, ce que l'on veut développer (un produit à haute valeur ajoutée nécessite plus de surface de terrain) et d'insérer dans le règlement une surface de parcelle exigée (entre 500 et 700 m² pour un habitat à faible valeur ajoutée, au maximum 1'000m² de terrain pour des constructions à haute valeur ajoutée). Deuxièmement, la solution des plans de quartier est très intéressante, puisqu'elle définit un périmètre plus étendu que la simple parcelle et permet ainsi la vision globale. Ils devraient être imposés là où la zone est suffisamment grande (plus de 4'000 m²). Les autorités auraient ainsi la tâche simplifiée pour constater si le sol est utilisé de manière rationnelle ou non. Troisièmement, la loi sur l'aménagement du territoire impose aux communes d'établir des plans d'équipement définissant les zones équipées, celles qui le seront dans les 5 ans et 10 ans. Pourquoi ce principe ne pourrait-il pas être appliqué aux nouvelles zones à bâtir ? Il s'agirait aux communes d'ouvrir à la construction certains secteurs à la fois, suivant un échancier défini lors de l'élaboration du PAZ. Ceci permettrait de densifier une zone après l'autre, et si l'évolution de la construction à régressé, de freiner l'étalement sur d'autres secteurs, et ainsi éviter le mitage. De plus, il faudrait trouver un moyen pour densifier au maximum chaque secteur déjà partiellement construit, en ayant une politique contraignante pour le propriétaire, en lui imposant une construction dans les 5 ans ou la vente de son terrain, pour l'inciter à construire, ou à vendre, et ainsi permettre la construction à l'intérieur des *nœuds* bâtis.

En ce qui concerne le type d'hébergement préconisé, les résidences secondaires (chalets ou appartements), il faudrait d'abord avoir une attitude privilégiant l'hôtellerie plutôt que l'habitat dispersé et gourmand d'espace. D'ailleurs, les présidents des communes ont dans l'idée l'implantation d'un hôtel régional, haut de gamme, visant la clientèle à forte valeur ajoutée ; sa destination n'a pas encore été avancée pour l'heure.

Pour ce qui est des résidences secondaires, puisque ce mode d'hébergement semble correspondre à la demande, là aussi des solutions peuvent être trouvées pour remédier à l'« invasion » de ce type d'hébergement. On pourrait par exemple taxer les résidences secondaires, ou imposer un système de *sale & leaseback*, contraignant le propriétaire à louer son logement lorsqu'il n'est pas là, ce qui permettrait de diminuer la construction de chalets et de répartir le taux d'occupation sur une période plus longue que 3 semaines par année. Un autre moyen à mettre en place par les autorités communales serait d'instaurer un quota de constructions par année, principe adopté en Haute Engadine¹²⁸, où sur la base de dossiers déposés au service de l'aménagement et l'architecture de la commune, les projets seraient analysés selon les critères de durabilité et seuls quelques projets correspondant aux critères définis pourraient voir le jour. Le proverbe « le client est roi » n'est applicable que pour les demandes réalisables en un rien de temps. Pour les questions d'aménagement et planification du territoire, une étude plus approfondie doit être effectuée. Dans tous les cas, pour les projets de complexes et centres hôteliers ou de résidences secondaires, une étude de faisabilité devrait être imposée et la délivrance de l'autorisation de construire accordée que si les critères de durabilité ont été démontrés.

Toutes les stations de montagne sont concernées par le problème des résidences secondaires et des solutions ont été apportées pour faire face à l'étalement urbain avec de nouvelles constructions générant de nouveaux lits froids. Pour y remédier, il faudrait une imposition financière plus forte sur le logement, qui serait réduite en cas de location partielle ou totale. Une autre solution serait d'offrir des rendements plus adaptés à l'investissement pour la location, en proposant par exemple le système de « package » transport/hébergement/restauration/animation, avec répartition des recettes permettant de générer des fonds nécessaires à tous les partenaires (logeurs, hébergeurs, remontées mécaniques, animations,...).

Pour freiner les nouvelles constructions, Zermatt a inséré dans sa réglementation communale une prescription qui privilégie les acheteurs à l'année, en obligeant que sur 10 appartements construits, 3 doivent absolument être habités en

¹²⁸ Suite à une initiative populaire, le nombre de nouveaux logements de vacances est limité à 100 par année, O. GRIVAT

permanence. Pour les six communes de la destination touristique de Crans Montana, la situation est extrême et toutes les zones à bâtir sont devenues zones de réserve pour une durée d'une année.

Mais la solution à échelle plus globale pour mettre un frein à ce gaspillage d'espace libre au profit de la construction d'infrastructures et hébergements, serait que le projet de biosphère Maya Mont-Noble¹²⁹ aboutisse. En effet, un tel projet est une structure pérenne, promouvant la découverte de la nature, du paysage et du patrimoine, empêchant dès lors la construction d'infrastructures lourdes, comme des remontées mécaniques, carrières, barrages,... et toute nouvelle construction qui gâcherait l'aspect typique et traditionnel des lieux. Cette reconnaissance pourrait être le *moteur d'un nouveau social et d'innovations économiques et environnementales*¹³⁰.

5.3.2. La gestion du patrimoine bâti

5.3.2.1. Introduction

Tout espace paysager à l'état naturel a des qualités, spécificités. Cependant, pour attirer les touristes et apporter des revenus à la population locale qui en vit, il faut vendre ce paysage d'une part, et avoir une structure d'accueil proportionnelle et adaptée à la masse touristique que l'on veut y attirer. Car une surfréquentation peut détériorer ce paysage. A l'opposé, si un marketing n'est pas mis en place ou est inefficace et que les touristes ne viennent pas, cela ne servira à rien car le personnel, les infrastructures, équipements et services mis à disposition seront inutilisés. Un juste milieu doit être trouvé.

Le paysage constitue un atout non négligeable dans le choix d'une destination touristique, l'élément qui amènera le touriste sur place. Cependant, une fois la destination atteinte, d'autres critères permettent au touriste de juger de la qualité globale de la destination, qui l'inciteront à revenir ou vanter la destination. Parmi eux, la qualité du patrimoine bâti.

Par patrimoine bâti, on entend ici, et ce sont les trois éléments que nous allons analyser dans le cas du Val d'Hérens :

- le patrimoine bâti ancien et vernaculaire, typicité de la région
- le patrimoine bâti touristique existant
- les nouvelles constructions.

L'enjeu de la gestion du patrimoine bâti est de connaître si les erreurs du passé ont servi de leçon pour la gestion actuelle du bâti et la création de nouveaux logements, si les constructions actuelles et nouvelles reflètent la demande touristique, les exigences environnementales actuelles et si elles sont intégrées architecturalement au contexte.

5.3.2.2. Mise en valeur du patrimoine bâti vernaculaire

Le patrimoine bâti ancien et vernaculaire, typique du lieu, doit être conservé, protégé et rénové. Ces éléments font partie de la culture du lieu, composante de l'offre touristique. C'est pourquoi il est nécessaire de maintenir la tradition, la conserver dans l'esprit de l'époque. Avant de mettre en valeur ce patrimoine bâti vernaculaire, il faut identifier les éléments qui en font partie, pour ensuite les préserver et gérer la fréquentation des touristes en ces lieux et gérer leur état de vétusté.

Dans le Val d'Hérens, beaucoup de spécificités, tant dans la typologie d'habitation des vieilles maisons, mayens, raccards et greniers (proportion, matériaux utilisés,...) que pour les sanctuaires ou pour les lieux d'activité diverses en relation avec l'agriculture¹³¹ et qui ont été restaurés, sont encore bien présentes dans le paysage hérensard. Et il faut reconnaître que depuis une dizaine d'années environ, un regain d'attrait pour les vieilles traditions a vu le jour. D'ailleurs, la vallée compte 3 musées sur le patrimoine traditionnel et un musée de glaciologie. Pour ce qui est des chapelles entre autres, elles ont de tous temps été maintenues en l'état et sont visitables en tous temps, sans qu'on y voit des traces de désagrègement.

¹²⁹ En Suisse, pour qu'un projet de biosphère soit accepté par l'UNESCO, il doit d'abord répondre aux critères d'un parc d'importance nationale, en l'occurrence ici d'un parc naturel régional

¹³⁰ OPPIZZI, p. 26

¹³¹ Voir sous-chapitre 4.1.2.

Sur presque toutes les communes, des bâtiments datant du début du siècle sont rachetés par les communes pour les restaurer et les transformer en édifice public, comme musée ou maison communale,... Mais à chaque fois, il s'agit de cas particulier, sans logique, structure propre à la mise en valeur d'un patrimoine tout entier (villageois). Le problème réside dans le fait que pour la plupart des constructions, elles appartiennent à des propriétaires privés, sur lesquels l'autorité, communale ou cantonale, ne peut exercer de pression pour l'inciter à restaurer (sauf pour des raisons de sécurité), à moins qu'elle n'achète le bâtiment.

Un autre moyen à disposition pour préserver ce bâti vernaculaire est le classement de certains bâtiments digne de protection dans un inventaire (ISOS¹³², IFP¹³³, monuments historiques fédéraux et cantonaux, ...). Le Val d'Hérens compte 6 hameaux et villages qui sont répertoriés dans l'inventaire IFP et classés sites d'importance nationale. Il s'agit d'Evolène, les Haudères et Lana, Hérémenche et Mâche ainsi que Mase. La Vallée compte également 10 monuments historiques classés dont les plus vieux datent du XI^{ème} siècle. L'inscription dans de tels recensements permet *une lecture du tissu à protéger et de ses environnements qui fournit une base solide à l'aménagement du territoire*¹³⁴.



Village d'Evolène

La commune de Saint-Martin est exemplaire dans le maintien et l'encouragement à la restauration de son patrimoine vernaculaire (mayens) ayant restauré des groupements entiers (L'A Vieille, Greferic, Ossona). Ceci n'aurait pu se faire sans une vision claire et une politique d'aménagement communale, avec le soutien financier de quelques propriétaires privés (pour L'A Vieille) et grâce à des subventionnements. L'objectif est de maintenir le paysage traditionnel d'autrefois, avec une pratique de l'agriculture extensive sur les lieux spécifiques à préserver (steppes). Les rénovations et transformations doivent se faire selon le mode de construction typique au Val d'Hérens, avec une toiture en pierre ou en bardeaux, respectant le gabarit d'origine du bâti ainsi que des ouvertures. L'enjeu de cet investissement, en plus de l'aspect paysager ainsi que celui d'assurer la sécurité aux abords de ces constructions (certaines ont, avec le temps, des géométries qui défont parfois les lois de la gravité, avec des matériaux prêt à tomber) est de pouvoir faire connaître la commune et la région, avec ses traditions, en offrant les logements publics rénovés comme gîtes d'accueil.



L'A Vieille



Greferic



Ossona

Cette démarche est un projet pilote de la Confédération, qui attend de voir l'apport et la demande touristique pour encourager les autres communes suisses dans cette voie, à condition toujours d'avoir une vision régionale et non individualiste. Cependant, il faut bien relever que les communes voisines attendent de voir l'impact et la réception auprès des touristes pour revaloriser leurs mayens et raccards traditionnels à l'abandon. Tel est le cas pour la commune de Mase, par exemple, qui entrevoit la construction d'un accès menant à sa zone de mayens du plateau de Sevannes.

D'une façon générale, le bilan de la mise en valeur du patrimoine bâti vernaculaire est donc très positif et louable pour la commune de Saint-Martin, les autres communes entretenant leurs vieilles bâtisses au coup par coup, sans réelle politique d'aménagement. Cependant, il faut mettre en évidence qu'un projet comme celui de la commune de Saint-Martin a des

¹³² Inventaire des sites construits à protéger en Suisse

¹³³ Inventaire fédéral des paysages, des sites et des monuments naturels d'importance nationale

¹³⁴ RUMLEY, p. 257

conséquences très importantes au niveau financier. Et le recul n'est pas encore suffisant pour savoir si cette opération, sans l'aide de subventions, est profitable à la commune et la région et si elle sera reconnue et utilisée par de nombreux touristes, sur le moyen et long terme.

5.3.2.3. Gestion du bâti touristique existant

La création de constructions à but touristique voit le jour pour répondre à une demande. Cependant, la demande évolue, les bâtiments, installations et équipements touristiques vieillissent, et il faut savoir les adapter au contexte changeant et les transformer pour qu'ils restent en adéquation avec la nouvelle demande et la technologie actuelle.

Il s'agit donc ici d'établir un diagnostic de l'état des lieux d'accueil, au niveau de l'âge des constructions et les besoins en réhabilitation. De plus, comme pour la gestion des constructions neuves¹³⁵ lors de rénovation, il est bon d'observer si l'on a profité de ces travaux pour améliorer les performances environnementales, au niveau de la consommation en énergie et utilisation d'énergies renouvelables, emploi d'isolation plus performante,...

Dans un autre registre, il importe également de connaître les moyens mis en œuvre pour la commercialisation de l'existant, la gestion du stock d'hébergement existant. Car il faut savoir vendre le produit que l'on a à offrir pour que les touristes en profitent.

Il importe ici de mentionner que l'évaluation de la gestion du bâti touristique existant va recourir principalement à une évaluation qualitative sur l'état d'hébergement et d'infrastructures, d'après ma propre connaissance des lieux, ce qui me



Thyon 2000



Thyon 2000



Appartement à Thyon

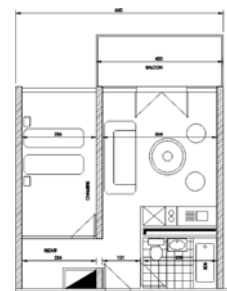
pousse à analyser la commune de Vex plus en détail, par rapport à un survol des autres communes du Val d'Hérens. En effet, aucune donnée quantifiable à ce sujet ne fait l'objet d'un relevé, et que de rares informations me sont parvenues en retour du questionnaire que j'ai remis aux présidents des communes.

Le tourisme sur la commune de Vex, dans les stations de Thyon – les Collons, a débuté dans les années '60-'70. Tous les hôtels, immeubles d'appartements, commerces et restaurants (à l'exception de deux immeubles qui datent d'une dizaine d'années), ainsi que la plupart des remontées mécaniques datent de cette époque. Les chalets individuels – résidences secondaires, se sont développés eux plus tardivement.

L'essor de ce type d'hébergement remonte à une quinzaine d'années environ et se poursuit à grande vitesse aujourd'hui. En ce qui concerne les hôtels, seul un hôtel a conservé son affectation d'origine et a subi d'importants investissements pour le transformer et l'adapter à la demande actuelle. Pour les autres hôtels, après de longues années de fermeture et dégradation naturelle, ils ont été réhabilités en logements de groupes, rachetés par des investisseurs privés étrangers. Quant aux immeubles d'appartements, il est difficile de pouvoir évaluer leur évolution car ils sont en mains de privés, et donc chaque propriétaire est libre d'investir ou non. Aucun outil contraignant ne peut les inciter à rénover. Cependant, à ma connaissance, moins de 10% du panel à disposition a subi de rénovation profonde. Par conséquent, l'offre des agences immobilières chargées de gérer la location de ces appartements propose des prix attractifs, mais en relation avec la qualité proposée (moquette, ameublement désuet, chauffage et sanitaire souvent défectueux,...) En plus de cette qualité des intérieurs des appartements inadaptée au contexte actuelle, on peut remarquer que la « structure » même de l'appartement ne correspond

¹³⁵ voir sous-chapitre 5.3.2.4

plus à la demande. Les appartements n'offrent plus le nombre de mètres carrés ni le nombre de pièces souhaitées actuellement. Une multitude de petits appartements (studio, 2 pièces) dans lesquels les lits pliables s'entassaient ne satisfont plus la clientèle actuelle. Et à ma connaissance, d'aucun n'a eu le courage de pratiquer une réhabilitation profonde (restructuration d'un immeuble complet, avec perte en nombre d'appartements, mais offre d'appartements plus grands, neufs et adaptés à la demande). Ces rares appartements rénovés ne l'ont été que partiellement, répondant aux défauts seulement, sans esprit d'économie d'énergie aucune.



Plan 2 1/2 pièces

Sur la même commune, au niveau des remontées mécaniques, des efforts se font sentir : intégrée dans le domaine des 4 Vallées, la société de remontées mécaniques TéléThyon se doit d'être performante et novatrice. A l'ère où le temps est un bien précieux, les touristes n'aiment pas attendre aux bas des pistes. Certaines remontées ont été remplacées pour proposer des télésièges débrayables 4 et 2 places accueillant plus de personnes à l'heure. Au niveau des téléskis, ce mouvement d'adaptation se fait petit à petit. En ce qui concerne les remontées mécaniques d'Evolène, Arolla et Nax, les deux premières étant dans les chiffres rouges depuis plusieurs années, leurs infrastructures n'ont pas été revues. Ces stations assument leur vocation de station familiale uniquement. Une liaison avec le domaine skiable de Thyon avait été autrefois envisagée, mais les conditions climatiques et financières ont rejeté ce projet aux oubliettes. La station de Nax se porte mieux, mais pas suffisamment pour se perfectionner. Elle conserve également le statut de station familiale.



Chalet aux Masses

Pour en revenir à l'hébergement touristique, la commune d'Hérémente possède uniquement des résidences secondaires, chalets privés dont certains sont en location et un hôtel au pied du barrage de la Grande-Dixence. Les chalets, construits il y a 15 ans au maximum, n'ont pas nécessité de transformation.



Hôtel du Glacier, Evolène

Pour ce qui est de son hôtel, il a été rénové il y a

environ 10 ans, et bien que son aspect extérieur ait subi peu de modification et gardé son air austère, l'intérieur est plus fonctionnel et adapté à l'arrivée de touristes en masse.

Sur la commune d'Evolène, dont l'hôtellerie est la plus importante sur le territoire hérensard, les hôtels n'ont que peu subi de modifications et adaptations au contexte actuel. Sur les 16 hôtels de la commune, la majorité (10) ont été construits au début du XXème siècle ou même auparavant. La moitié d'entre eux n'ont plus subi de rénovations depuis les années '60, ce qui explique que l'on peut encore louer des chambres avec douche et wc communs à toutes les chambres du palier. L'offre correspond donc plus à des logements de groupes ou pour des cabanes d'altitude, dont le confort est moins une priorité pour les touristes, au contraire, le cachet traditionnel y est recherché, mais cela n'est pas le cas pour des hôtels. On ne peut laisser tomber en ruine ces hébergements ; ils doivent être restaurés ou transformés en appartements.

Le type d'hébergement proposés sur la commune de Nax, son développement et sa gestion correspondent plus ou moins au cas de la station touristique des Collons, sur la commune de Vex. Pour les communes de Mase, St-Martin, Vernamiège et les Agettes, les rares hébergements proposés sont des chalets individuels, assez récents, des logements de groupes (Mase, Vernamiège, Saint-Martin) et un hôtel à Saint-Martin datant de 1940 mais restauré en 1987..

Sur l'ensemble des communes, les infrastructures sportives (piscine, terrains de tennis, mini-golf, patinoire, places de jeux,...) sont présentes sur la majorité des destinations (les Collons, Thyon, Les Masses, Evolène, Nax). Cependant, leur gestion laisse également à désirer, préférant souvent construire du neuf plutôt que d'entretenir régulièrement celles déjà en place. Le laxisme observé durant ces quinze dernières années conduit à des investissements trop conséquents pour la rénovation complète ; les infrastructures sont donc moins utilisées, moins rentables, mais elles demeurent dans l'offre touristique. Pourtant elles ne peuvent satisfaire la clientèle de luxe qui s'installe petit à petit dans les communes.

A ce propos, au niveau marketing et vente de l'existant, les brochures et sites internet sont élaborés de manière individuelle, commune par commune, par office du tourisme, par agence immobilière. Il est rare, voire impossible de trouver une offre coordonnée entre les différentes communes. Nous reviendrons sur ce sujet au chapitre 5.5. En aucun cas, les hébergements ne sont mis en valeur pour attirer le client, ou alors en accentuant le fait d'une gestion familiale (comme c'est essentiellement le cas pour l'hôtellerie à Evolène ou la moitié des restaurants de Thyon – les Collons. L'on vente plutôt le territoire naturel, les infrastructures (remontées mécaniques,...) les attractions et manifestations.

