

Le Plan d'action environnement et santé Crans-Montana, une main tendue vers un développement durable



Courtine Vincent

Rue du Bourg 2 - 3960 Sierre (VS)

027/ 455 41 80

Travail réalisé pour l'obtention du diplôme
de Gestionnaire en tourisme de l'Ecole Suisse de Tourisme de Sierre

Déposé à Sierre le 31 janvier 2003

Directeur de mémoire :

M. Christophe Clivaz

Résumé

Depuis toujours, le Valais attire les touristes du monde entier pour son environnement intact et son authenticité privilégiée. Même si cette tendance reste fondamentalement d'actualité, les répercussions du manque de considérations environnementales de la population locale, mais aussi de ses hôtes, se font cruellement ressentir, plus spécialement dans les régions de montagne.

En rendant le tourisme et l'environnement tendrement complices, le Plan d'action environnement et santé Crans-Montana, base de cette étude, propose une alternative et une évolution au courant de pensée actuel. En tant que région pilote sous la coupole protectrice de l'Office Fédéral de la Santé Publique, le PAES propose, en collaboration active avec les autorités locales, quatorze projets ciblés répondant à de réels besoins liés à la santé, l'environnement, l'urbanisme et la mobilité en station.

Le thème principal de cette étude se résume à la perception synthétisée de ce nouveau contexte de vie, à ses conditions de réussite et à son évolution. Afin de considérer au mieux ce concept, une brève présentation de ses objectifs nous permettra de mieux cerner les domaines d'analyse.

En poursuivant un souci d'objectivité, l'analyse des questionnaires envoyés aux 680 Partenaires de Crans-Montana Tourisme a permis de dresser un bilan de l'opinion générale perçue. Les résultats, éloquentes, parfois surprenants et ambigus, laissent songeurs. En effet, s'il apparaît clairement que la majorité des Partenaires ayant répondu attend énormément des projets en cours, il est moins évident de cerner leur volonté d'implication et de collaboration.

« L'esprit n'accueille une idée qu'en lui donnant du corps »

Jules Renard, écrivain français

Dans ce contexte si particulier rassemblant six Communes sous le même processus de développement, rendre le projet crédible, trouver des solutions adéquates et surtout parvenir à les faire admettre à une population sceptique représente un défi de taille pour le PAES. En se basant sur une communication adaptée et en se préoccupant de l'avis des gens, le projet permet malgré tout d'envisager l'avenir avec optimisme.

L'avenir dira si nous avons raison...

Zusammenfassung

Schon seit jeher zieht es Touristen aus der ganzen Welt wegen der intakten Natur und einer unvergleichbaren Atmosphäre ins Wallis. Dies wird hoffentlich vorläufig auch so bleiben. Denn das mangelnde Umweltbewusstsein der Einheimischen und der Gäste macht sich langsam aber sicher bemerkbar. Besonders die Bergregionen sind davon betroffen.

Der Aktionsplan für Umwelt und Gesundheit (PAES) von Crans-Montana sucht nach Alternativen und neuen Ideen, um diese gefährliche Entwicklung zu stoppen. Der Pilotversuch wird unterstützt vom Bundesamt für Gesundheitswesen und schlägt in enger Zusammenarbeit mit den Gemeinden vierzehn Projekte vor.

Der Hauptteil dieser Diplomarbeit befasst sich mit der Idee, den Erfolgsversprechungen und dem Vorankommen des PAES.

Um sich das Projekt besser vorstellen zu können, werden zuerst kurz die Ziele erläutert. Anschliessend sollten die Resultate eines Fragebogens, der an 680 Partner von Crans-Montana gesendet wurde, eine objektive Betrachtung erlauben und die Meinung der Region zeigen. Doch die manchmal erstaunlichen oder auch zweideutigen Reaktionen dieser Partner stimmen nachdenklich. Viele haben Projekte laufen und so ist es nicht verwunderlich, dass sie Neuerungen skeptisch gegenüber stehen.

« L'esprit n'accueille une idée qu'en lui donnant du corps »

Jules Renard, französischer Schriftsteller

Passend zu diesem Sprichwort arbeiten sechs Gemeinden daran, das PAES Projekt ihren Einwohnern näher zu bringen und gute Lösungen zu finden. Trotz einer schlechten Akzeptanz in der Bevölkerung kann durch Gesprächsbereitschaft und Kompromisse auf eine Lösung gehofft werden.

Wir werden sehen...