En conséquence, pour ce qui est des chalets individuels, leur vétusté n'étant pas exagérée, le problème de la restauration ne se pose pas encore car ils ne nécessitent pas encore de rénovation. Par contre, en ce qui concerne les hôtels et les appartements, on se rend compte que les choses n'ont guère évolué depuis leur construction il y a un siècle de cela. Ce constat est dramatique, si l'on pense concurrence et différenciation du produit. L'hébergement à disposition n'est nullement un plus dans l'offre touristique hérensarde, au contraire, il la pénalise et certains touristes doivent être refusés parce ne pouvant satisfaire leurs demandes. Il est clair que la classe aisée préférera la location dans un chalet, plus spacieux en espaces intérieurs comme extérieurs, mais pour le tourisme moyen se déplaçant en famille, qui représente quand même la moitié de la demande encore actuellement, ce décalage lui est pénalisant.

5.3.2.4. Gestion des constructions neuves

Nous allons aborder ici la gestion des constructions neuves, pour constater si prise de conscience des problèmes rencontrés il y a eu lors de la planification de nouveaux hébergements en conséquence des expériences du passé. A nouveau, n'ayant de données à disposition, ce sous-chapitre sera le résumé de réflexions personnelles.

Les chalets individuels, uniques nouvelles constructions à voir le jour, se construisent aujourd'hui comme hier, dans leur mode de construction. Ni au niveau communal, ni au niveau régional, il n'existe de politique incitatrice pour les constructions écologiques et adoptant des concepts Minergie. Le libre choix est laissé au privé de respecter l'environnement et économiser les énergies non renouvelables en utilisant des méthodes plus écologiques (panneaux solaires, chauffage à pellets, systèmes de récupération de chaleur et autres méthodes à base d'énergie renouvelable). Et bien évidemment, ces derniers concepts coûtant plus chers à la construction, mais permettant des économies seulement à moyen et long terme, rares sont les privés qui en profitent. Cependant, il faut reconnaître qu'au niveau architectural, on peut déceler un maintien du paysage traditionnel. En effet, quant bien même les proportions des chalets se sont modernisées par rapport aux traditionnels mayens agricoles d'il y a 50 ans (étages plus haut et sur 2 niveaux habitables, ouvertures plus généreuses), le mode de construction n'est plus le même (utilisation de faux madriers pour les façades), mais la typologie du mayen a été conservée, avec son soubassement en maçonnerie et ses étages en bois. Ce mode de faire, même s'il semble ressembler plus à ce que les touristes veulent (idéologie du chalet suisse) ne dépareille pas dans le paysage, contrairement à des constructions modernes qui ne trouvent place dans les zones touristiques du Val d'Hérens.

Par contre, il est regrettable qu'aucune politique publique ou initiative privée ne mette un frein à la croissance dans la construction de chalets individuels, gaspilleurs d'espaces libres.

Comme point positif on peut relever qu'au niveau de leur gestion, on voit apparaître peu à peu une responsabilité des propriétaires privés des constructions neuves, qui proposent par eux-mêmes, avant qu'un promoteur le leur suggère, de louer leur bien immobilier en leur absence. On constate d'ailleurs que ce mode de faire très méritant est envisagé parallèlement à l'élaboration d'un projet de construction. Toutefois, ce mode de penser ne concerne qu'une infime part des nouvelles constructions.

On peut relever ici qu'au niveau du tourisme d'altitude, deux cabanes ont été récemment construites (il y a moins de 10 ans) avec des matériaux nouveaux et légers, adaptés à notre ère. Cependant, il faut avouer que le cachet architectural ne ressemble guère à la cabane traditionnelle et typique, recherchée par les alpinistes et promeneurs. On cherche un standing à 2000 mètres d'altitude, alors que les touristes arrivent sac au dos et chaussures de montagne, tandis que dans les stations touristiques, on propose aux citadins des hôtels indignes.

En conclusion, peu d'enseignement a été retiré de l'expérience touristique vécue. Aucune politique en matière de gestion des nouvelles constructions n'est mise en place, si ce n'est au niveau de la typologie des constructions, réglementées dans les règlements communaux des constructions et des zones (RCCZ). Seul l'attrait des promoteurs immobiliers et entreprises locales gèrent et façonnent le territoire. Malheureusement, cette vision n'est absolument pas durable. Elle l'est sur le court terme, durant la construction et le boom immobilier, mais celui-ci ne durera pas et alors le territoire devra compter avec un parc immobilier inoccupé, encore plus grand qu'actuellement, et dont la situation actuelle n'est pas réjouissante, ce dont les prestataires touristiques semblent avoir compris, mais n'agissent pas en conséquence.

5.3.2.5. Synthèse et éléments de solution

Pour conclure sur la gestion du patrimoine bâti, force est de constater que l'on ne peut véritablement parler de gestion du bâti touristique dans le Val d'Hérens. Pour ce qui est du bâti vernaculaire, rien à redire, l'entretien de ces bâtiments est géré et surveillé, surtout à Saint-Martin et à une échelle plus réduite, sur les autres communes. On pourrait seulement suggérer de faire mettre en avant les spécificités et monuments dignes de protection qui sont dignes de protection, et de tous les englober dans l'offre touristique comme éléments culturels du patrimoine.

Par contre, le problème majeur du Val d'Hérens concerne la gestion du bâti touristique, tant au niveau de l'existant que des nouvelles constructions. Aux vues des éléments cités précédemment, on peut dire que le Val d'Hérens subit les changements sans intervenir pour modifier le cours des choses. Il s'agit de changements dans la demande de la clientèle, changement dans les modes de construction,... Ce qui se faisait il y a 15 ans continue de se faire actuellement et l'existant prend de l'âge mais ne reçoit pas de réparations, ni transformations ou adaptations au contexte actuel.

En conséquent, il est urgent de *tirer la sonnette d'alarme* et d'arrêter cette attitude passive. Il faut se donner les moyens de réagir, cela peut prendre du temps, mais il faut le faire avant que la situation ne soit désespérée, car les clients insatisfaits sont perdus et sont de mauvaise publicité. Parfois, il faut savoir perdre de l'argent (ne pas louer certains appartements, empêcher de nouvelles constructions) pour en gagner d'avantage par la suite (appartements répondant à la demande, nouvelles constructions réfléchies dans la gestion de l'espace et le concept énergétique).

Comme éléments de solution, qui n'ont certes pas la prétention d'être la solution miracle, on peut citer entre autre de s'associer pour gérer les appartements existants et les transformer pour les mettre aux normes actuelles, soit en mètres carrés, soit au niveau des matériaux et ameublement. Tous les appartements ne peuvent être rénovés parallèlement, mais il serait bon d'établir un programme de rénovations, pour autant que les propriétaires privés individuels soient tous d'accord de le faire, afin, dans une période de 5 ou 10 ans, d'avoir renouvelé et réadapté les appartements à l'actualité. Ceci pourrait se faire également par le rachat des appartements soit par des investisseurs privés puissants et ayant des ressources financières pour engager une telle démarche (Intrawest,...). A Val d'Isère par exemple¹³⁶, la commune et les remontées mécaniques ont créé une institution qui finance la rénovation de bâtiments touristiques moyennant un accord avec les propriétaires privés qui doivent s'engager à louer leur bien sur une durée de 10 ans au minimum. Au niveau de l'hôtellerie, des standards de construction Minergie ont été arrêtés, et l'hôtel Ferienart Walliserhof (Saas-Fee) ainsi que 2 autres hôtels à Laax et à Lausanne¹³⁷ ont été construits avec ce label Minergie. Cette piste pourrait être suivie et adaptée pour les immeubles et appartements à rénover, tout comme pour les nouvelles constructions de tout type.

D'autre part, pour les appartements à rénover comme les nouvelles constructions, il serait bon de planifier des constructions avec le maximum de flexibilité possible, afin de pouvoir s'adapter sans trop de conséquences (financièrement notamment) pour répondre à la demande changeante et être concurrentiel sur le moyen et long terme.

¹³⁶ Article de GRIVAT

¹³⁷ MATOS-WASEM R., La Revue Durable n°11, p.48

A nouveau, on peut soulever qu'une politique touristique serait la bien venue en matière d'aménagement et gestion et que celle-ci devrait instaurer des quotas de constructions maximum par an. Comme exemple dans la gestion du patrimoine bâti, on peut citer la politique de la direction du Tourisme de France avec la procédure des « Villages Résidentiels de Tourisme », *qui permettent de coupler réhabilitation des meublés touristiques à l'intérieur d'un périmètre défini par le maire, et adhésion à une structure de commercialisation commune*¹³⁸.

Comme autre exemple à suivre, on peut citer ici la station de Val d'Isère qui, confrontée à des problèmes de vétusté de ses hébergements et inadaptation à la demande actuelle, a réhabilité l'ensemble des meublés touristiques du centre de la station, opération qui s'est faite conjointement à un projet d'urbanisme pour le noyau de la station.

5.3.3. La rentabilité économique

5.3.3.1. Introduction

L'objectif d'un développement touristique durable ne doit pas être la rentabilité à tout prix, car à force de valoriser la quantité, la hausse du chiffre d'affaire, on risque de passer à côté de la qualité du service ou bien proposé. Le problème réside souvent qu'à la question « comment se porte votre tourisme ? », la réponse donnée ne tient compte que du nombre de nuitées et des dépenses des touristes dans la destination. Ceci est très réducteur, car on devrait parler également de taux d'occupation et de qualité des biens et services fournis, de satisfaction des touristes.

Il est évident que la rentabilité économique joue un rôle important dans la gestion du tourisme. Cette activité représente pour le Valais 25% de ses retombées économiques directes et indirectes. Une activité, un établissement ou une entreprise se doit d'être rentable si elle veut perdurer et rendre son investissement financier et humain rentable. Dans le cas où elle n'est pas rentable, il faut analyser la cause et trouver des solutions pour éviter que cela ne se reproduise.

Nous allons ci-après évaluer l'évolution du volume d'activité des entreprises liées au tourisme, voir quels moyens ont été mis en œuvre pour être rentable et faire face aux problèmes temporels du tourisme. Sera également mentionné la question du financement de cette industrie touristique, entre les apports publics et privés. Les enjeux ici concernent des investissements bien placés, le maintien des emplois et par suite logique un frein à l'exode rural.

5.3.3.2. Evolution du volume d'activité

L'augmentation de l'activité touristique doit se faire dans un équilibre entre le développement du volume d'activité et la protection de l'environnement (respect des critères environnementaux). L'évolution du volume d'activité joue un rôle prépondérant dans l'évaluation de l'apport économique lié au tourisme. Si le volume diminue sensiblement, et ceci remarqué sur plusieurs périodes temporelles, il faudrait envisager de diminuer la part du tourisme dans l'économie locale, au profit d'autres secteurs, pour pouvoir palier aux crises et éviter de sombrer, encore faut-il trouver une activité économique compatible entre la formation des habitants et les conditions géographiques liées à la montagne. Si au contraire, le volume est en hausse, ceci peut permettre d'investir et d'utiliser les bénéfices accumulés dans l'amélioration et entretien des biens et services proposés, ainsi que dans la promotion.

Derrière le développement du volume d'activité se retrouve impliqué directement les emplois des populations locales et saisonniers engagés dans la branche touristique. Plus l'activité se développe, plus l'entreprise peut engager de personnel et lui éviter d'innombrables heures supplémentaires. De plus, ayant plus de rentrées pour payer les employés, elle peut se permettre d'engager du personnel qualifié, ce dont une entreprise peu rentable ne peut envisager.

Plusieurs facteurs permettent de définir l'évolution du volume d'activité liée au tourisme : l'évolution du nombre d'entreprises liées au tourisme, l'évolution du nombre d'emplois, des nuitées et du chiffre d'affaire des entreprises. Pourtant le nombre d'entreprises directement liées au tourisme (hôtels, restaurants/café, agences de voyages, magasins de sport, boutiques,

¹³⁸ CERON, p. 46

commerces), sur les 5 dernières années, semble stagner, voire en légère diminution sur l'ensemble des communes du Val d'Hérens. Le chiffre d'affaire de tous les commerces et ce, malgré le fait que les nuitées soient en légère hausse¹³⁹, a fortement chuté en 10 ans, tant du point de vue des restaurants, alimentation et tout autre commerce.

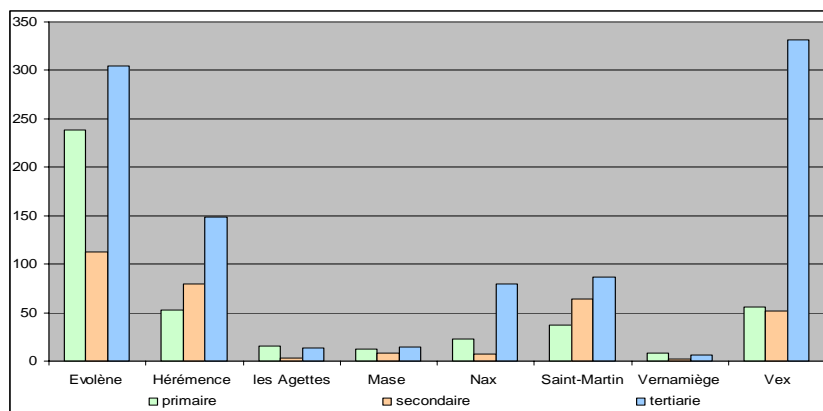


Tableau 9: emplois par commune, selon OFS, 2001

Au niveau du nombre d'emplois, nous n'avons obtenu de spécificité pour le secteur touristique. Nous allons donc prendre les chiffres relatifs à l'ensemble du secteur tertiaire. Sur une période de 20 ans, toutes les communes touristiques¹⁴⁰ ont sensiblement accusé leur nombre d'employés, essentiellement les communes de Vex et Saint-Martin. Si l'on considère le nombre de personnes en âge d'activité de chaque commune du Val d'Hérens et le nombre d'emplois à disposition, on peut estimer que les postes de travail proposés sur place ne suffisent pas à occuper toutes les personnes actives habitant les communes concernées¹⁴¹ ; un certain nombre d'actifs doivent donc trouver un emploi en ville. Ce constat démontre que le nombre de places de travail allouées par le tourisme est inférieur au nombre total de personnes actives et que par conséquent il n'y aurait besoin de trouver des saisonniers « externes » pour trouver le personnel à engager. Cependant, les emplois touristiques ne sont pas destinés à tout le monde ; un minimum de formation est nécessaire pour chaque emploi si l'on veut offrir un service de qualité. De plus, peu de personnes aiment l'insécurité de l'emploi et les emplois qui ne peuvent être assurés en temps plein annuel ne représentent qu'une phase provisoire dans la vie active d'une personne, à moins que celle-ci arrive à concilier plusieurs emplois dont les temporalités de l'emploi sont complémentaires et permettent au final, d'être employé à plein temps.

Au niveau de la consommation des touristes dans les destinations, malgré le fait que les hôtes soient toujours en légère hausse, ils consomment sur place, mais pour des montants inférieurs. Ce qui est très gênant et réduit la part de bénéfice des entreprises puisqu'elles doivent engager dans tous les cas du personnel pour les servir. Deux explications peuvent être à l'origine de ce phénomène : soit la clientèle est moins argentée, ce qui peut être le cas pour la clientèle familiale, soit la faute incombe aux commerçants eux-mêmes, *dont certains, avec leur politique de prix qu'ils ont adoptée, préfèrent prendre un maximum d'argent au peu de clients qui reste*¹⁴². Comme relevé plus haut, il faudrait donc accroître encore plus la part de clientèle haut de gamme que celle présente actuellement mais alors il faudrait lui fournir également des services de qualité, ce qui engendre des frais pour les prestataires touristiques et en période de crise actuelle, où les bénéfices se font rares, où trouver l'argent nécessaire à ces investissements ?

Pour résumé, il est établi que le volume d'activité est en léger déclin, les bénéfices également, mais au niveau du nombre d'emplois, cela ne se fait pas encore ressentir. Pourtant, à court et moyen terme, les employeurs ne pourront plus conserver leur personnel si la situation touristique et le volume d'activité n'évoluent pas rapidement.

5.3.3.3. Amélioration des facteurs de rentabilité

La saisonnalité de la fréquentation ainsi que le choix de clientèle visée sont les deux principaux éléments économiques à maîtriser si l'on veut assurer la pérennité et la rentabilité de la branche touristique. Il ne fait aucun doute qu'un étalement échelonné sur l'année entière (au moins sur 10 mois) et sans trop de pointes saisonnières, pour une clientèle plus aisée,

¹³⁹ Valable pour tous les types d'hébergement

¹⁴⁰ Mase, Vernamiège et les Agettes n'étant pas considérées comme touristiques

¹⁴¹ MICHELOUD, Hérérence : 32%, Evolène 55%, Nax 38%, Saint-Martin 31%, Vex 80%, approximations, chiffres de 2001

¹⁴² Propos tenus par le président de Vex

serait l'idéal, tant du point de vue économique (rentable), qu'environnemental (meilleure gestion du nombre de constructions et terrains bâtis) et social (personnel engagé à l'année). Ce but, toutes les stations le souhaitent mais peu y parviennent.

Les éléments représentatifs des facteurs de rentabilité sont la durée des séjours et le taux d'occupation des hébergements pour l'aspect saisonnier, ainsi que les dépenses moyennes des touristes et leurs caractéristiques pour ce qui est de la clientèle. Tous ces éléments chiffrés ont déjà été abordés dans les paragraphes précédents, nous nous contenteront ici d'examiner les solutions envisagées et mises en place pour améliorer la qualité et quantité du tourisme hérensard.

Les destinations tentent de contrer la saisonnalité en proposant des manifestations et animations en dehors des périodes de haute saison également. Les Collons-Thyon 2000, par exemple, ayant pourtant développé essentiellement un tourisme d'hiver jusqu'à aujourd'hui propose aussi des courses VTT nationales, en été, des spectacles de danse et théâtre de plein air, balades à cheval,... Pourtant, ces efforts ne sont que peu récompensés, car s'échelonnant soit sur une seule journée et ils n'attirent que des excursionnistes de suisse romande uniquement qui rentrent chez eux dès la manifestation terminée, soit les offres ne sont pas ciblées et adaptées à la clientèle désirée et sont également peu porteuses de bénéfices par rapport aux coûts organisationnels. Par exemple, les courses VTT intéressent les jeunes, qui se déplacent en camping car et ne consomment que peu sur place, ni pour les hébergements, ni dans les commerces et restaurants.

Pour ce qui est de la clientèle, les touristes de classe sociale supérieure, à forte valeur ajoutée n'investissent dans ces stations que pour la construction de leur chalet. Une fois la construction terminée, aucun apport supplémentaire n'est envisagé particulièrement pour les établissements des stations concernées. En effet, le niveau des établissements et les prestations offertes ne se sont pas modifiées au fil des ans, tant au niveau du mobilier/décor, de la carte des menus des restaurants, que des prix pratiqués dans les restaurants et commerces. Ces derniers étant parfois le double des prix pratiqués en plaine et les touristes aisés se rendant dans la destination avec un véhicule motorisé personnel, ceux-ci le prennent pour se déplacer en plaine et y faire leurs achats à prix réduits. Souvent, les magasins à disposition sur place ne servent que d'à point aux magasins de la plaine. Leurs prix ne peuvent être concurrentiels car justement basés sur un tourisme saisonnier, et avec les revenus accumulés durant la courte période touristique, ils doivent servir à payer des employés, loyer et charges à l'année. On constate donc que prix élevés et saisonnalité vont de pair, et que ces prix ne pourront diminuer tout en restant rentables qu'une fois l'obstacle de la temporalité franchi.

Au niveau de l'hébergement, les mesures pratiquées dans la reconversion de certains hôtels qui n'étaient plus rentables et ne trouvaient pas d'acquéreurs, en des lieux pour colonies de vacances ne correspondent pas aux volontés et besoins des prestataires touristiques pour « sauver » leur destination. En proposant ce genre d'établissements, d'une part les jeunes qui en profitent dépensent peu dans les commerces à disposition, d'autre part, ils font fuir une clientèle qui recherche calme et sécurité et leurs exigences (bars, *afterski*, ...) ne vont pas dans la même direction qu'une clientèle aisée et/ou familiale.

En résumé, les mesures mises en place ne sont donc pas efficaces. La saisonnalité est toujours aussi forte, et la clientèle attirée ne correspond pas entièrement à la clientèle désirée. L'offre ne correspond pas aux désirs actuels de la part des prestataires touristiques ; elle suit simplement la tendance passée. Ce constat peut se faire au niveau de chaque commune, prise isolément. Et en ce sens, aucun accord intercommunal n'est trouvé jusqu'ici pour s'unir et proposer une seule prestation Val d'Hérens, une offre en chalets individuels et appartements aux Collons-Thyon, des hôtels à Evolène et Nax, et de même pour les activités touristiques¹⁴³.

5.3.3.4. Autonomie par rapport au financement public

L'intervention du secteur public dans les activités liées au tourisme se fait sous la forme de la politique fédérale sur les investissements en région de montagne (LIM), la Conception suisse du tourisme, la politique fédérale des concessions pour les installations de transports touristiques, la politique fédérale de crédit pour l'hôtellerie et les stations de villégiature, les politiques touristiques cantonales, l'aménagement du territoire, etc...

¹⁴³ Cette option de régionalisation sera traitée plus en détail au sous-chapitre 5.3.4.1 et chapitre 5.5.

L'Etat encourage le développement touristique, vu l'apport économique de ce dernier. Mais souvent, pour obtenir un prêt, l'Etat contraint les régions touristiques à établir un Programme de développement Régional (PDR). Toutefois ce programme n'est établi que rarement (faute de temps, de moyens, et surtout faute d'avoir établi un programme et de connaître exactement le développement que l'on souhaite atteindre). C'est pourquoi il se trouve que le budget accordé à ces prêts, notamment au niveau des crédits LIM, n'est pas entièrement utilisé.

Au niveau global, il est intéressant d'obtenir un soutien financier du secteur public, mais pour sa gestion locale, est-ce vraiment nécessaire. Dans le cas du Val d'Hérens, on constate que le financement public de la part de la Confédération, du canton et des communes concernées est relativement important. Les trois projets régionaux cités précédemment¹⁴⁴ bénéficient de ces aides financières, sans quoi les études ne se seraient pas approfondies, faute de moyens financiers locaux. Cependant, ces projets, hormis celui pour le Développement Rural Régional n'ont toujours pas abouti à une concrétisation et on peut se demander si les coûts déjà investis jusqu'à aujourd'hui se porteront garants d'un développement durable du tourisme.

Au niveau local, les offices du tourisme et des sociétés de développement, dépendants du secteur public local, dépensent leur budget dans le personnel, qui, après avoir accompli les tâches administratives, réponses aux touristes, et composition de brochures, n'a plus de temps à disposition et moyens financiers pour essayer de trouver des solutions à la crise touristique et les proposer aux décideurs. Cependant, privatiser les offices du tourisme ne serait pas réaliste, car ne produisant pas de produits, aucun investisseur privé ne voudrait se lancer dans cette démarche sans profit chiffrable.

La privatisation n'est pas dans tous les cas porteuse. En effet, au niveau de la gestion des appartements, en prenant l'exemple de la station intégrée de Thyon, le problème réside dans le fait que ces appartements se sont quasiment tous privatisés. Etre en mains de nombreux propriétaires ne permet plus une gestion générale d'ensemble. Le secteur public n'a pas les moyens de faire pression sur les propriétaires pour qu'ils rénovent leurs appartements et ne peut les inciter à louer leurs appartements plus régulièrement et systématiquement.

En conclusion, dans le cas du Val d'Hérens, on peut constater que pour les projets régionaux, seul un investissement public, provenant de l'Etat et du canton peuvent permettre à ces projets de se voir un jour se concrétiser. Pour ce qui est du niveau plus local et de gestion même des infrastructures, une privatisation n'est pas toujours porteuse. Pourtant pouvoir public doit investir et supporter les coûts, mais il ne serait pas souhaitable qu'il s'insère dans l'opérationnel.

5.3.3.5. Synthèse et éléments de solution

L'activité touristique dans le Val d'Hérens reste rentable sur l'ensemble, quand bien même la part de bénéficiaires s'amenuise année après année. Comme le tourisme est la principale activité économique de ces communes, avec l'agriculture, il est évident qu'en cas de crise touristique, la région entière sera affectée, sa population y compris. Il sera faux de négliger le tourisme et de l'abandonner, cependant, lui trouver un substitut permettrait de faire face à la situation et mieux gérer la situation économique et sociale, en évitant aux locaux un exode rural faute d'emplois en qualité et en quantité suffisante sur la destination. Une industrie n'aurait que peu de chance de voir le jour dans cette vallée, peut-être pourrait-on envisager du télétravail, des ateliers universitaires de recherche ou des services étatiques décentralisés.

Mais face à la saisonnalité, peu de solutions à moyen et long terme ont été proposées et les prestations offertes ne correspondent que partiellement à la clientèle visée. Soit il s'agit de se contenter de la clientèle qui vient dans les destinations et de la satisfaire – un client mécontent de l'accueil qui lui est réservé, quelque soit son niveau social, est une très mauvaise publicité pour la destination. Soit alors il faut opérer des changements radicaux dans les prestations à leur offrir et dans le marketing mis en place pour attirer cette gamme de la clientèle aisée.

¹⁴⁴ Développement rural régional, biosphère Maya-Mont-Noble, projet Interreg Val d'Hérens-Valpeline

Une voie qui pourrait être suivie pour réduire cette saisonnalité serait de prolonger les saisons. Pendant la basse saison, il est très difficile d'attirer des clients sans avoir une offre nouvelle, à créer, et cela suppose l'engagement de tous les services et prestataires touristiques. Lors de la haute saison, cela créerait des difficultés majeures de surfréquentation (circulation perturbée, longues files d'attente,...). Il s'agirait de rallonger la saison d'été et d'hiver de quelques semaines pendant lesquelles des activités, animations et organisation de manifestations événementielles seraient proposées, alors même que tous les prestataires et services touristiques sont encore tous en activité. La création d'un événement de grande envergure, comme le *Verbier Festival Academy* ou l'*European Master Golf* de Crans Montana, peut attirer des personnes qui ne seraient jamais venues ou restées dans la destination touristique. Une manifestation juste avant et après la haute saison aurait ici un *rôle d'aimant*¹⁴⁵, prolongeant la haute saison, augmentant les nuitées et rentrées économiques, contribuant à un premier pas vers la diminution de la saisonnalité.

Pour ce qui est de l'analyse des flux et taux d'affluence des touristes en fonction des saisons et manifestations proposées, nécessaire pour évaluer quelles directions doivent être maintenues, complétées et lesquelles sont à abandonner, on pourrait proposer l'exemple français du Var¹⁴⁶, qui a mis en place depuis 15 ans un système régional d'observation de l'activité touristique. Il s'agit d'un comptage routier déterminant les flux et permettant de connaître les nuitées journalières et les impacts sur la fréquentation d'une manifestation par exemple. Ajouté à des enquêtes qualitatives, cette méthode peut se révéler décisive pour la poursuite de tel événement touristique.

Aux niveaux global et régional, les financements publics de la part de l'Etat sont nécessaires et les seuls garants d'un essor pour des projets touristiques de grande envergure, d'autant plus pour des projets à l'échelle régionale. Cependant, au niveau local, la gestion touristique ne peut se faire convenablement en raison d'un manque cruel de financement, que ce soit public ou de la part de privé. Il existe, en plus de l'Etat, d'autres moyens de financement public, la loterie romande, les fondations, mais pour qu'une commune obtienne un financement de leur part, il faut à nouveau qu'elle ait un projet concret, réaliste et viable à proposer. Les investissements doivent être porteurs, et doivent relater une prise de conscience de la situation, à laquelle on essaie de remédier, dans une vision d'ensemble et non plus individualiste. Il serait souhaitable que des bureaux centralisés opèrent et gèrent les intérêts économiques régionaux (direction des remontées mécaniques, direction de la gestion des lits, responsabilités des offices du tourisme,...) le tout regroupé sous un seul organisme, avec un seul pouvoir de décision. De nombreux projets prometteurs essaient de se profiler sur les marchés financiers. Il faudrait que ces projets soient porteurs, attractifs et rentables. Ainsi, il est vraisemblable que se tourner vers des projets régionaux soit la solution pour que ceux-ci se développent et puissent espérer se réaliser dans un proche avenir.

5.3.4. La valorisation des ressources locales et l'économie de réseau

5.3.4.1. Introduction

*Pour que le tourisme profite aux populations locales, il doit, dans la mesure du possible, faire appel aux ressources des lieux, ce qui suppose que les acteurs locaux s'organisent pour les offrir*¹⁴⁷.

Afin de rendre un lieu attrayant et inciter les touristes à venir dans une destination plutôt qu'une autre, la typicité et spécificité du lieu sont des arguments décisifs. En lieu et place de créer de toutes pièces une destination touristique, comme c'est le cas pour les grands parcs d'attraction comme Disneyland, il est moins onéreux et plus économiquement rentable de maintenir, conserver et mettre en valeur les caractéristiques locales. On s'attachera donc dans cette analyse de la gestion des ressources locales à la présence de filières de production locale, à la valorisation des produits locaux, ainsi qu'au niveau du personnel touristique, à la proportion entre les locaux et les saisonniers. Puis, après l'analyse de la gestion de la temporalité du tourisme, nous allons nous attarder sur la spatialité, avec l'économie de réseau. A petite échelle spatiale correspond, en règle générale, petits moyens financiers et en personnel à disposition. Se mettre en réseau, se tenir informé,

¹⁴⁵ CLIVAZ F., p.34

¹⁴⁶ Mis en place par le Conseil Régional PACA, avec l'aide de la DDE du Var, CERON p. 111

¹⁴⁷ CERON, p. 112

coopérer, tous ces modes de penser et agissements permettent également des économies. Seront analysés ici les coopérations qui existent au niveau des produits touristiques et de leur commercialisation (marketing) et communication.

5.3.4.2. Valorisation des ressources locales par le tourisme

La valorisation des ressources locales apporte l'avantage aux entreprises locales de fidéliser et d'accroître la clientèle grâce à un produit différencié et unique, réduisant par là même la concurrence. Au niveau du territoire communal, la valorisation des ressources locales permet une hausse de la valeur ajoutée sur place par l'encouragement au touriste à consommer des marchandises produites sur place, par une main-d'œuvre et un savoir-faire locaux. Mais les entrepreneurs locaux doivent avoir la capacité et l'envie de s'organiser dans ce but.

Lorsque l'on parle de ressource locale, il ne s'agit pas uniquement de produits alimentaires, mais également de ressource en hébergement chez l'habitant, de ressources humaines, agricoles, ainsi que culturelles et sociales.

Au niveau des produits alimentaires, il s'agit du Valais tout entier qui recherche à se spécialiser et maintenir la tradition, tout en se portant garant d'une qualité officielle, en ayant fait de certains aliments et de leur technique de fabrication des produits d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC¹⁴⁸). Ces produits se retrouvent également dans le Val d'Hérens : pain de seigle, raclette du Valais, viande séchée, lard, saucisse et cuisine locale. Une mise en réseau et une promotion groupée devrait permettre de mieux commercialiser ces produits et leur donner une plus grande valeur ajoutée. Mais ce processus n'est malheureusement pas encore mis en place et les produits manquent de diversité.

Pour ce qui est des ressources en hébergement chez l'habitant, dans une construction traditionnelle, ce marché se développe de plus en plus. On peut soit dormir chez l'habitant (*bed & breakfast*) dans quelques hébergements de quasiment toutes les communes, soit utiliser les gîtes ruraux restaurés sur la commune de Saint-Martin, sur des terrains préservés, purs de toute infrastructure et commerces.

Au niveau des ressources humaines, l'entier des personnes actives sur le territoire hérensard vit, directement ou indirectement du tourisme et dont la grande majorité est originaire de la vallée. Comme on l'a vu, de nombreuses familles entières gèrent depuis des générations les commerces et entreprises et l'on dénombre proportionnellement très peu de saisonniers. Cependant, on peut déplorer un manque de professionnalisation, la plupart des gens ayant été formé sur place et dont la connaissance touristique découle de la pratique. Ceci est pénalisant car les mentalités des touristes ayant changées, les prestataires touristiques n'ont pas réagi assez vite et n'ont pas pu anticiper ce changement d'attitude et de demande et y apporter des solutions à temps. Si l'indigène peut encore donner de l'authenticité, il n'en est pas de même du personnel, mal formé, parfois étranger, et de plus sous-payé.

La valorisation des ressources passe également par la ressource sol, dont l'entretien des milieux et paysages est la tâche de l'agriculture. Le paysage, matière première du tourisme, doit être maintenu dans sa biodiversité et éviter un embroussaillage naturel sans entretien. Chaque commune possède quelques d'agriculteurs qui se chargent de cette fonction et le projet de développement rural régional (DRR) apporte une aide financière supplémentaire aux agriculteurs pour entretenir ces milieux et informer les touristes et autochtones de l'importance de leur rôle. Cependant, si la déprise agricole continue, l'entretien du paysage ne sera plus assuré et des alternatives à l'agriculture devront être trouvées pour maintenir ces terres ouvertes.



Hameau de la Sage



Chapelle des Mayens-de-Sion



Pont de Rives (Vex-Mase)



La Maya



Vieux Moulin

¹⁴⁸ La mention AOC signifie que le produit est entièrement fabriqué dans sa région d'origine, qu'il a gardé sa typicité et son caractère d'origine

Pour préserver et valoriser les espaces libres, le Val d'Hérens est parcouru par de multiples sentiers pédestres, dont plusieurs permettent d'effectuer le tour de la vallée, avec une offre pour le transport des bagages d'hébergement en hébergement. Cette démarche est fort louable et à mettre en avant. Toutefois, nous estimons qu'il serait bon de vendre mieux ce produit. On pourrait proposer des promenades thématiques (botanique, faune,...), promenades contées, promenades de dégustation,... pour lesquelles le touriste aurait un avant goût de ce qui l'attend. Le promeneur serait dès lors peut-être plus intéressé par parcourir différents sentiers puisque proposant des observations différentes de la nature.

La mise en réseau concerne également les liens que le tourisme tisse avec les rares autres branches économiques de la destination, qu'il s'agit de mettre en valeur et de faire connaître aux touristes. On l'a vu, entre l'agriculture et le tourisme, il y a les inalles (sur toutes les communes) et la transhumance (Hérémente). Il existe aussi une coopération entre l'artisanat traditionnel et le tourisme, avec la réutilisation des vieux moulins d'antan, les fours banaux, pour fabriquer le pain, que les touristes peuvent acheter. Mais ceci appartient plutôt au folklore, ne produisant pas suffisamment pour avoir une gestion annuelle de ces fours banaux, dont la gestion se fait par des bénévoles. Pour ce qui est des offres en manifestations, elles sont multiples, au niveau sportif (VTT, télémark, balades à cheval,...) culture (mi-août, match de reines,...), originales ou non, animation répétitive ou événementielle. Cependant, aucune mise en réseau n'est proposée, ce qui fait qu'en haute saison, les manifestations sont proposées aux mêmes dates sur plusieurs destinations touristiques (telle la fête du 1^{er} août). Il vaudrait mieux proposer plutôt une complémentarité entre les stations, pouvant ainsi offrir des prestations de plus grande envergure et renommée, tout en assurant les trajets des hôtes entre les destinations.

En ce qui concerne les ressources culturelles et sociales, les autochtones sont conscients qu'ils ont besoin des touristes, c'est pourquoi leurs traditions ancestrales sont toujours d'actualité (inalpe, combats de reine, costumes et masques d'Evolène, costume du pays,...). A chaque manifestation touristique, ces traditions ne manquent pas d'être mises en valeur. Certaines manifestations sont toutefois organisées uniquement pour la population locale et régionale, comme les fêtes de villages, soirées contes et légendes,... organisées en dehors des périodes touristiques. Le projet régional de Biosphère Maya Mont-Noble cherche à mettre en avant et préserver les spécificités de la rive droite du Val d'Hérens et du Vallon de Réchy. Sa concrétisation et l'utilisation de sa dénomination pourrait être, en plus de préserver la nature, le paysage et le patrimoine, utilisé comme un label de qualité reconnu mondialement pour y promouvoir un tourisme doux.



Empaillés d'Evolène

En conséquence, on peut affirmer que les ressources locales sont assez bien mises en valeur, dans une optique d'atout supplémentaire pour le tourisme. On peut toutefois déplorer une gestion régionale des produits locaux ou par exemple, un manque de proposition de produits locaux dans les restaurants et commerces locaux et régionaux. On peut prendre l'exemple de la Fédération Régionale des Pays d'Accueil Touristiques du Centre, en France, qui a créé l'appellation « assiette du pays », proposée dans les restaurants à leur clientèle, offrant une assiette de produits locaux de qualité, une boisson, pour des prix raisonnables et compétitifs.

5.3.4.3. Incitation des acteurs locaux à se mettre en réseau

Si l'on veut pouvoir préserver ses ressources locales tout en les utilisant, il y a tout intérêt à ce que chacun se serve des ressources produites par les autres, de manière coopérative, afin d'éviter des doublons inutiles et cela d'autant plus que le territoire est de petite dimension spatiale, à l'échelle de la commune. L'enjeu ici est de profiter des symbioses possibles entre les communes voisines pour promouvoir un produit qui tient compte de chaque spécificité de la destination.

Au niveau valaisan, on peut relever l'association des boulangers-pâtisseries, qui fabrique un pain de seigle AOC. En ce qui concerne les laiteries, on peut citer celles d'Evolène et de Saint-Martin qui ont su profiter du marché local (restaurateur, ménage, touriste de la vallée entière) pour vendre leur production. A un niveau horizontal, les personnes produisant des produits touristiques se sont regroupées quelques fois au sein d'associations de commerçants cherchant à faire des bilans

des problèmes et atouts rencontrés, et ensemble, à trouver des solutions. A un niveau vertical, on ne retrouve pas de mise en réseau régional pour ces commerçants. Par contre, au niveau des produits alimentaires locaux, le service de l'agriculture constitue l'institution en amont de la filière de production de produits alimentaires AOC, dotée d'une structure chargée de gérer cette institution. En aval de la filière de production, on retrouve la vente directe, mais pour l'instant proposé à des prix insuffisants pour permettre la rentabilité des exploitations agricoles.

En ce qui concerne les hébergements en location, la grande majorité d'entre eux se louent grâce à des réseaux d'indépendants locaux (agences immobilières locales qui gèrent les biens de propriétaires privés), seuls quelques rares logements de groupes appartiennent à des groupes nationaux, comme le Club Alpin pour certaines cabanes d'altitude sur la commune d'Evolène ou l'hôtel de Thyon réaffecté en logement de groupes.

Avec les trois projets régionaux (biosphère, DRR, Interreg), on intervient à une échelle spatiale qui dépasse les limites communales, et qui fait en conséquence intervenir plusieurs acteurs, de différentes professions, de différentes destinations, avec des visions parfois distinctes. Certes, ces projets ne sont pas encore réalisés, toutefois, on peut les encourager dans le sens où ils font dialoguer les acteurs entre eux, prendre connaissance des projets des autres et de l'importance d'une coordination des projets et une coopération, tout en ayant comme objectif la valorisation du paysage, le maintien du tourisme tout en assurant aux populations locales des emplois sur place.

Au niveau marketing et communication extérieure maintenant, on constate au niveau transversal une carence dans les offices du tourisme, qui concerne d'une part un amateurisme certain, ainsi qu'un problème temporel. La durée d'engagement des directeurs au sein des offices ne va guère au-delà de 3 ans, ce qui est trop peu pour développer un concept et le voir se réaliser. Ce qui fait que dans bien des cas, en plus de n'avoir des moyens financiers à disposition pour le réaliser, aucun projet ne voit le jour. Toutefois, lors de nombreuses séances de coordination, les directeurs des offices du tourisme se tiennent au courant des manifestations et prestations offertes sur leur commune respective, ce qui est un point essentiel afin de pouvoir conseiller le touriste sur les prestations globales que peut offrir le Val d'Hérens dans son entier. Au niveau vertical, on constate également qu'une structure se met en place : le marketing étant assuré par Sion Région Tourisme.

Jusqu'ici, les offices du tourisme se déplacent dans des foires afin de faire connaître le Val d'Hérens à l'étranger. Toutefois, si l'on s'en tient à l'étude effectuée par l'office du tourisme de Thyon Région en 2002¹⁴⁹, on remarque que plus de la moitié des nouveaux touristes choisissent cette destination grâce au « bouche-à-oreille », mais que l'organisme de réservation par internet et les agences de voyages et tours opérateurs concernent 30% des touristes. Viennent ensuite seulement les foires et les publicités parues dans les revues et journaux. Ces données doivent être prises en compte pour mieux canaliser les touristes et les attirer sur le territoire et là aussi, il faut suivre le mouvement changeant des modes de vie et façons d'agir des touristes et savoir anticiper leurs attentes.

Un aspect regrettable dans le marketing et la vente des produits concerne l'inexistence de vision du suivi du touriste. On vend la destination, avec son paysage, son hébergement, ses attractions, équipements, manifestations sans penser à vendre des *package* englobant le tout, y compris transport jusqu'à la destination, mettant en avant la proximité de l'aéroport de Sion et sa gare et la proximité immédiate d'une sortie d'autoroute. Des destinations de bord de mer arrivent à remplir leurs chambres en faisant des baisses de prix énormes (travaillant à perte mais voulant à tout prix que l'hôtel soit rempli et son personnel occupé), ne proposant rien d'autre que la plage et l'hébergement *all inclusive*. Dans le Val d'Hérens, il n'est pas question de proposer aux prestataires de travailler à perte, mais ils disposent de plus d'atouts mais ne savent le vendre.

Pour résumé, on peut dire que les acteurs locaux se sont assez bien mis en réseau, avec des filières qui leur assurent une meilleure gestion coordonnée et diversifiée, qui évite les copies de leurs proches voisins. Mais au niveau de l'information et du marketing, des efforts sont encore à entreprendre. Peut-être bien que l'échelle suprarégionale et les professionnels de Sion-Région qui s'en occuperont peuvent être une aide précieuse pour vendre le produit de la vallée entière.

¹⁴⁹ GAUDIN, p. 15

5.3.4.4. Synthèse et éléments de solution

En ce qui concerne la valorisation des ressources locales et la mise en réseau des acteurs locaux, on peut tirer un bilan de cette gestion plutôt positif. Les Hérensards ont bien compris qu'il fallait miser sur leurs traditions et le paysage. Ce caractère de ressourcement des touristes est un atout car il correspond à la demande actuelle et selon les études, aux attentes à moyen terme. Il est bien mis en valeur et géré au niveau de la vallée toute entière également par certains projets régionaux. Une organisation centralisée de mise en valeur des produits locaux et du patrimoine devrait apporter un élément de solution pour autant que les partenaires locaux acceptent une certaine centralisation et se portent garants d'une certaine qualité.

On regrette que la valorisation des ressources locales ne soit pas encore plus développée, puisque spécificités et traditionalisme du lieu il y a. On pourrait imaginer des « fêtes du fromage », des « fêtes du vin », ou en lieu et place de parler de gîtes ruraux, on pourrait également imaginer de développer et instaurer la notion d'« hébergement touristique de caractère », comme le fait le CAUE du Lot en France. Ceci diversifierait l'offre en gîtes ruraux qui s'est fortement développée en Suisse, et le touriste connaîtrait directement la nature de l'hébergement proposé.

De plus, au niveau des hébergements, commerces et entreprises, l'inscription à l'institution *label de qualité* pourrait être un élément permettant de cibler les problèmes et de trouver des moyens d'aide à la gestion de l'entreprise. Pour l'heure, aucun établissement hérensard n'en a profité. Ce qui est dommage, car ce système permet d'aider les entreprises dans leur gestion touristique et pour le touriste, il est une reconnaissance de qualité et de responsabilité du prestataire touristique envers la qualité du tourisme développé et soutenu.

5.3.5. Insertion des acteurs du tourisme dans la société

5.3.5.1. Introduction

Le tourisme est une activité intensive en main d'œuvre, qui touche des domaines aussi nombreux que diffus. Cependant les emplois proposés ne possèdent pas tous un statut intéressant, des conditions de travail favorables ni des rémunérations capables d'attirer les employés dans ce secteur économique.

Pourtant principale branche économique des régions de montagne, elle se doit d'offrir des places de travail aux personnes actives sur place, afin d'éviter de se retrouver avec des mouvements pendulaires hebdomadaires. Il faut donc que les emplois proposés soient adaptés à la formation des locaux, qu'elle leur permette une sécurité de l'emploi sur l'année, ce qui est relativement difficile à gérer avec le problème temporel de saisonnalité du tourisme. De plus, avec les nouvelles compétences en la matière qui s'amplifient et qui sont garantes d'un développement touristique durable, on assiste à une professionnalisation vitale du secteur touristique. La société locale a-t-elle cette main-d'œuvre à disposition ?

L'évaluation de la durabilité sociale du tourisme pour les populations locales va donc s'attacher aux mesures en place pour contrer la saisonnalité des emplois touristiques d'une part et pour accroître la formation et professionnalisation des acteurs touristiques d'autre part.

Les enjeux de cette durabilité sociale sont en premier lieu d'éviter l'exode rural des jeunes et personnes actives qui ne trouvent sur place des postes de travail adaptées à leur formation, et en second lieu de pouvoir offrir des emplois motivants, pour les personnes locales, vivant dans les destinations, afin que les collectivités locales retouchent des apports (impôts, dépenses dans les commerces locaux) plutôt que l'engagement temporaire de saisonniers et/ou de pendulaires.

5.3.5.2. Amélioration des conditions de travail et limitation de la saisonnalité de l'emploi

Les personnes qui s'engagent dans la branche touristique doivent être conscientes que leur temps de travail se fait en décalage avec les horaires d'un emploi « normal ». Le travail horaire 8h-12h / 13h30-18h00 est inconcevable pour le nombre d'emplois liés directement au tourisme (hôtellerie, restauration, office du tourisme, remontées mécaniques...). Il faut savoir accueillir les clients lorsqu'ils sont là, c'est-à-dire que le train de vie des prestataires touristiques est inversé par rapport à

celui des touristes. Les périodes de fêtes (Noël, Carnaval, Pâques,...), les deux mois d'été (juillet-août) sont les mois où les autres sont en vacances, pas les prestataires touristiques, il en est de même pour les week-ends. En d'autres termes, il faut travailler lorsque les autres sont en vacances. Ce mode de vie est parfois difficilement conciliable avec une vie de famille. De plus, il faut admettre que les salaires ne sont non plus pas vraiment incitatifs. En ce qui concerne l'activité au niveau annuel, c'est là où les problèmes se font le plus sentir. On remarque des pointes de suractivité, lors de périodes touristiques en haute saison (hiver, été), et des périodes de quasi inactivité, ce qui ne peut garantir à tous les travailleurs un emploi permanent, à plein temps, annuel.

Si l'on considère le nombre de personnes en âge d'activité de chaque commune du Val d'Hérens et le nombre d'emplois à disposition, on peut estimer que les postes de travail proposés sur place ne suffisent pas à occuper toutes les personnes actives habitant les communes concernées¹⁵⁰ ; un certain nombre d'actifs doivent donc trouver un emploi en ville. Ce constat démontre que le nombre de places de travail allouées par le tourisme est inférieur au nombre total de personnes actives et que par conséquent il n'y aurait besoin de trouver des saisonniers « externes » pour trouver le personnel à engager. Cependant, les emplois touristiques ne sont pas destinés à tout le monde ; un minimum de formation est nécessaire pour chaque emploi si l'on veut offrir un service de qualité. De plus, peu de personnes aiment l'insécurité de l'emploi et les emplois qui ne peuvent être assurés en temps plein annuel ne représentent qu'une phase provisoire dans la vie active d'une personne, à moins que celle-ci arrive à concilier plusieurs emplois dont les temporalités de l'emploi sont complémentaires et permettent au final, d'être employé à plein temps.

Les emplois proposés intéressent principalement les jeunes, qui viennent de finir leur formation et désirent gagner de l'argent rapidement. Comme les emplois sont temporaires, ils obtiennent assez facilement les postes de travail, sans même posséder de qualification dans le domaine. Souvent également, les personnes au chômage sont également placées dans ces établissements et infrastructures touristiques. Mais dès la saison touristique terminée, ils reviennent à la charge de la collectivité publique.

Pour ce qui est des postes que l'on peut qualifier de manuels et ne nécessitant pas de formation spécifique, le problème est assez aisément résolu par la complémentarité des secteurs d'activité du tourisme (techniciens de remontées mécaniques, déblayement des neiges,...) et ceux de l'agriculture ou de la construction. D'ailleurs, le taux de chômage reste assez constant sur l'année dans toutes les communes du Val d'Hérens malgré la saisonnalité du tourisme en raison de cette complémentarité entre les secteurs économiques.

Toutefois, n'est pas acteur touristique qui veut, d'autant plus lorsqu'il y a interaction directe entre le touriste et le prestataire touristique. Il a été quelques fois reproché, dans les questionnaires clients proposés, la qualité de l'accueil du personnel touristique, qui semble *bon mais un peu bourru*¹⁵¹. L'accueil et l'information aux touristes nécessitent du temps, de la patience et de la connaissance. Ces critères ne sont pas innés chez toute personne, une formation doit être envisagée.

Dans le Val d'Hérens, les structures d'accueil ont l'avantage d'être de petite taille, donc ne nécessitant que peu de personnel et dans la plupart des établissements, l'entreprise est familiale, génération après génération, et il est fréquent de voir une grand-mère de plus de 80 ans derrière sa caisse. L'investissement dans le travail est donc différent dans ce cas, où l'on ne compte pas ses heures et dont la motivation est celle de voir son entreprise fonctionner et satisfaire les clients. Cette conception du travail est très différente chez un simple employé. Toutefois, le travail familial de l'entreprise ne satisfait pas la qualité de la gestion. La formation sur le tas n'est plus suffisante pour satisfaire les clients ; un minimum de connaissance et de formation auprès de professionnels est très utile et nécessaire.

En résumé, seule la complémentarité entre différents secteurs d'activités ne semble répondre pour l'heure à la saisonnalité des emplois touristiques. Cela semble insuffisant puisque ceci ne concerne pas l'ensemble du personnel d'une part, et que

¹⁵⁰ MICHELOUD, Héréence : 32%, Evolène 55%, Nax 38%, Saint-Martin 31%, Vex 80%, approximations, chiffres de 2001

¹⁵¹ MICHELOUD, p. 12

les employés concernés ne sont que d'un niveau de formation primaire à secondaire. Aucune démarche convaincante n'a été mise sur pied pour contrer les mauvaises conditions de travail ni l'insécurité de l'emploi à l'année. D'autre part, l'autoformation ne peut en aucun cas être pérenne dans le moyen et long terme sans un appui de professionnalisation.

5.3.5.3. Amélioration des qualifications

La formation concerne aussi bien :

- les employés (hôtelliers, restaurateurs, moniteurs sportifs, animateurs, guides, hôtesses d'accueil, métiers liés à la vente et location,...). Nous avons déjà traité dans le point précédent ces emplois
- les directeurs et patrons des établissements et infrastructures (remontées mécaniques,...) afin de les aider dans la gestion de leurs biens et services.

La gestion passe non seulement pas la gérance annuelle de son service, mais également par l'anticipation sur le futur, la flexibilité, la connaissance des problèmes actuels et la possibilité d'y remédier. Cela passe indubitablement par une professionnalisation du tourisme, si l'on veut rester compétitif. L'amateurisme exercé jusqu'ici dans le Val d'Hérens, et dans bien d'autres destinations touristiques, a suffi car il a bénéficié de rentrées touristiques importantes, dans une période où le tourisme n'était pas accessible à tous d'une part et où quelques destinations seulement étaient proposées. Toutefois, un changement et une formation sont nécessaires pour perdurer. L'enjeu de la formation est double : il s'agit d'une part de contrer le chômage grâce à un niveau de formation plus élevé, et d'autre part de rendre les entreprises plus compétitives et durables.

Ceci serait d'autant plus aisé d'engager du personnel formé et d'encourager les habitants à se professionnaliser, d'autant plus qu'il existe une école du tourisme à Sierre, soit à 30 minutes maximum des communes les plus éloignées.

Cependant le problème du *serpent qui se mord la queue* frappe la professionnalisation des emplois touristiques. Lorsque les personnes sont formées, elles n'acceptent plus de travailler à un salaire correspondant à un emploi sans formation¹⁵². Mais les revenus des entreprises touristiques ne sont actuellement plus aussi élevés qu'auparavant, et les bénéfices doivent être répartis entre les salaires et la réserve pour les travaux de rénovation. Elles ne peuvent donc se permettre de payer leurs employés correctement, comme ils le seraient dans des villes. S'agissant d'entreprises privées pour la majorité d'entre elles, dont le secteur public n'a pas de part dans l'entreprise (sauf en ce qui concerne parfois les remontées mécaniques), il ne peut et ne va intervenir financièrement pour l'aider. Par conséquent, les personnes formées refusent de travailler dans ces conditions, déclinent les postes de travail et s'en vont chercher du travail ailleurs, et dans la majorité des cas quittent la destination pour habiter sur le lieu de travail.

Au niveau cantonal, la modification de la loi sur le tourisme souhaite remplacer les sociétés de développement par un autre organe de développement (ressemblant plus à une forme d'office du tourisme actuelle), formé et avec un budget financier plus important, suffisant pour atteindre les objectifs de développement du canton au niveau touristique. Ce changement d'acteur est encouragé par le directeur de Valais Tourisme, M. Jérémy Robyr¹⁵³.

En conséquence, le Val d'Hérens ne s'est pas encore tourné vers la formation, mais de nouvelles idées émergent (regroupement des 3 sociétés de développement en une seule entité, Evolène Tourisme, Thyon qui est en passe de mettre en place une nouvelle structure avec direction de station). Il reste encore à voir les actions concrètes de la nouvelle entité Hérens Tourisme qui pourrait chapeauter le tout, mieux organiser les problèmes de gestion, de formation et de marketing, avec le soutien de Sion Région.

¹⁵² Laissons de côté ici le problème lié aux horaires de travail

¹⁵³ Interview tv locale Canal 9, émission du 10 juillet 2006

5.3.5.4. Synthèse et éléments de solution

Les emplois liés au tourisme proposés dans le Val d'Hérens sont loin d'être durables (temps partiel, sans formation aucune). Certes les touristes recherchent de la tradition, il faut donc engager le personnel local, connaissant mieux que quiconque sa vallée, ses traditions, sa culture. Mais pour pouvoir échanger avec le touriste, il faut que ses conditions de travail soient améliorées (un personnel insatisfait par son travail sera très rapidement perceptible par les touristes. Il faut donc trouver des synergies entre les emplois. Et cette complémentarité peut se développer également autrement qu'entre différents secteurs d'activités. Des échanges devraient intervenir entre les destinations touristiques (ex. Thyon qui travaille fortement en hiver et Evolène plutôt en été) ; le personnel qualifié pourrait être engagé à l'année à plein temps soit pour deux destinations différentes, soit pour 2 entreprises. On pourrait imaginer engager le 30-40% du personnel à l'année et en haute saison, le compléter par un personnel d'appoint. Le personnel en place à l'année ferait une rotation entre les entreprises de sa branche selon ses qualifications. Par exemple, sur 8 restaurants ouverts en haute saison, seuls 3 restent ouverts à l'année. Tout le personnel à plein temps devrait alors être regroupé dans ces 3 établissements.

De plus, le Val d'Hérens ne peut continuer sans être formé à l'accueil et à la gestion du tourisme. On devrait retrouver une politique touristique qui encourage les entreprises à se former, à chercher à obtenir un label de qualité, car même si les entreprises n'ont pas de gestion parfaite, il faut au moins affirmer que le désir existe de se perfectionner et faire des efforts pour être durable ; ceci constituant un premier pas en avant vers la durabilité.

Une autre aide peut venir de la population locale. Le peuple hérensard est né économe et a son bas de laine. En effet, on évalue à plus de 500 millions de francs les économies et épargnes des Hérensards. Il est peut-être temps de délier la bourse. Pour cela, il faudrait proposer des projets viables, rentables, faisables et porteurs d'emplois. On peut imaginer former des écoles d'employés de tourisme, de guides, d'accompagnateurs, former des spécialistes faune, flore et nature, des historiens de cette vallée et du Valais. Il faut maintenir à tout prix l'authenticité. Les projets en cours dans la vallée tendent vers la réunion de ces intérêts, la mise en commun de ces atouts naturels, la sauvegarde d'une nature unique et bien protégée, propre et saine. En espérant que la découverte par les prestataires touristiques de cerfs et de chevreuils puisse satisfaire indigènes et touristes mieux que l'ours dont certains aimeraient peupler nos régions (...).

5.3.6. Le cadre de vie et des services

5.3.6.1. Introduction

Après l'aspect social lié à l'emploi, nous allons ici nous intéresser à la qualité de vie des résidents locaux qui doivent partager leur territoire avec des touristes temporaires. Cette cohabitation peut se faire sans heurts mais peut également occasionner des conflits d'usage du territoire (eau, bruit, partage des terrains à bâtir,...). A l'inverse, les résidents bénéficient de services qui n'auraient pu voir le jour si l'activité touristique n'était pas présente. Le cadre de vie des habitants et des services à leur disposition dépend donc en partie de l'impact du tourisme sur la destination. Il peut être très porteur si les deux groupes d'acteurs (résidents et touristes) visent à une qualité du tourisme, du territoire naturel, bâti, culturel et des services.

L'enjeu de cette partie de l'évaluation sociale est l'examen des impacts de l'activité touristique sur le cadre de vie des habitants et des services des destinations, à savoir s'il joue un rôle dans l'amélioration ou dans l'aggravation de la situation.

Il s'agira donc de traiter des thématiques temporelles/saisonniers à nouveau en regard cette fois-ci des besoins de la population locale et non plus des touristes, de la qualité de l'offre ainsi que de l'organisation des acteurs afin de promouvoir cette qualité et sa reconnaissance par tous. Sera également analysé l'état du marché foncier.

5.3.6.2. Mixité touriste / habitant et maintien de services collectifs toute l'année

Par service collectif, nous entendons ici autant les équipements que les services de base (commerces mais aussi services sociaux, de santé, administration, transports publics...). La situation géographique de ces éléments est utile dans le sens où elle détermine le rapport entre zone touristique / zone village et implantation des services, ce qui, aux vues des distances à parcourir, donne un élément de réponse dans la gestion communale des services, privilégiés pour les touristes et/ou résidents.

Le dégagement des principes de fonctionnement territorial des politiques touristiques se fera par ma connaissance personnelle des lieux, appuyée par une cartographie, ainsi que sur la base des divers entretiens effectués.

Les communes de Vex et d'Hérémente présentent des similitudes dans le sens où les stations touristiques sont clairement dissociées des noyaux villageois. Pour la commune de Vex, les stations des Collons et celle de Thyon sont dissociées du village par une distance de 11km, respectivement 15km. Ces deux stations peuvent vivre en parfaite autarcie pour ce qui est des équipements et services de base. Il y aurait beaucoup à dire sur le manque de mixité fonctionnelle des restaurants, cafés et commerces des stations des Collons et Thyon (pour les sources connues). En effet, on constate que seul le tourisme intéresse les commerçants et restaurateurs. J'en veux pour preuve le manque total de coordination au niveau des horaires et jours d'ouverture en dehors des saisons touristiques. La population locale, essentiellement les travailleurs des entreprises chargés à la construction de nouveaux hébergements touristiques peinent à trouver un lieu ouvert toute l'année et aucun système de « permanence » des restaurants et commerces n'existe à ce jour, ce qui contraint les travailleurs à devoir gagner une autre commune pour se restaurer à l'entre et basse saisons.

On peut donc constater un dédoublement des équipements et services, l'un pour le tourisme, dont le phénomène de saisonnalité les rend non durables (rentabilité, personnel saisonnier, gaspillage de terrain, station déserte la moitié de l'année) et l'autre pour les villageois, permanent. Pour le hameau des Mayens-de-Sion (6km), formé de chalets servant de résidences secondaires en été aux citadins de la ville de Sion et environs, son cas peut-être apparenté à celui des Masses sur la commune d'Hérémente. Les deux destinations touristiques ont une vocation uniquement d'ortoir, ne proposant aucun commerce si ce n'est un restaurant sur chaque destination.

Ce phénomène n'est lui non plus pas pérenne dans le sens où il encourage une multiplication de trajets entre les stations et les villages. Ceci est d'autant plus à déplorer qu'il incite et contraint les pendulaires à se déplacer avec un véhicule motorisé privé, aucune liaison en transport public n'étant offerte pour gagner les Masses, ce qui a les conséquences néfastes pour l'environnement : gaspillage de terrains pour la création d'accès et de places de parc, contribution à l'effet de serre,... Pour ce qui est des 3 autres destinations touristiques, elles sont toutes atteignables par transport public, bien que la fréquence soit réduite à l'entre et basse saisons. Il faut à propos remarquer qu'un problème annuel existe pour les rares habitants à l'année des stations de Thyon et les Collons (25 habitants), dont les enfants sont prêtérétés pour gagner leur école en transport public. Une organisation de transport public a été mise en place pour le déplacement des élèves tout comme une cantine scolaire qui prend en charge les enfants hors des heures scolarisées. Une crèche est également en cours de mise en place, le tout à la charge de la commune de Vex.

Du point de vue de la population locale, ces constats ont pour effet d'accroître la dissociation entre touristes et habitants, sans contact direct entre les deux types d'acteurs et dont le développement en hébergement de l'un n'a que peu d'influence sur l'autre, les territoires étant dissociés, si ce n'est les incidences dues au coût des infrastructures routières communales et en équipements qui incombent aux habitants locaux, en utilisation de la ressource eau¹⁵⁴,... En poussant cette situation à l'extrême, on serait tenté de dire que les populations locales, qui ne sont pas acteurs directs du tourisme de leur commune pourraient ne rien savoir de la clientèle sur place (qui, origine, classe d'âge,...) ni des fréquences et taux d'occupation des destinations. *Les habitants se sentent peu concernés par le tourisme et montrent peu d'intérêt à s'impliquer dans la vie de la*

¹⁵⁴ Les communes du Val d'Hérens ont l'avantage sur les autres communes rurales de moins souffrir de manque d'eau en période de haute saison, puisqu'elle bénéficie de la présence du barrage de la Grande-Dixence qui leur assure un débit suffisant en tous temps. Mais ce problème est conséquent dans les régions touristiques de montagne, comme c'est le cas pour Nendaz et Ovronnaz, communes voisines, dont l'eau a manqué pendant plusieurs jours consécutifs dû à une surexploitation des sources en haute saison.

*station*¹⁵⁵. Ce phénomène de séparation touriste/habitants est accentué par le fait que pour la majorité des manifestations et événements, services sportifs ou itinéraires/raisons pédestres, ce sont les populations locales qui doivent se déplacer sur les destinations touristiques à proprement parler, comme si l'hôte permanent devenait un excursionniste sur sa propre commune.

Pour la commune de Nax, la situation est inverse. Le nœud villageois correspond à la destination touristique principale. Les populations locales bénéficient donc de services et équipements à l'année, quelque peu surdimensionnés puisque devant servir en haute saison une population plus nombreuse, mais permettant ainsi aux acteurs touristiques de s'assurer de rentrées à l'année, maintenant un service et un personnel à plein temps annuellement. Au niveau du cadre de vie des autochtones, cette situation est préférable. Elle a l'avantage de faire cohabiter touristes et habitants, leur culture, leurs intérêts. Ce noyau villageois et à la fois centre touristique peut être un avantage pour sortir du problème saisonnier, puisqu'au niveau des équipements et services, ils sont prévus pour des résidents à l'année, donc ouverts toute l'année. Par contre, au niveau territorial, pour les nouvelles constructions, autant ils réduisent le gaspillage en terrains pour les accès puisque situés idéalement dans la zone villageoise ou en périphérie proche, autant ils peuvent générer des conflits avec la population locale qui voit une partie de ses terrains à bâtir utilisés par les touristes, ce qui peut être un argument pour voir le prix des terrains augmenter, mais il n'en est rien encore.

En ce qui concerne les transports publics, leur fréquence ne subit pas de changement entre la haute et basse saison, puisque un usage annuel en est fait pour les étudiants se rendant à Sion.

Pour ce qui est de la commune d'Evolène, sa situation est un mélange entre les deux morphologies précédentes, puisqu'elle est constituée de nœuds villageois correspondant aux destinations touristiques, mais répartis en plusieurs lieux géographiques sur son territoire (Evolène, les Haudères, Arolla, la Sage, Ferpècle). Chaque hameau peut-être considéré comme un petit village puisqu'il permet de loger des personnes actives à l'année (agriculteurs pour la plupart d'entre eux, commerçants) et des touristes en haute saison. Il faut répéter ici que cette commune a le privilège d'avoir une haute saison égale, entre l'été et l'hiver. A Evolène, les habitants ont tellement bien compris l'attrait et les avantages du tourisme que certains abandonnent leur logement et vont s'installer dans leur résidence secondaire sur la commune (mayen) pour mettre en location leur logement pour les touristes.

En ce qui concerne les trajets, force est de constater qu'encore une fois, le mode de déplacement privilégié est les véhicules privés motorisés. Au niveau des transports publics, que ce soit pour toute la vallée, le problème majeur est constitué par leur financement. S'il y a sous-utilisation et déficit, comme les compagnies de transport en commun sont publiques, une part du déficit doit être comblée, répartition entre les niveaux communal, cantonal et fédéral. Comme on l'a déjà mentionné plus haut, les communes ne disposant pas de marge d'autofinancement très grand et le maigre budget alloué au tourisme suffit à peine à payer le personnel, ils ne peuvent en plus prendre en charge une part du déficit de ces transports publics. C'est pourquoi les flux sont limités voire même supprimés sur certains tronçons durant la basse saison. L'utilisation de carburant moins polluant ou de véhicules écologiques est une alternative en plaine, cependant en montagne, force est de constater que leur autonomie pour gravir les pentes n'est pas optimal.

Sur la commune de Saint-Martin, le tourisme de nature se développe lentement, mais il est important de faire remarquer ici au lecteur que la problématique liée au transport motorisé a été étudiée pour les gîtes ruraux. Ces derniers, bien que se situant sous et sur le village ont nécessité la réalisation d'un accès routier carrossable pour les besoins agricoles mais la circulation sur ces routes n'est permise que pour les personnes autorisées. Les propriétaires des chalets ainsi que les touristes gagnent les gîtes à pied uniquement, permettant ainsi de conserver le cachet authentique des lieux. Il n'en demeure pas moins que l'essentiel des touristes venant là aussi en transports individuels motorisés, des places de parc en suffisance dans les villages ont dû être créées.

¹⁵⁵ Propos de P. FURGER

En ce qui concerne les communes de Mase, Vernamiège et les Agettes, les quelques résidences secondaires sont disséminées à l'intérieur même du nœud villageois et ses abords, reliés par des réseaux de routes structurant le paysage malgré elles. Mais la population résidente étant en nombre inférieur à 400 personnes, les équipements, biens et services sont réduits à leur strict minimum et nécessitant obligatoirement un déplacement en ville ou dans les communes voisines pour combler leurs besoins.

En conclusion, on observe que les communes de la rive gauche de la Borgne n'ont pas eu de développement encourageant une interaction entre touriste et population locale, ce qui n'est ni économe en terrains ni avantageux au niveau temporel / saisonnier pour les services, équipements et image donnée à voir au touriste (lieu à l'abandon) qui serait tenté de venir dans la destination à l'entre et basse saisons. La phase de transition entre un tourisme saisonnier et un tourisme annuel, si cette voie peut être envisagée, sera très difficile à effectuer (rentabilité des biens et services qui devront être ouverts pour accueillir le rare touriste), plus que dans la situation de centre villageois touristique.

5.3.6.3. Recherche d'une qualité des services qui soit reconnue

La population locale est la première concernée par le développement touristique de sa commune, une grande majorité d'entre elle étant active dans ce secteur économique. L'offre proposée doit donc être soignée et adaptée à la demande touristique. L'offre comprend les biens et services mis à la disposition des touristes et l'animation, points que nous avons traités ci-dessus, mais également l'accueil. Un touriste ne vient jamais dans un lieu abandonné, sans y avoir d'interlocuteur répondant à sa demande et lui fournissant ses services, quand bien même il vient se ressourcer dans un espace naturel vierge.

Ces biens et services proposés doivent être de qualité, ce qui est définissable d'une part en vertu de l'appréciation des touristes par les questionnaires de satisfaction transmis aux touristes, ou réclamations transmises aux offices du tourisme, et d'autre part en vertu de critères définis, applicables à toutes les destinations et permettant de classer la qualité des services des destinations et de permettre au touriste de pouvoir juger en connaissance de cause, lors du choix de la destination déjà. A un niveau plus régional ou local, les acteurs eux-mêmes peuvent s'engager moralement à maintenir et respecter des critères de qualité.

Ne disposant d'informations suffisantes sur les autres destinations touristiques, seules les données pour Thyon-Région seront reportées ici. Les résultats du questionnaire¹⁵⁶ mettent en évidence que les nouveaux clients, soit ¼ des hôtes, estiment l'accueil très bon, 25% des répondants jugeant la destination sympa et conviviale, ce qui est un bon résultat. Au niveau de l'information qui est fournie au client, elle est également jugée très bonne. En ce qui concerne les propriétaires, ils sont plus critiques et jugent l'accueil de bon et l'information de satisfaisante. La relation entre le prestataire touristique et le touriste est rassurante et ce point peut être considéré comme une force pour la destination, un premier pas vers une fidélisation des hôtes.

L'appréciation de la qualité de l'accueil et de l'information a été évaluée ci-dessus en regard de touristes qui ont eu à faire avec les prestataires. Cependant, en amont, lorsque le touriste n'a pas encore gagné la destination, il ne peut prévoir la qualité de ces services qui lui seront fournis. En effet, aucune commune du Val d'Hérens ne s'est intégrée dans un organisme régional, cantonal, national ou international de reconnaissance de l'accueil, comme par exemple le programme suisse *label de qualité*. Les objectifs de ces programmes ou organismes semblables sont d'améliorer le traitement des réclamations (trop souvent les questionnaires clients restent au stade de bilan de l'état existant, sans engager de démarche pour modifier l'état) l'amélioration de l'information à la clientèle, la publicité pour l'entreprise, l'offre davantage créatrice et innovatrice ainsi que la démarcation de la concurrence. Evalué par des professionnels du tourisme, les 3 catégories de la marque « label de qualité »¹⁵⁷ démontrent d'une part un intérêt de la part des prestataires de la destination de maintenir leur qualité de service et leur gestion et les perfectionner, selon des critères professionnels et non plus personnels. Au niveau

¹⁵⁶ GAUDIN, p. 19 et 33

¹⁵⁷ Niveau I : maintien et amélioration de la qualité, niveau II : mesure de la qualité et qualité de la gestion, niveau III : reconnaissance internationale dont le but est un développement continu de la qualité

concurrentiel, une appartenance à un tel organisme est une force. Aucune entreprise du Val d'Hérens, de quelque nature que ce soit, n'est affiliée à ce genre de programme, non pas parce qu'elle ne répondrait pas aux critères pour en faire partie (niveau I) mais en raison d'un problème temporel : ce processus demande du temps pour effectuer une réelle et profonde analyse de la situation, temps que les prestataires touristiques ne semblent pas trouver¹⁵⁸. Ce point est regrettable, d'autant plus que le tourisme hérensard est marqué par la saisonnalité, ce qui laisse plus de temps en basse saison pour ce genre d'analyse.

L'aspect sécurité de la destination est un autre facteur intervenant dans la qualité des services. Lorsque l'on vise une clientèle aisée et familiale, ce critère est prépondérant et décisif. La Suisse entière a cette chance d'être encore considérée comme un pays sécurisant, sans troubles (vol, attaques, vandalisme,...), contrairement à ses pays limitrophes (France, Italie). Tous les acteurs locaux sont unanimes sur cet aspect, mais d'aucun juge utile de tirer profit de cette qualité sur les destinations touristiques comparables voisines.

Une autre démarche pour améliorer la qualité des services, sans avoir recours à des professionnels externes, est une démarche qui vient des prestataires eux-mêmes, qui décident de regrouper leur point de vue au niveau local ou régional dans une charte, texte à valeur non contraignante, qui n'a pas de valeur juridique, mais engage les personnes sur leur bonne foi. Ce type de démarche démontre d'un intérêt pour la question de la qualité des services et du maintien de son niveau, d'une vision partagée, commune, mais surtout d'une prise de conscience de l'intérêt de l'aspect qualitatif, sur le moyen et long terme.

Dans le Val d'Hérens, il n'existe à ma connaissance aucune charte ou label, qui tende à la codification d'un minimum de règles communes. Peut-être la commission technique et économique, si l'ACVH maintient son désir d'encourager et maintenir toutes les phases de son programme proposé pourrait offrir une sorte de plan d'aménagement du développement durable (PADD) et d'une conception d'évolution du paysage (CEP), comme guide d'évaluation.

Sur l'ensemble des communes donc, aucune insuffisance criante n'a été mise en évidence dans les services rendus aux touristes en ce qui concerne l'accueil et l'information et ces biens peuvent être qualifiés de qualitativement satisfaisants. Seulement, cet état de fait ne reflète que le court terme, l'avis des touristes sur l'état actuel, qui peut évoluer positivement ou se détériorer rapidement, aucun moyen n'étant mis en œuvre afin d'assurer la durabilité de la qualité d'accueil. Vu le nombre croissant de destinations touristiques proposant des offres similaires, la distinction doit se faire en amont de la venue sur place des hôtes. Des labels de reconnaissances qualitatives peuvent permettre aux destinations de se démarquer tout en opérant un tourisme durable (si obtention de ce label).

5.3.6.4. Evaluation de l'état du marché foncier

L'aménagement du territoire attribue au territoire la fonction d'un bien commun. Le foncier, lui, attribue à ce territoire la valeur et la signification d'un bien, approprié de manière privative¹⁵⁹. Il s'agit ici de faire état de la demande en terrain à construire ainsi que de l'évolution du prix des terrains.

Si les politiques intègrent de nouvelles zones à bâtir dans leur plan de zones, c'est qu'une demande existe. Nous en prenons pour preuve le boom de la construction que connaît le Valais depuis environ deux ans, rencontré principalement pour la construction de résidences secondaires en région de montagne. Et les constructions dans le Val d'Hérens n'échappent pas à cette règle. On parle actuellement de l'abrogation de la Lex Koller, loi sur l'acquisition de terrains par des étrangers, qui jusqu'à maintenant mettait des quotas pour l'achat et la construction de résidences pour les étrangers en Suisse, afin d'ajuster les constructions. Dans l'état actuel, boom de la construction, si les étrangers pouvaient construire comme ils le voulaient, l'étalement serait encore plus spectaculaire et les terrains gaspillés et la valeur des terrains

¹⁵⁸ Propos d'A. THEYTAZ

¹⁵⁹ Notes du cours DESS en études urbaines, 8^{ème} journée du 23 novembre 2004, exposé d'Urs ZUPPINGER, d'Urbanplan Lausanne, sur le rôle de la réalité foncière versus l'aménagement du territoire.

augmentée en conséquent. De plus, tout comme les grandes villes sont frappées par le manque de logements pour leur population, le Val d'Hérens connaît également cette crise pour leur population. Les jeunes notamment, jeunes familles, doivent quitter leur village parce qu'elles ne trouvent pas de logement adéquat (toute famille ne rêve pas forcément d'avoir une villa). Certaines communes¹⁶⁰ sont actuellement en phase d'analyse de variantes (concours d'idées) pour la construction d'immeubles afin d'éviter un exode rural de la population, et ainsi de main-d'œuvre également pour les établissements touristiques.

Concernant le prix des terrains, pour plusieurs raisons (politiques, argument fiscal, beauté du site,...) certaines destinations touristiques se sont tellement axées et développées autour d'un tourisme à haute valeur ajoutée (prenons l'exemple de la station de Verbier, sur la commune de Bagnes¹⁶¹) que le prix du terrain est devenu exorbitant, à tel point que le déséquilibre entre la population locale et les touristes, qui se faisait déjà sentir par la richesse dissociée de ces deux *colocataires du territoire* se fait à nouveau ressentir sous la forme de l'exode rural des populations locales et du renoncement de nouveaux autochtones de construire sur les lieux, étant donné le prix du m² qui a atteint des proportions inenvisageable pour les locaux.

Dans le cas du Val d'Hérens, ceci n'est pas encore le cas. Certes, certains investisseurs étrangers sont intéressés par la construction de complexes dans certaines communes du Val d'Hérens, mais pour l'heure, rien n'a été concrétisé et les terrains sont à des prix abordables, qui n'ont pas fluctué en raison de la venue du tourisme. Au contraire, on remarque que certaines communes pratiquent une politique inverse, la priorité étant le frein à l'exode rural. Si l'on prend l'exemple de Mase, la commune brade même les prix des terrains, les offrant dès 30.- francs le mètre carré afin de favoriser la construction pour des résidents permanents sur leur commune, pour relancer l'économie et la vie locale. Un investisseur propose à Nax l'achat d'appartements en construction au prix de revient, à la condition de déposer les papiers sur la commune. La commune d'Hérémece prend elle les devants et envisage de construire des appartements pour jeunes familles, afin d'éviter l'exode rural.

La demande en terrains à bâtir est donc présente et constante dans tous les villages du Val d'Hérens sans y avoir eu d'augmentation du prix du terrain que ce soit pour les touristes comme pour les autochtones et il ne semble pas que le tourisme soit perçu comme un obstacle à l'achat de terrains à bâtir par les locaux.

5.3.6.5. Synthèse et éléments de solution

Pour résumer, le cadre de vie des autochtones est meilleur pour les communes où le nœud villageois correspond à la destination touristique, comparativement aux autres communes, dissociant géographiquement la population des touristes, et dédoublant en conséquent le nombre de services de base.

Au niveau de la qualité des services proposés – accueil et information – la situation actuelle est plutôt satisfaisante, mais sa pérennité n'est pas assurée.

Seul, on ne peut tout faire et gérer. Une association des commerçants efficace pourrait assurer un maintien constant sur toute l'année d'un minimum de commerces et restaurants. On ne peut se plaindre d'être soumis à un tourisme saisonnier si on ne se donne les moyens d'assurer un tourisme à l'année.

Comme éléments permettant de maîtriser sur le moyen et long termes ces aspects sociaux de rapports touristes / habitants, on ne peut qu'encourager les communes du Val d'Hérens à se labelliser, démarcher pour avoir une reconnaissance nationale et internationale et ainsi faire un premier pas vers la professionnalisation du tourisme.

De plus, afin d'encourager la complémentarité entre vie locale des habitants à l'année et équipements touristiques, on pourrait suivre l'exemple de la commune de Saas-Fee, qui oblige à toute nouvelle construction d'immeuble résidentiel de proposer des appartements pour les habitants de la commune, qui seront donc loués à l'année, réduisant ainsi la problématique des lits froids et accroissant le confort des populations locales.

¹⁶⁰ Hérémece

¹⁶¹ Ou les touristes, maintenant notamment en provenance de Russie, se font construire des chalets à 9 mio de francs en moyenne, avec l'achat d'un terrain dont le mètre carré atteint aisément la somme de 1'500.- Frs.

6. TOURISME HERENSARD : SYNTHÈSE ET ORIENTATION

6.1. POINTS FORTS ET FAIBLESSES DANS LA GESTION DU TOURISME DANS LE VAL D'HERENS

Nous allons ici résumer succinctement les points essentiels abordés aux chapitres précédents afin de faire un bilan de la gestion du tourisme pour notre étude de cas du Val d'Hérens.

| HEBERGEMENT | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 😊 | ☹️ |
| Grand nombre de lits touristiques en para-hôtellerie, répartis dans chacune des communes, proposant des activités touristiques ou non | De trop nombreux lits froids avec un taux d'occupation trop restreint marqué par la saisonnalité et une part trop importante de logements privés qui ne sont pas proposés à la location |
| Création de logements nouveaux fourni du travail à la main d'œuvre locale | Gaspillage d'espaces naturels par le type d'hébergement proposé (chalets), aucun frein aux constructions nouvelles (et à leur problème de lits froids) |
| Mise en valeur, conservation et restauration des anciennes demeures pour en faire des gîtes | Vétusté des logements |
| Amélioration du patrimoine bâti et maintien des équipements en infrastructures dans les zones à bâtir | Inadaptation des logements avec la demande touristique (en nombre de pièces et mètres carrés) |
| | Manque d'hôtel compétitif, d'hébergement à la demande |
| Types d'hébergement varié pouvant satisfaire tout type de touriste (jeune, famille, clientèle aisée, groupe,...) | Mauvaise gestion du parc de logements : en mains de propriétaires privés |

| PRODUIT TOURISTIQUE OFFERT | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 😊 | ☹️ |
| Offre importante en grandes manifestations sportives et culturelles | Saisonnalité trop marquée, manque d'activité à l'année, indépendante du facteur météorologique |
| Grande richesse patrimoniale et culturelle, mise en valeur (sanctuaires, monuments historiques, villages à l'architecture traditionnelle,...) | Absence d'offre forfaitaire, de package, programme guidé |
| Présence de quelques projets à l'échelle régionale | Monofonctionnalité des activités : peu d'alternatives proposées (ski, alpinisme, randonnées) |
| Valorisation du patrimoine culturel et traditionnel grâce et par le tourisme | Ne tire pas profit de la proximité de Sion, avec son aéroport, sa gare, sa sortie d'autoroute à proximité |
| Vaste réseau de chemins pédestres, dans un cadre idyllique, au sein d'une nature préservée | Beaucoup de doublons entre les communes |
| Intégration de remontées mécaniques au réseau interrégional des 4 Vallées | Non rentabilité des biens et services proposés |
| | Forte dépendance par rapport au financement public (subventionnement) |
| | Mauvaise mise en valeur de la facilité d'accès et de la sécurité |
| | Peu de mise valeur des atouts paysagers comme les pyramides d'Euseigne, glaciers, ou réalisation humaine du barrage de la Grande Dixence |

| ACTEURS | |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 😊 | ☹️ |
| Entreprises familiales en grand nombre pour les services proposés | Manque de relève, non sécurité de l'emploi lié à la saisonnalité |
| Accueil et service jugé satisfaisant | Pas de structure coordonnée pour l'accueil |
| Grande autonomie de décision | Agissement individuel, par commune, manque de vision régionale |
| Nombre conséquent d'employés, patrons et décideurs locaux | Amateurisme des acteurs touristiques, manque de professionnalisation |
| | Foisonnement d'organisations structurelles pour les tâches stratégiques et opérationnelles |
| | Faible participation de la population locale à la vie et au développement touristique |
| | Peu de soutien financier de la part des communes et des populations locales dans le tourisme |
| | Peu de recherche de reconnaissance au niveau régional, national et international (label) |

Tableau 10 : bilan de la gestion du tourisme dans le Val d'Hérens

Le tourisme dans le Val d'Hérens, tel qu'il est, ne peut pas être considéré comme durable à moyen et encore moins à long terme ; il est tout juste rentable à court terme, avec l'appui du secteur public.

La qualité des activités et des services proposés, de l'accueil, du patrimoine tant naturel que culturel sont des éléments incontournables de l'offre touristique. La vallée bénéficie de la plupart des ressources fondamentales (environnement naturel, paysager, culturel et traditionnel qui a su être conservé et mis en valeur), pourtant, au niveau des biens et services proposés, l'offre est en décalage avec la demande : inadéquation avec les attentes de la clientèle actuelle, trop fortement marquée par la saisonnalité avec des périodes de haute saison de plus en plus courtes, rentabilité très restreinte de la branche touristique, vétusté des superstructures et non professionnalisme des prestataires touristiques et décideurs.

Sur le fond, avec un tel cadre paysager et culturel, les attractions et manifestations proposées, le Val d'Hérens possède des éléments suffisants pour attirer des touristes en toute saison, ou du moins pour 10 mois par an au minimum. Des problèmes liés à la gestion de l'hébergement et la gestion des entreprises existent, mais ne sont pas insurmontables s'il y a volonté de la part de tous les acteurs actifs.

Une prise de conscience au niveau de chaque commune s'est opérée ; le constat a été fait que chacune, à leur échelle spatiale, avec leurs ressources financières et en personnel, ne pouvait rivaliser avec les autres communes du Val d'Hérens en proposant les mêmes produits. D'ailleurs cette prise de conscience se concrétise par des associations, regroupement des offices du tourisme, projets régionaux, association des communes du Val d'Hérens, fondation d'une structure Hérens Tourisme, pourtant, il semble que ces moyens mis en œuvre ne soient suffisant car concrètement, aucun changement n'est perceptible.

Il est nécessaire de prendre conscience que la gestion du tourisme aujourd'hui n'est plus la même que celle d'il y a 30 ans, dû à la concurrence qui s'est fortement accrue. Cette prise de conscience doit se faire au niveau stratégique, autorités communales et structures touristiques (qui ont déjà œuvrées en ce sens) mais également au niveau opérationnel par les prestataires touristiques, commerçants, hôteliers, agents immobiliers, propriétaires privés ainsi que la population locale qui, même si elle n'est pas employée dans le secteur, doit se rendre compte que le tourisme est un atout pour la région qu'il faut maintenir et mettre en avant pour assurer la pérennité des villages de montagne. Ce deuxième groupe d'acteurs semble ne pas être encore prêt à bouleverser son fonctionnement actuel, très certainement en raison du cruel manque de professionnalisme des personnes engagées dans ce secteur. Ils n'ont pas évolué et leur amateurisme est un frein à la flexibilité des biens et services proposés, pouvant évoluer en fonction de la demande touristique. Le manque de formation et de compétence professionnelle est également un obstacle dans le sens où les prestataires touristiques ne connaissent que

leur vision locale du tourisme, sans savoir ce qui est pratiqué ailleurs, comment les autres stations ont en partie résolu les problèmes similaires ; ils ne connaissent pas les attentes des touristes, quels seront les touristes de demain, ce qu'ils rechercheront,... Cette vision locale du contexte est importante, mais doit être insérée dans une vision plus large.

Nous allons ci-dessous dresser un tableau récapitulatif des quelques propositions de mesures qui ont été énoncées dans le chapitre précédent afin de donner des pistes pour améliorer l'état existant.

| CRITERES | MESURES |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mobilité : tourisme sans voiture individuelle | <ul style="list-style-type: none"> - prise en charge durant tout le séjour depuis le lieu d'arrivée (gare, aéroport), - service de transport de bagages, - location de vélos, - transport public à la demande, - location sur place d'une voiture <i>Mobility</i> - |
| Milieu bâti : privilégier un habitat groupé densifié et inciter à la location et l'entretien/rénovation des biens immobiliers | <ul style="list-style-type: none"> - Exiger, pour les nouvelles constructions, l'utilisation maximale autorisée pour la zone du PAZ - Inciter à l'élaboration de plans d'affectation spéciaux (PAD, Plans de quartier) pour plusieurs constructions - Etablir un plan de secteurs constructibles de suite, dans 5 et 10 ans (quotas) - Politique restrictive pour les propriétaires ne construisant pas dans des secteurs déjà largement bâtis - Evaluer la faisabilité et nécessité de construire un hôtel régional, flexible, pour l'adapter à des demandes différentes - Imposition financière plus forte sur le logement, réduite en cas de location partielle ou totale - Encourager le système de <i>sale & leaseback</i> - Privilégier les constructions pour les résidences principales (avec garanties) - Exigence d'une étude de faisabilité pour les grands projets avant de délivrer l'autorisation de construire - Instaurer et encourager les standards de construction <i>Minergie</i> pour les nouvelles constructions et rénovations - Inciter les propriétaires privés à rénover leurs biens et établir un programme de rénovation sur l'ensemble du territoire - Rachat, fond de soutien, d'investisseurs privés pour la rénovation des biens vétustes existants - |
| Emplois : amélioration des conditions de travail et professionnalisation | <ul style="list-style-type: none"> - Complémentarité entre différents postes de travail selon la saison - Structure de commercialisation commune - Rallonger les hautes saisons en proposant des manifestations en début et fin de saison - Investir pour la clientèle désirée et recherchée, ne pas se disperser - Analyser les apports et pertes lors de manifestations, activités proposées (questionnaire, compteur de flux,...) - Former les employés - Inciter au recours à des professionnels et à une labellisation de qualité |
| Environnement et patrimoine : | <ul style="list-style-type: none"> - Maintien de certains paysages intacts, libre de toute présence humaine et d'autres accessibles pour les activités touristiques - Inciter à une reconnaissance (biosphère, label, inventaire) - Mieux mettre en valeur et vendre le paysage et l'environnement : écotourisme, promenades thématiques - Favoriser la labellisation des produits locaux - Mise en vente dans les commerces et restaurants des produits locaux - Diversification des produits locaux |
| Avenir : tourisme durable | <ul style="list-style-type: none"> - Travailler à l'échelle régionale - Avoir une vision, insérée dans une politique touristique, approuvée par la population et les acteurs locaux - Financement par un apport public en grande partie (Confédération, canton, communes, organismes) et privé (fondations, population...) - Regroupement des différents intérêts économiques régionaux en un seul organisme, capable de gérer et répartir les investissements |

Tableau 11 : mesures d'amélioration proposées

En plus des problèmes de gestion actuels, force est de constater qu'il n'existe pas encore de vision d'ensemble du tourisme hérensard. Les présidents se focalisent sur la coordination des produits et projets existants et en cours ainsi que sur leur marketing. En effet, tous estiment qu'il faudrait créer un logo ou label « Val d'Hérens » pour vendre un produit. Le problème réside dans le fait que pour l'heure, il n'y a rien de solide à vendre, aucun projet unificateur, complet n'est encore à disposition. Certes, la vente d'une destination, qu'elle soit au niveau de la station ou régionale, est une phase essentielle mais elle ne peut se mettre en place qu'une fois le produit défini, ce qui fait défaut aux communes du Val d'Hérens. Sans une vision d'ensemble, une orientation à suivre, le tourisme actuel ne pourra être durable car aucun financement ne sera investi sans objectif global concret.

Il faut savoir où l'on va. C'est là la carence essentielle dans la gestion du tourisme dans le Val d'Hérens. Il n'existe pas d'organismes de gestion pour le Val d'Hérens. La politique touristique est gérée au niveau des communes par les offices du tourisme et sociétés de développement, sous l'impulsion politique des communes. Mais aucune de ces entités ne possède toutefois de compétences spécifiques pour la gestion et la promotion du tourisme au niveau de la vallée.

Par ailleurs, sans avoir un objectif clair (clientèle, activité, hébergement,...) intégré dans une politique touristique, le tourisme hérensard ne pourra évoluer dans la voie de la durabilité.

6.2. ORIENTATION REGIONALISATION

Unique et durable doivent aller de pair. Ce qui est répétitif ou copié entraîne l'ennui ou le rejet parce que déjà vu ou déjà fait. Le fait d'avoir constamment misé sur l'aspect traditionnel et culturel de cette vallée (essentiellement pour la commune d'Evolène) a été positif car il permet aujourd'hui de proposer aux touristes une authenticité et typicité réelle, qui lui sont propre. Les stations de Thyon et les Collons se sont tournées vers un tourisme intensif et sont reconnues comme telles; qu'il en soit ainsi. La régionalisation permet justement de pouvoir proposer aux touristes une diversité à l'intérieur même de la vallée. Comme les lieux touristiques sont de petite envergure, le touriste sera vite rassasié au sein même d'une destination. Mais si un sérieux effort est mis en place dans la gestion et l'organisation du tourisme au niveau régional, il sera possible de mener et guider le touriste dans toutes les destinations, lui offrant ainsi cette diversité qu'il semble rechercher actuellement.

L'environnement montagnard doit se faire reconnaître par une unité géographique de massif, non plus dans le cadre de limites communales ou nationales. Penser durabilité équivaut à penser la région, la vallée, et non plus des entités isolées et microscopiques. *La concurrence ne vient pas des stations juste à côté¹⁶²*, mais de l'Italie, la France, et surtout des pays du Sud, de la mer, qui proposent des prix attractifs non concurrentiels pour la Suisse. Le changement d'échelle spatiale pourra améliorer le problème d'échelle temporelle du tourisme, soit la saisonnalité. Cela ne peut se faire qu'avec l'appui et le consentement des acteurs locaux.

Les touristes sont insensibles aux frontières communales d'une part, et d'autre part le choix de leur destination se fait en fonction du paysage à proposer et des prestations offertes. C'est pourquoi certains projets de grande envergure (complexe de plus de 20 chalets) se développent dans des zones dont la renommée touristique n'est pas reconnue, mais répondant à leur demande. On voit des projets, dont leur réalisation est reportée suite à des oppositions des associations de défense de la nature (WWF, Pronatura,...) dans des hameaux comme Bruson, esseulé, mais pas à Verbier même. Le touriste qui veut investir vient en Suisse en raison de ses atouts : sécurité et fiscalité. Ensuite, seul le contexte (géographique/cadre paysager et facilité des autorisations de construction) le mène à telle ou telle destination. Le touriste étranger passe des vacances en Suisse ou en Valais, seulement ensuite il passe ses vacances dans le Val d'Hérens ou ailleurs. Le touriste se déplace durant ses vacances, habitué qu'il est, s'il habite dans des grandes villes, à passer chaque jour près d'une heure pour se rendre de son domicile à son lieu de travail. Cette notion large de la spatialité, seul le touriste semble l'avoir pour l'instant. Les prestataires et décideurs de la destination ne semblent pas avoir compris cela. Ils refusent de perdre des clients au profit de la destination voisine. Pourtant, pour gagner des touristes, il faut savoir en perdre quelques-uns, en leur proposant une offre globale, sur toute la Vallée, voire même sur tout le canton. Au-delà, les distances temporelles sont trop importantes pour être englobées dans l'offre. En prenant un exemple concret, si un touriste cherche une piscine et que le lieu de destination n'en a

¹⁶² Propos de Martin GYGAX, économiste

pas, mais son voisin oui, il vaut mieux dire au client que oui, la destination possède une piscine qu'il peut atteindre en 10 minutes, plutôt que de répondre par la négative. Le touriste, lui, ne remarquera même pas qu'il a changé de commune.

Chaque destination touristique possède une particularité, mais n'est pas autonome et concurrentielle à elle seule. Elle devrait profiter des atouts de ses voisines, des complémentarités qui peuvent s'établir entre les différentes destinations touristiques. C'est pour cette raison qu'il est important de se coordonner, de varier les prestations et de les rendre complémentaires plutôt que d'essayer que chaque commune puisse avoir les mêmes prestations à offrir, en s'endettant et ne rentabilisant pas son infrastructure.

Mais attention, il serait erroné de voir en la régionalisation une solution miracle. En fait, toutes les communes rencontrent les mêmes problèmes et comme elles ne savent comment résoudre les solutions, elles pensent que la régionalisation est une bonne chose et qu'elle résoudra les problèmes rencontrés jusqu'alors. Certes, cette pensée n'est pas fausse, mais à elle seule, elle ne peut amener de solutions. Les décideurs qui s'associent ou fusionnent doivent eux-mêmes amener des idées et avoir une vision globale pour leur tourisme. Ce regroupement des communes du Val d'Hérens doit permettre d'apporter des idées, des projets à un niveau régional. Il est illusoire de penser que la solution viendra toute seule.

6.3. MISE EN ŒUVRE D'UNE STRATEGIE TOURISTIQUE

6.3.1. Politique touristique régionale

Dans une vision à moyen et long terme, il est essentiel d'avoir une idée de planification, d'orientation régionale du développement touristique, à l'intérieur d'un réseau territorial – le Val d'Hérens ou le Valais – basée sur une analyse globale de la situation, se fixant des objectifs tant quantitatifs que qualitatifs. Pour atteindre ses objectifs, il faut également avoir une stratégie de développement, adaptée au contexte particulier, tenant compte des potentialités, faiblesses, moyens à disposition, besoins, urgences,...

La gestion du territoire régionale comprend des zones à fort développement, des zones de protection, des zones sportives, de détente et loisirs,.... La zonification communale disparaît car aucune commune, seule, ne peut offrir les espaces suffisants aux différents besoins énoncés précédemment tout en offrant un large éventail de possibilités aux touristes et le maintien et la création de nouvelles places de travail aux autochtones.

Il apparaît pertinent de renforcer la régionalisation et l'intercommunalité pour les thématiques de gestion environnementale, paysagère, d'aménagement et d'équipements collectifs. En effet, ces problématiques dépassent les seuls intérêts communaux locaux. Leur mise en œuvre impose une péréquation financière et un partage des ressources entre les collectivités. L'établissement de schémas d'aménagement, de concepts d'évolution du paysage (CEP), de plans d'aménagement du développement durable,... constitue un cadre administratif efficace permettant la mise en place de politiques locales de développement.

Les politiques touristiques qui ont le plus de chance d'aboutir à un tourisme durable doivent passer par les démarches suivantes¹⁶³ :

- Etat des lieux
Cela passe par l'identification de la diversité des pratiques touristiques menées, par l'analyse de la durabilité des pratiques touristiques mises en œuvre et par le repérage de marges de perfectionnement potentiel (études de faisabilités, *benchmarking*, indicateurs du tourisme durable,...). Pour ce faire, il faut faire intervenir les professionnels concernés et les faire réfléchir collectivement sur les voies d'amélioration possibles. Il faut impliquer également les différents acteurs touristiques locaux afin de déterminer leurs attentes.

¹⁶³ *tourisme durable*, p. 206-207

- Diagnostic et définition des axes stratégiques
L'objectif visé est l'identification des enjeux du territoire, répondant aux prévisions de la demande touristique sur le moyen et long terme. Dans de nombreux cas, les diagnostics ne correspondent pas à la réalité du lieu, ils sont théoriques mais ne peuvent être applicables. Cela demande un appui de professionnels externes, ayant des connaissances touristiques à un niveau plus élevé, connaissant les chances de réussite par comparaison avec d'autres diagnostics, sur des destinations similaires.
- Plan d'action, évaluation et pilotage
L'enjeu ici est mise en œuvre du tourisme durable. Il s'agit d'organiser et de hiérarchiser dans le temps des actions à entreprendre, relatifs aux axes stratégiques retenus. *La durabilité n'est jamais acquise, elle se situe toujours à la frontière des équilibres entre éthique, environnement, social, économie. Aussi, la maîtrise de la durabilité passe nécessairement par l'évaluation. C'est par excellence l'instrument du pilotage du tourisme durable sur un territoire*¹⁶⁴.

Le financement d'un tel pilotage est à prendre en compte ; les destinations soucieuses de tendre vers une croissance qualitative et durable du tourisme de montagne, peuvent se tourner en partie vers l'Etat qui octroie certains crédits, à condition d'établir un programme de développement régional¹⁶⁵. Cette obligation, quand bien même elle peut paraître lourde administrativement, est louable dans le sens où elle permet cette prise de conscience et cette réflexion des acteurs locaux et régionaux concernés relatifs à leurs problèmes actuels et oblige ces acteurs à avoir une vision d'avenir de leur tourisme sur le moyen et long terme.

De plus, une reconnaissance du Val d'Hérens dans son ensemble paraît essentielle. Le développement d'un label touristique Val d'Hérens ne peut que profiter à tous les acteurs touristiques de la vallée. Il doit toutefois procurer une valeur ajoutée aux efforts actuels et ne pas être perçu comme une menace aux nombreux intérêts locaux en jeu ou comme un doublon dans le cadre des efforts de rationalisation des destinations valaisannes.

L'optimum serait de trouver un produit phare pour le tourisme régional, qui ne soit pas dépendant de la météo, que chaque commune pourrait offrir en plus de ses spécificités propres. Proposer les mêmes attractions dans chaque commune n'est profitable à personne, ne satisfaisant le touriste et endettant les communes et leurs contribuables. A la place, il faudrait se spécialiser, tout en ayant un produit commun et réunificateur et développer des synergies entre les communes, profiter des atouts de chaque commune pour l'offrir dans un package qui peut être d'une durée plus longue que journalière, car proposant une diversification sur plusieurs jours, ce qui fait cruellement défaut actuellement et ne peut donc être compétitif et durable.

6.3.2. Marketing

Avoir un produit touristique durable, conformément à la politique définie, soutenue par l'ensemble des acteurs locaux, est l'étape la plus importante mais non la seule. En effet, une destination touristique qui ne sait se vendre et ne se fait pas connaître n'a que peu de chances d'être pérenne. Le marketing est très important, il constitue la phase finale de la politique de développement d'un tourisme durable. Cependant un produit ne peut être vendu qu'une fois qu'il est mis en place, cohérent et complet. A ce moment là, l'effort pour le faire connaître et apprécier par les touristes pourra porter ses fruits et promouvoir la destination touristique plutôt que la desservir.

Il existe différents modes de transmission de l'information, tant au niveau international (lorsque le touriste est à la recherche d'une destination) que local (une fois le touriste sur place) : internet (qui progresse et s'impose comme l'une des sources principales pour le choix d'une destination), les reportages télévisuels, les foires (où les représentants des offices du tourisme présentent leur produit), les agences de voyages, les brochures *flyers*,...

¹⁶⁴ *tourisme durable*, p.207

¹⁶⁵ KÜNG, p.3

Autre mode de transmission de l'information : les organismes de gestion de la destination, comme Sion Région ou Hérens Tourisme. Ils peuvent apporter une valeur ajoutée dans l'information que recherchera le touriste par la qualité des informations fournies sur les conditions locales, par la proposition d'offres sur mesure ou d'offres spéciales (promotion, *package*). Pour les destinations touristiques, les organismes de gestion de la destination peuvent également fournir une valeur ajoutée puisque leur faisant bénéficier de leur *marque de destination* (label, logo, image,...) et proposant au public des informations sur l'ensemble de la gamme des produits offerts à la destination. Il est toutefois clair qu'il faut également établir des partenariats avec l'étranger et d'autres canaux de distribution actifs à l'échelle mondiale pour accroître sa renommée et ses chances de durabilité.

Dans tous les cas, le produit proposé doit être complet tout en étant rapidement perceptible pour les personnes concernées, relatant les modes de déplacement pour y parvenir, les temps de déplacement, les modes d'hébergement proposés, les disponibilités, les attractivités sur place, les prix et ce qu'ils comprennent (*package*)... Afin d'avoir un bon marketing et d'être concurrentiel, plus les possibilités offertes sont grandes, plus les chances d'attirer des clients sont accrues et pour ce faire, encore une fois, vendre la région Val d'Hérens, voire Valais semble indispensable et seule garante d'une survie du tourisme.

7. CONCLUSION

7.1. DISCUSSION DES HYPOTHESES ET SYNTHESE

L'ensemble du travail a été guidé par l'analyse des impacts du tourisme sur le territoire et les populations locales ainsi que sur la gestion du tourisme sur le court, moyen et long terme. Des hypothèses avaient été émises sur certaines problématiques choisies, relatives à ces éléments de recherche. Au regard des éléments apportés dans ce mémoire, ces hypothèses doivent être évaluées, de manière à être infirmées ou confirmées.

H1 le tourisme durable repose sur la combinaison de plusieurs types de tourisme, qui - regroupés dans une même offre - peuvent prétendre à la durabilité

Dans l'étude de cas analysée, les destinations touristiques du Val d'Hérens, cette hypothèse peut être confirmée. En effet, on a constaté qu'aucune destination touristique n'était suffisamment organisée pour être considérée de durable sur le moyen et long terme. Les destinations proposant un tourisme dur (les Collons-Thyon) ne sont plus durables car elles sont confrontées à divers problèmes de vétusté, gestion des infrastructures et équipements, mais le problème majeur rencontré est celui de la saisonnalité, s'étant tournées vers un tourisme essentiellement hivernal. A l'opposé, les destinations proposant seulement un tourisme doux (Saint-Martin) ne peuvent également se qualifier de durables, les retombées économiques et les emplois locaux y relatifs n'étant pas suffisants pour empêcher l'exode rural.

Nul type de tourisme ne peut prétendre à lui seul être durable à tous points de vue, sur les niveaux économique, social ainsi qu'environnemental. Dès lors, il faut savoir mettre en avant et utiliser les avantages de chacun en proposant des alternatives, mesures pour essayer de minimiser les inconvénients. Seul un tourisme proposant une coopération et coordination entre ces deux types antagonistes du tourisme peut être durable sur le moyen et long terme.

Ces symbioses peuvent se créer au sein même d'une destination touristique actuelle, quoique les attentes de ces deux types de tourisme ne privilégient pas forcément une cohabitation sur un espace restreint. Cependant, souvent, l'espace communal est insuffisant dans les destinations de montagne, trop restreint. La force de la réunification de ces types de tourisme repose donc sur le fait d'élargir la destination locale à une échelle spatiale plus vaste : la région (vallée). Ce regroupement est déjà proposé dans de nombreuses autres destinations (Val d'Anniviers en Valais, Espace Mont-Blanc en France et Italie, Tyrol en Autriche,...). Aux dires de ces stations, le résultat semble nettement plus satisfaisant que pris individuellement. On ne peut pour l'heure prédire des perspectives d'avenir pour un tel regroupement pour le Val d'Hérens, la réunification n'étant qu'à ses prémisses, mais il ne devrait pas y avoir de raison pour que dans cette vallée-ci, les chances d'atteindre un tourisme durable, intégré et complémentaire, ne puisse voir le jour, proposant dans l'offre touristique un tourisme de masse tout comme un tourisme doux, respectueux de la nature et de l'environnement.

H2 L'intégration de tous les acteurs touristiques doit être mise en place déjà lors de la définition de la stratégie de développement à adopter

Il ne fait aucun doute que la participation de tous les acteurs touristiques locaux directement liés et la population autochtone doit être préconisée, afin de tenir compte du contexte local d'une part, et de l'avis des personnes directement concernées (retombées, cadre de vie, emplois,...) d'autre part. La stratégie touristique est fonction des demandes touristiques, mais également de l'acceptation de la population et des possibilités offertes par le contexte.

Cependant, nos observations et constatations démontrent que dans l'état actuel, cette hypothèse ne peut être ni infirmée ni confirmée pour notre étude de cas, puisque aucune stratégie de développement claire n'a encore été définie. On peut toutefois relever la multitude de structures liées au tourisme qui est mise en place, plus ou moins bien organisée, selon une certaine hiérarchie. La volonté de définir une stratégie de développement et une politique touristique commune à toutes les

destinations du Val d'Hérens s'étant manifestée, il est primordial de démontrer à l'association des communes du Val d'Hérens l'importance et la légitimité d'insérer tous les acteurs touristiques dès le départ, donc de suite, afin de valider et confirmer que tous les esprits vont dans la même vision et orientation.

Aménager et gérer le patrimoine touristique ne se résume pas à des opérations financières, juridiques et techniques. Il s'agit également d'informer et faire partager aux acteurs intéressés la situation actuelle et leur destin, ainsi que la vision envisagée.

Dans le cas du Val d'Hérens, la population locale ne semble pas être tenue informée de l'état du tourisme local, de sa gestion et de son orientation, ni consultée en règle générale. Ceci est fort regrettable car l'enjeu de ces destinations de montagne ne concerne pas directement le tourisme. Ce dernier a été choisi comme moyen et non comme une finalité, afin de conserver et maintenir le paysage dans son état mais également et principalement, afin de fournir des places de travail aux populations locales, tout en leur proposant un cadre de vie des meilleurs qui soit. C'est donc avec la population locale et tous les échelons des prestataires et acteurs locaux liés au tourisme qu'il faut travailler et envisager la gestion et le développement de l'activité touristique.

H3 Aucune commune du Val d'Hérens n'arrive à être durable et soutenable en tous points. Mais chacune a pris conscience de la fragilité de son tourisme. Le problème principal vient peut-être de leur échelle spatiale trop restreinte.

Nous devons malheureusement conclure que cette hypothèse est confirmée. En l'état actuel, aucune des destinations touristiques du Val d'Hérens ne peut être considérée comme durable à moyen et long terme. Certes, à court terme, cela peut être nuancé car une partie des destinations profite encore des généreuses retombées touristiques qu'elles ont accumulées durant la vingtaine d'années précédentes, mais depuis plusieurs années maintenant, elles sont frappées par la crise (concurrence accrue, vétusté,...). Pour les destinations qui se sont lancées dans le tourisme doux (gîtes à la ferme, restauration du patrimoine vernaculaire,...) il n'y a pas encore assez de recul pour se rendre compte de la durabilité des lourds investissements fournis, d'ailleurs en grande partie provenant d'une aide financière externe (Confédération, Canton du Valais). Les charges de départ ont donc été moindres pour les communautés locales. Cependant ce type de tourisme va demander lui aussi, mais dans une moindre mesure, des frais pour son entretien. A l'inverse, les emplois créés sont minimes et ne permettent pas à la majorité de la population locale active de trouver un emploi sur place.

Au niveau de la gestion de l'environnement, dans toutes les destinations, on constate que la politique de gestion du territoire appliquée jusqu'ici n'est pas durable car gaspilleuse d'espaces d'une part, avec un mitage du territoire par accroissement de chalets individuels servant de résidences secondaires. D'autre part, cette politique ne se concentre que sur le court terme, puisque l'on a remarqué un problème devenant de plus en plus préoccupant concernant la vétusté des hébergements proposés, qui n'ont pas subi de rénovation ni d'adaptation à la demande actuelle depuis plusieurs années, voire aucune modification. On ne peut donc parler véritablement de gestion des hébergements.

Pour ce qui est de la gestion économique du tourisme, là non plus le tourisme du Val d'Hérens n'est pas durable pourtant les choses devraient changer, l'état d'esprit des acteurs touristiques locaux étant en train de changer. Cette branche économique reste rentable sur l'ensemble, quoique en régression de bénéfices. Peu de solutions sont mises en place pour remédier au phénomène de saisonnalité et donc d'emplois à temps partiel pour les personnes actives et comme le tourisme représente la première et principale branche économique de la vallée cela ne joue pas en la faveur des villages et de leur dynamique. De plus, les démarches à entreprendre pour tendre vers la durabilité demandent, vu les constats et états des lieux actuels, de lourds investissements, dont seul un financement public de la part de l'Etat (Confédération, canton et communes) peut être capable de supporter les coûts. A ce niveau-ci, on constate que les acteurs locaux sont en train de prendre conscience qu'ils n'agissent pas à la bonne échelle spatiale ; que le niveau communal ne permet pas d'envisager de tels investissements et de définir une stratégie de développement touristique. C'est pourquoi une mise en réseau des acteurs se met petit à petit en marche, pour agir sur l'ensemble de la vallée, avec l'association des communes du Val d'Hérens, Hérens Tourisme, l'affiliation à Sion Région,... Une mise en réseau se met également en marche au niveau des

projets de développement, comme le développement rural régional, le projet de biosphère Maya Mont-Noble,... Si les efforts qui se mettent actuellement en place perdurent et ne s'essouffent pas, il se pourrait que l'on s'approche d'un tourisme durable. A suivre donc...

Concernant la durabilité sociale du tourisme hérensard, là encore il serait erroné de prétendre qu'il soit actuellement durable sur le moyen et long terme. Certes, le cadre de vie des autochtones ne subit pas de contraintes liées à la présence de l'activité touristique (hausse du prix des terrains), si ce n'est au niveau financier pour le coût des infrastructures, mais d'une certaine manière, la population locale profite également de ces biens et services qui n'auraient pu voir le jour sans le tourisme. Cependant, au niveau des emplois, les places de travail proposées aux autochtones restent peu gratifiantes (temps partiel, horaires,...). Alors que le tourisme hérensard manque cruellement de personnes professionnalisées et qualifiées, il serait bon d'utiliser les forces locales et les encourager à se former et ensuite rester dans la vallée et non migrer vers les grandes villes leur proposant des postes plus intéressants. Le tourisme d'amateurs pratiqué jusqu'ici ne suffit plus du tout à lui seul pour être en adéquation avec la demande actuelle et prévisible dans le moyen terme, ainsi que pour gérer et développer cette activité touristique de manière durable et pérenne.

Grâce à cette analyse, nous pouvons dire que le Val d'Hérens a beaucoup d'atouts (environnement, patrimoine vernaculaire,...) qui permettent de prédire d'une réussite vers la durabilité du tourisme, mais que ces éléments, à eux seuls, ne suffisent pas. La vallée doit mettre en place une politique touristique régionale réfléchie, intégrée et durable, pour assurer la pérennité non pas seulement touristique mais économique, pour le maintien de la population et la survie des villages. La vallée est condamnée à réussir dans cette voie si elle veut pouvoir être durable sur le moyen et long terme.

Pour synthétiser, on peut relever que le tourisme, en l'occurrence ici de montagne, est une thématique vaste, impliquant de nombreux domaines et dont les problématiques de gestion et de développement des destinations touristiques de montagne reposent sur des problèmes d'aménagement complexes, semblables à ceux d'une ville : (r)urbanisation, organisation de l'espace, gestion du foncier bâti, rentabilité, maîtrise du trafic, équilibres sociaux, jeux d'acteurs intervenants, création et gestion d'emplois, formation... Le développement de l'urbanisation et des emplois y est très étroitement lié à la pression touristique, principale activité économique.

7.2. PERSPECTIVES

Un développement touristique durable doit tendre vers un tourisme de qualité. Pour ce faire, les destinations touristiques doivent passer d'une phase d'expansion à une phase de consolidation, en définissant un programme avec des actions spécifiques pour chaque station touristique et des actions communes à toutes ces destinations, regroupées ou associées, assimilées à une région touristique.

De plus, il serait bon de réfléchir en termes de pratiques et d'expériences, plutôt qu'en termes d'équipements et de consommation pour aborder la demande touristique. La culture et tradition de chaque destination, touristique ou non, doivent être mises en avant et valorisées. Les questions liées à l'hébergement et autres ne sont pas une finalité en soit et peuvent être résolues dans une vision régionale, utilisant les équipements existants, remis aux goûts du jour, pour autant que de bonnes synergies existent entre les différentes communes.

On se dirige, en Europe, vers une nouvelle répartition géographique de la population, entre les zones métropolitaines, avec concentration de la population et des activités économiques, et les régions touristiques (méditerranée, Alpes, côte atlantique), servant de lieu d'accueil résidentiel permanent ou partiellement pour la population retraitée, les personnes pratiquant le télétravail et les salariés flexibles. Les offres touristiques se doivent de tenir compte de ce phénomène.

Le tourisme de montagne doit être pensé non seulement au niveau local, mais également au niveau national. En effet, il est l'affaire de tous, villes et campagnes y comprises, puisque le touriste réalise 90% de ses impacts écologiques pour atteindre

la destination touristique et il utilise également les services sur les lieux de transfert. Les politiques nationales et cantonales doivent donc en tenir compte et insérer dans leurs politiques sectorielles, des directives générales à suivre au niveau élargi, puisque l'entier du territoire participe, dans une mesure plus ou moins grande, à ce tourisme de montagne.

Le tourisme, comme on l'a dit, est une activité très importante mondialement, et dans le cas des communes du Val d'Hérens, elle constitue la principale et quasi mono activité économique. Ceci rend le territoire particulièrement sensible aux crises touchant ce secteur, crises suivant les demandes changeantes des touristes. Il faudrait peut-être envisager de favoriser une pluriactivité économique permettant de mieux gérer l'économie et les emplois locaux et régionaux. On peut prendre l'exemple d'une destination touristique comme Davos¹⁶⁶, qui s'est diversifiée (cliniques spécialisées dans les cures et tuberculose, emplois dans la recherche et centres universitaires, maintien de l'agriculture,...). Toutes les destinations, quel que soit leur taille, doivent pouvoir s'adapter rapidement au contexte changeant afin de maintenir la population locale et attirer de nouveaux touristes en leur proposant une diversité d'options.

Le tourisme durable est un moyen pour analyser les destinations d'aujourd'hui qui vivent de cette activité essentiellement, mais il est aussi une force capable de les transformer. Et dans tous les cas, il ne faut pas perdre de vue que le tourisme durable doit avant tout *créer et se laisser créer des expériences et des situations, car il ne faut pas oublier que ce sont les touristes qui ont inventé le tourisme.*¹⁶⁷

¹⁶⁶ MAO, p. 56

¹⁶⁷ BOURDEAU, p. 46

8. BIBLIOGRAPHIE

8.1. OUVRAGES, ARTICLES ET MEMOIRES

Avant-projet de révision de la loi sur le tourisme, Grand Conseil du Canton du Valais, mise en consultation, avril 2006

BOCHET Béatrice, *Le modèle de ville compacte, forme « économe » de la suburbanisation ? une « bonne » alternative à l'étalement ?*, présentation du cours du DESS en études urbaines, 4^{ème} journée du 26 octobre 2004 sur les tendances et enjeux du développement urbain durable, Faculté des géosciences et de l'environnement, UNIL, 2004

BOCHET Béatrice, DA CUNHA Antonio, *Métropolisation, forme urbaine de développement durable : aménagement des villes et stratégies environnementales*, dans DA CUNHA Antonio, RUEGG Jean, *Développement durable et aménagement du territoire*, Lausanne, PPR, 2003

BOURDEAU Philippe, *Culture versus infrastructures, pistes pour débattre de l'avenir du tourisme alpin*, présentation, institut de géographie alpine, Pactes territoire, 2005

BOYER M., *Histoire du tourisme de masse*, Ed. Que sais-je ? Presses universitaires de France, Paris, 1999

CAIRE Claire, ROULLET-CAIRE Monique, *Le tourisme peut-il être un élément du développement durable ?* www.tourisme-durable.net

Canton du Valais, *Présentation avant-projet de la commission extraparlamentaire sur la modification de la loi sur le tourisme*, mai 2006

CAZES G., LANQUAR R. *Aménagement touristique et développement durable*, Presses universitaires de France, Paris, 2000

CERON Jean-Paul, DUBOIS Guislain, *Le tourisme durable dans les destinations, guide d'évaluation*, Université de Limoges, CRIDEAU, Ed. Pulim, 2003

CLIVAZ Christophe, *Ecologisation du tourisme alpin en Suisse et au Valais : influence des réseaux d'action publique sur le changement politique*, UNIL, 2000

CLIVAZ Florence, *comment prolonger les saisons dans les stations de montagne valaisannes ?*, mémoire de l'Ecole suisse du tourisme, Sierre, juin 2006

CLIVAZ Michel, *Stations de montagne valaisannes, pour une bonne gouvernance...*

Club Alpin Suisse, *l'aménagement touristique des Alpes : marché libre ou paysage intact ?* Compte-rendu du colloque national et plate-forme de discussion, Berne, 04.11.2005

Commission européenne, *Agenda 21 – Durabilité dans le secteur du tourisme européen*, document de discussion, forum européen du tourisme 2002, Bruxelles, 10 décembre 2002

DA CUNHA, *La ville, système dans un système de villes : écosystèmes artificiel, phénomène économique et champ social*, Observatoire de la Ville et du Développement Durable, IGUL, Faculté des géosciences et de l'environnement, UNIL, 2004

DA CUNA Antonio, *Développement durable : éthique du changement, concept intégrateur, principe d'action*, dans DA CUNHA Antonio, RUEGG Jean, *Développement durable et aménagement du territoire*, Lausanne, PPR, 2003

DAYER Stéphane, *Destination tourisme, mieux le connaître pour mieux en vivre*, Département des Finances et de l'Economie de l'Etat du Valais, décembre 1998

DEWAILLY Jean-Michel, *Tourisme et aménagement en Europe du Nord*, Coll. Géographie, Masson, 1990

DEWAILLY Jean-Michel, FLAMENT E., *Le tourisme*, Paris, Ed. Sedes, 2000

FILLIEZ Xavier, *Pas une fusion, mais...*, article du Nouvelliste, 6 janvier 2006

FRAGNIERE Vincent, *Non à l'impôt touristique cantonal*, article paru dans le Nouvelliste, jeudi 29 juin 2006

FURGER Peter, *Et pourquoi pas Thyon-Région... ?*, rapport, Viège

- GAUDIN Pascal, *Analyse de marché, sondage auprès des hôtes et propriétaires*, Office du tourisme de Thyon, 2002
- GIACOMEL Gian-Luca, *cartographie et avant-projet de création d'un SIG de la réserve de biosphère Maya Mont-Noble*, mémoire de certificat de géomatique, UNIGE, décembre 2003
- GRIVAT Olivier, *Un remède français au mal des lits froids dans les Alpes suisses*, article paru dans le *Matin*, 1 janvier 2006-07-05
- GUERIN Julien, *Tourisme et utilisation du sol dans le canton du Valais, diagnostic de l'hébergement touristique et étude prospective des mesures cantonales et aménagement du territoire*, mémoire de licence de la faculté des lettres, IGUL, Lausanne, mars 2005
- HOCHSTRASSER Roland, *Le tourisme durable dans la plaine du Vedeggio, la périphérie sous pression : quelles chances pour le tourisme périurbain durable ?*, travail de semestre dans le cadre du cours Développement durable, écologie urbaine et régimes institutionnels de ressources urbaines, Lausanne, février 2006
- Institut de Recherches sur les Loisirs et le Tourisme (FIF) et Akademie Frey, *Label de qualité pour le tourisme suisse*, Universités de Berne et Zürich,
- L'indice d'utilisation du sol*, Fédération des urbanistes suisses (FUS), Conférence des aménagistes cantonaux (COSAC), recommandations 2ème édition, juin 1996
- KREIENBÜHL Alain, ROUX Frédéric, *Conception d'évolution du paysage du Val d'Illeiez*, Drosera SA, Sion, février 2004
- KÜNG Anne, *La réactualisation de la politique touristique pour les régions de montagne en Suisse : concepts analytiques et cas pratique de la Gruyère*, Ed. Universitaires UNIFR, Coll « Documentations économiques », n°67, Fribourg, 1993
- LARGEY Thierry, *Planification globale des domaines skiables en Valais, pour une durabilité du tourisme en montagne*, certificat de formation continue universitaire en développement durable, Uni Genève, juillet 2004
- LERESCHE Jean-Philippe, *La gouvernance urbaine comme enjeu de durabilité*, dans la revue *Vue sur la Ville*, n°3, juin 2005
- LIEBERHERR Bernard, *Les limites du développement touristique, études de cas en Suisse*, dans *Développement touristique durable : conciliation des intérêts économiques, culturels, sociaux, scientifiques et environnementaux*, p. 73-79, actes du colloque de Maribor (Slovénie), Conseil de l'Europe, 12-14 septembre 1996
- LUGON Eliane, *le tourisme en Valais à travers la valse des saisons*, dans le cadre des actions faites par l'union valaisanne du tourisme, mémoire, Ecole suisse du tourisme, Sierre, 1989
- MAO Pascal, *Les enseignements des Sommets du Tourisme pour les acteurs chamoniards*, mémoire institut de géographie, UNIGE, 2002
- MAYORAZ Didier, *Le Val d'Hérens face au défi touristique hivernal (1960-2000), un essor tardif jalonné d'obstacles*, mémoire de licence, faculté des lettres, Uni Fribourg, septembre 2003
- MICHELOUD Sandra, pour l'Association des Communes du Val d'Hérens, *Inventaire touristique, économique, démographique du Val d'Hérens*, janvier 2003
- Monitoring du développement durable MONET, *rapport final, méthode et résultats*, OFS, ARE, OFEFP, Neuchâtel, 2003
- OMT, *Ce que les gestionnaires du tourisme ont besoin de savoir, guide pratique pour l'élaboration et l'emploi d'indicateurs du tourisme durable*, Madrid, 1997
- OPPIZZI Daniele, *Parcs d'importance nationale, manuel de mise en œuvre destiné aux cantons et initiateurs de projets*, OFEFP, Berne, printemps 2005
- PELLEGRINI Vincent, *Les tendances du tourisme*, article paru dans le *Nouvelliste*, avril 2006
- PITTELOUD Laurent, *Interreg III A « La montagne de l'homme »*, bases du projet de synthèse, rapport pour Hérens Vacances et la Communauté de Montagne, 2004
- Plan directeur cantonal, fiches D.1/2 (tourisme intégré), fiches D.4/3, D.5/2, D.6/2, D.8/2, d.703/1 (domaines skiables)
- La Revue Durable, *Quel tourisme pour une planète fragile ?*, p. 11-21, p. 48-51, n°11, juin-août 2004
- La Revue Durable, *La Montagne entre protection et conquête*, dossier sur le tourisme, de la contemplation à la consommation, n°21, juillet-août-septembre 2006

RUMLEY Pierre-Alain, *Planification territoriale*, cours d'aménagement du territoire, EPFL – DA – IREC, Lausanne, septembre 1999

RÜTTER Heinz, BERWERT Adrian, RÜTTER-FISCHBACHER Ursula, LANDOLT Michael, *Le tourisme en Valais : étude sur la valeur ajoutée*, Ecole suisse de tourisme, Sierre, 2001

SAVARY Laurent, *Les mentalités doivent changer*, article du Nouvelliste, 27 mai 2006

STEINEGGER Franz, *L'avenir du tourisme suisse est aussi dépendant de la politique*, allocution de bienvenue et introduction à la journée d'information 2005 : Economie et tourisme, Conférence de presse des organisations responsables de l'économie du tourisme, Berne, 2 mars 2005

Suisse tourisme, *L'économie touristique suisse, état des lieux et perspectives*, brochure, Berne / Zürich, mars 2003

Suisse tourisme, *Le tourisme en Suisse a de l'avenir*, brochure, Zürich

Suisse tourisme, OFS, FST, *Le tourisme suisse en chiffres*, Berne, juillet 2005

THIBAL Suzanne, *Concept de développement durable appliqué au tourisme*, exposé introductif, dans *Développement touristique durable : conciliation des intérêts économiques, culturels, sociaux, scientifiques et environnementaux*, p. 31-34, actes du colloque de Maribor (Slovénie), Conseil de l'Europe, 12-14 septembre 1996

THIBAL Suzanne, *Le rôle du tourisme dans l'équilibre socioculturel des régions d'Europe*, dans *Développement touristique durable : conciliation des intérêts économiques, culturels, sociaux, scientifiques et environnementaux*, p. 69-72, actes du colloque de Maribor (Slovénie), Conseil de l'Europe, 12-14 septembre 1996

Tourisme durable, les cahiers espaces, n°67, novembre 2002

Valais Excellence, *Politique du tourisme du canton du Valais, une référence pour aujourd'hui et demain*, octobre 2003

VUISTINER Pascal, *Les Anglais enflamment l'immobilier romand*, article du Bilan, n°207, juin 2007

WETTERWALD Jean-Noël, *Destination Val d'Hérens, utopie ou réalité ?* Travail de mémoire pour un postgrade sur le tourisme, Institut universitaire Kurt Bösch, Bramois, décembre 2004

8.2. SITES INTERNET

www.tourisme-durable.net
 www.world-tourism.org
 www.un.org
 www.bfs.admin.ch
 www.admin.ch
 www.swisstourfed.ch

www.valaistourisme.ch
 www.valaisexcellence.ch
 www.coeurduvalais.ch
 www.sion-region.ch
 www.vs.ch
 www.herens-vacances.ch

8.3. PERSONNES RESSOURCES

7 des 8 présidents de communes du Val d'Hérens, par des discussions et séances

| | | | |
|-------------------|--------------|------------------|-------------|
| Bernard Bruttin | Nax | Joseph DAYER | Hérémece |
| Bernard Mathieu | Mase | Jean-Louis RUDAZ | Vex |
| Gérard Morand | Saint-Martin | Stéphane CRETZAZ | Les Agettes |
| Damien METRAILLER | Evolène | | |

M. Patrick CHEVRIER, chef du projet Développement Rural Régional (DRR), par sa vision transmises et les données mises à disposition lors de mon stage pour ce postgrade dans son bureau (DROSER SA, Sion)

L'office du tourisme de Thyon-Les Collons, pour leur transmission de leurs rapports et vision sur la situation

Mme Andréanne THEYTAZ, directrice de l'office du tourisme de Nax, , par un entretien

M. Guy SAILLEN, du Service de l'Aménagement du Territoire du Valais, par diverses discussions

Mme Nathalie LUYET, architecte de la ville de Sion, par une discussion sur les Agendas 21, les chartes, et l'intégration de la population locale à la vie de leur commune et canton

9. ANNEXES

9.1. TOURISME ET LOISIRS AU NIVEAU VALAISAN

Décision du Grand Conseil concernant les objectifs d'aménagement du territoire, du 2 octobre 1992, art. 3 objectifs d'aménagement du territoire, relatif au tourisme et aux loisirs.¹⁶⁸

- D. Tourisme et loisirs
- D. 1. Assurer un rapport approprié entre les zones équipées de manière intensive et les espaces naturels utilisés de manière extensive.
- D. 2. Orienter le tourisme vers un développement qualitatif, renforcer le tourisme d'été et améliorer la part des lits hôteliers.
- D. 3. Renforcer le tourisme extensif en veillant à la sauvegarde et à la mise en valeur accrue des sites, des monuments historiques, des objets naturels, ainsi que des paysages naturels et culturels.
- D. 4. Harmoniser les infrastructures touristiques et de loisirs avec, d'une part, les données naturelles, l'urbanisation, l'équipement et, d'autre part, le développement souhaité.
- D. 5. Concentrer le développement touristique sur l'amélioration qualitative des domaines skiables existants et sur les liaisons entre domaines complémentaires; étendre de façon mesurée les domaines existants et n'équiper de nouveaux domaines skiables que dans des cas exceptionnels.

9.2. LOI SUR L'AGRICULTURE

Article 93, soutien de la Confédération aux projets régionaux impliquant l'agriculture et le tourisme

Art. 93 Principe

¹ Dans les limites des crédits approuvés, la Confédération octroie des contributions pour:

- a. des améliorations foncières;
- b. des bâtiments ruraux;
- c.¹ le soutien de projets en faveur du développement régional et de la promotion des produits indigènes et régionaux auxquels l'agriculture participe à titre prépondérant.

² ...²

³ L'octroi d'une contribution fédérale est subordonné au versement d'une contribution équitable par le canton, y compris les collectivités locales de droit public.

⁴ Le Conseil fédéral peut lier l'octroi des contributions à des conditions et des charges.

9.3. PART DU TOURISME A L'ECONOMIE VALAISANNE

Parts touristiques d'activités économiques sélectionnées dans des zones de plaine et de montagne, en Valais en 2000¹⁶⁹

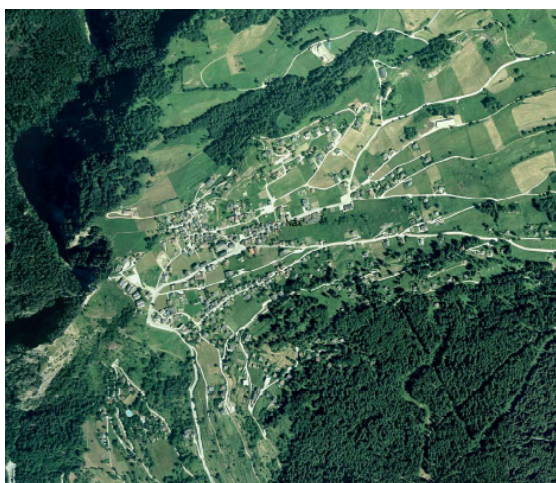
| Activité économique | Parts touristiques au chiffre d'affaires en % | |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------|
| | Zones de montagne | Zones de plaine |
| Hébergement | 93 | 70 |
| Activités récréatives, culturelles et sportives | 77 | 32 |
| Restauration | 75 | 24 |
| Construction | 38 | 16 |
| Bureaux d'architecture | 50 | 16 |
| Garages/stations-service | 36 | 14 |
| Services personnels | 53 | 12 |
| Commerce de détail | 55 | 7 |
| Fiduciaires | 12 | 4 |

¹⁶⁸ http://www.vs.ch/public/public_lois/fr/Pdf/701.102.pdf

¹⁶⁹ RÜTTER, BERWERT, RÜTTER-FISCHBACHER, LANDOLT, p. 126

9.4. PRESENTATION DES VILLAGES DU VAL D'HERENS

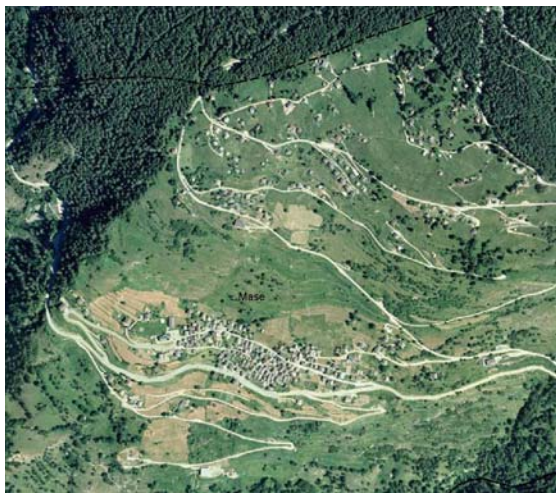
Village de Nax



Village de Vernamiège



Village de Mase



Village de Saint-Martin



Village d'Evolène



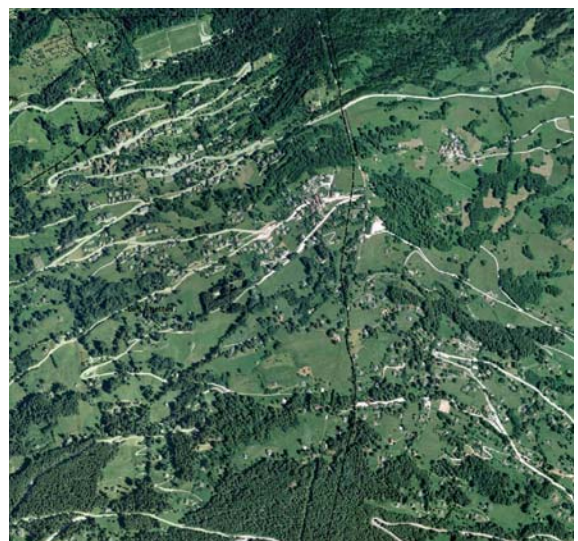
Village d'Hérémente et les Masses



Village de Vex – stations des Collons / Thyon 2000



Village des Agettes



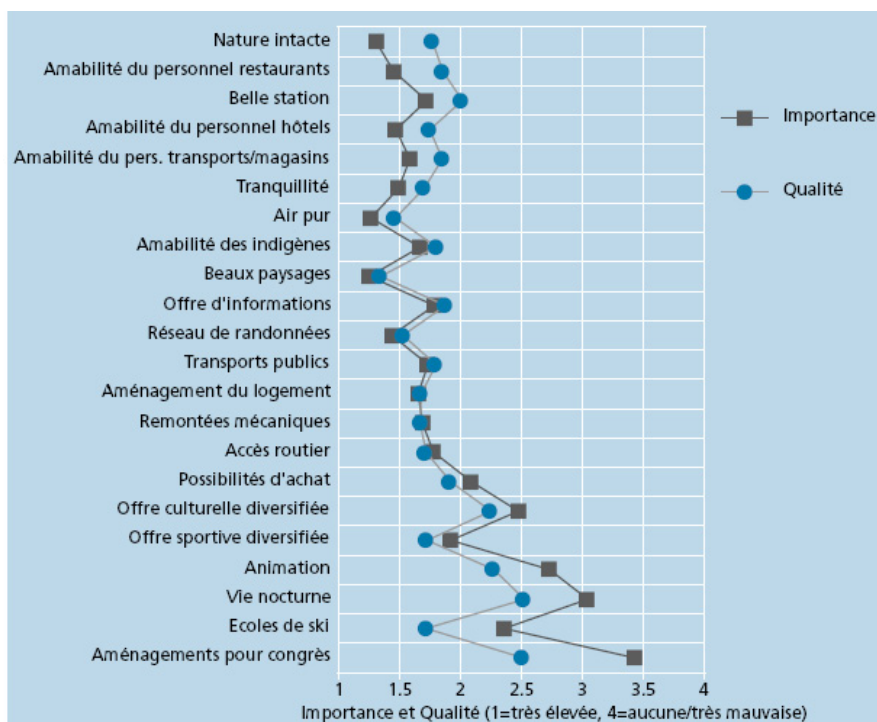
9.5. PROFIL DES TOURISTES DU VAL D'HERENS

Caractéristiques des touristes, répartition entre hiver et été, entre les propriétaires et les locataires, 2000-2002¹⁷⁰

| | Hôtes | | Propriétaires Hiver |
|----------------------------|--------|-----|------------------------|
| | Hiver | Été | |
| I. Origine | | | |
| - Suisse | 39% | 28% | 59.4% |
| (VD) | (28%) | | (11.1%) |
| (BE) | (13%) | | (9.7%) |
| (NE) | (10%) | | (15.3%) |
| (VS) | (3%) | | (15.3%) |
| (Autres) | (46%) | | (48.6%) |
| - Allemagne | 34% | 28% | 31.3% |
| - Benelux | 16% | 42% | 3.1% |
| - France | 6% | 1% | 1.2% |
| - Autres | 5% | 1% | 2.3% |
| II. Durée du séjour | | | |
| < 1 semaine | 7.53% | | |
| 1 semaine | 61.64% | | |
| 2 semaines | 20.55% | | |
| >2 semaines | 10.27% | | |
| III. Démographie | | | |
| - 0-19 | 7.53% | | |
| -20-29 | 14.38% | | 3.2% |
| -30-39 | 19.86% | | 6.4% |
| -40-49 | 31.85% | | 16% |
| -50-59 | 18.84% | | 35% |
| -60-69 | 6.16% | | 28% |
| -70 et plus | 1.37% | | 11.4% |
| IV. Structure | | | |
| - En famille | 62.33% | | 55.2% |
| - Avec des amis | 23.97% | | 8.8% |
| - En couple | 19.52% | | 51.2% |
| V. Motivation | | | |
| - Sport | 86% | | 74% |
| - Plaisir | 77% | | 66% |
| - Nature | 61% | | 84% |

9.6. MOTIFS DE VENUE EN VALAIS DES TOURISTES

Évaluation de l'importance et de la qualité de l'offre touristique en Valais en 1999/2000¹⁷¹

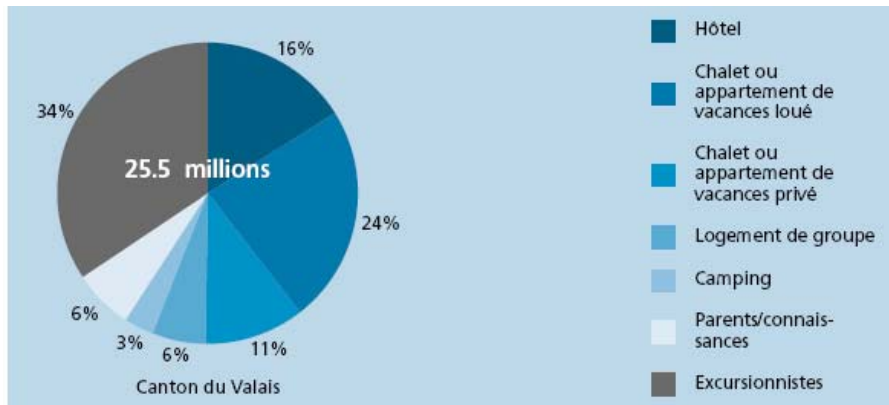


¹⁷⁰ WETTERWALD, p. 8

¹⁷¹ RÜTTER, BERWERT, RÜTTER-FISCHBACHER, LANDOLT, p. 61

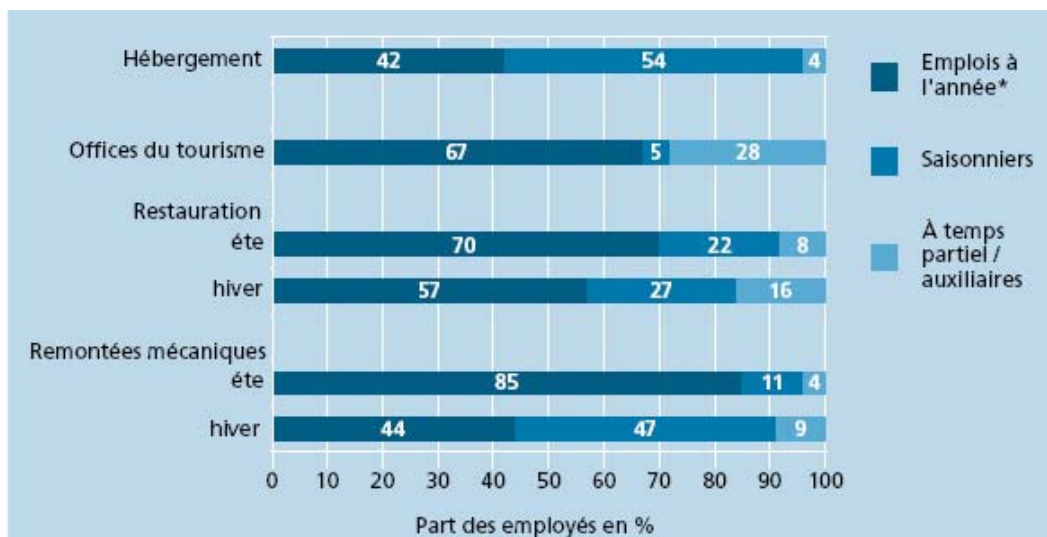
9.7. TYPES DE LOGEMENT UTILISE

Structure des hôtes en Valais en moyenne annuelle 1999/2000¹⁷²



9.8. STRUCTURE DE L'EMPLOI

Structure de l'emploi des prestataires touristiques sélectionnés en 1999/2000¹⁷³



¹⁷² RÜTTER, BERWERT, RÜTTER-FISCHBACHER, LANDOLT, p. 67

¹⁷³ RÜTTER, BERWERT, RÜTTER-FISCHBACHER, LANDOLT, p. 106