Tables des Matières

Introduction	7
Quelques définitions	9
A) L'environnement, notre base de réflexion.....	9
B) Le tourisme, un terme souvent galvaudé.....	10
Des chiffres éloquentes	11
A) En Valais.....	11
B) A Crans-Montana.....	11
Prémises à la compréhension	12
1. Crans-Montana, entre rêves et réalités	12
1.1 Une multitude de possibilités.....	12
1.2 Les incohérences induites.....	13
1.3 Les erreurs du passé, l'urbanisation en ligne de mire.....	13
1.4 Les espoirs futurs, le PAES en point d'orgue.....	15
Présentation du projet	16
2. Le PAES, des intentions claires et légitimes	16
2.1 L'idée-mère.....	16
2.2 Une organisation simple, mais efficace.....	17
2.3 Pourquoi l'OFSP a-t-il choisi Crans-Montana ?.....	18
2.4 Quels sont les besoins primaires de la station ?.....	19
2.5 Les espoirs de toute une région.....	20
2.6 Les conditions de réussite.....	21
2.7 Les problèmes éventuels.....	22
2.8 Budgets et moyens financiers mis en œuvre, réalistes et définis.....	23
L'enquête et ses répercussions	24
3. Analyse de l'enquête effectuée auprès des Partenaires de Crans-Montana Tourisme	24
3.1 Descriptif du sondage.....	24
3.1.1 Des objectifs précis et ciblés.....	24
3.1.2 Les problèmes avérés et les risques avoués.....	25
3.1.3 La méthode d'analyse.....	25
4. Résultats de l'enquête	26
4.1 Taux de retour.....	26
4.2 Analyse « Questions par Questions ».....	27
4.2.1 Question No 1 : Connaissez-vous le PAES ?.....	27
4.2.1.1 Les premières interrogations.....	27
4.2.1.2 Un enthousiasme non dissimulé.....	27
4.2.1.3 La communication au centre des préoccupations.....	28

A) La méthode classique incontournable	29
B) Participation à des manifestations d'importance	30
C) Organisation de manifestations propres au PAES	30
D) L'aspect humain	31
4.2.2 Question No 2 : Parmi ces projets, lesquels vous paraissent les plus importants ?	32
4.2.2.1 Quatorze projets, deux leaders d'opinions incontestés	33
4.2.2.2 Sans surprises mais pas sans inquiétudes	33
4.2.2.3 Une analyse par centres d'intérêts	34
A) Le projet « <i>Mobilité pour Tous</i> » et son incidence sur la circulation en station	34
B) Le projet de « <i>Plan directeur intercommunal</i> »	37
C) Les projets visant l'urbanisme et l'architecture	38
D) Les projets « <i>Santé et Bien-être</i> »	39
4.2.3 Question No 3 : Selon vous, les répercussions du PAES seront	40
4.2.3.1 Des chiffres troublants et symboliques	40
4.2.3.2 Etonnant et révélateur	41
4.2.3.3 Deux angles d'analyses littéralement différents	41
4.2.4 Question No 4 : Comment caractériseriez-vous les actions du PAES en terme de quantité ?	42
4.2.4.1 Les résultats se dispersent	43
4.2.4.2 Entre satisfaction, envies et étonnement	43
4.2.4.3 Des idées sensiblement partagées	43
4.2.5 Question No 5 : Si vous deviez définir le concept même du PAES, diriez-vous qu'il s'agit	44
4.2.5.1 Un projet justifié	44
4.2.5.2 Du relativisme	45
4.2.5.3 Un outil marketing indiscutable	45
4.2.6 Question No 6 : Selon vous, verra-t-on des améliorations notoires en station grâce au PAES ?	46
4.2.6.1 Une confirmation attendue	46
4.2.6.2 L'envie de prouver ses compétences	47
4.2.6.3 Un positivisme ambiant	47
4.2.7 Question No 7 : Si vous aviez des suggestions ou des remarques, quelles seraient-elles ?	49
4.2.7.1 Une attente vaine	49
4.2.7.2 Une envie de communiquer	49
4.2.7.3 Une harmonie perfectible	50
Conclusion	53
5. Le PAES, un projet mobilisateur et stratégique	53
Mes remerciements	55
Répertoire des annexes	56
Répertoire des contacts	56
Bibliographie	57
Déclaration de l'auteur	58
Annexes	59

Répertoire des schémas, tableaux et graphiques

Schéma 1	Processus de réflexion du PAES
Schéma 2	Organisation du PAES
Tableau 1	Budget du PAES 2000/2006
Tableau 2	Etude de l'HEVs sur la mobilité à Crans-Montana
Graphique 1	Résultats Question No 1
Graphique 2	Résultats Question No 2
Graphique 3	Résultats Question No 3
Graphique 4	Résultats Question No 4
Graphique 5	Résultats Question No 5
Graphique 6	Résultats Question No 6

Répertoire des abréviations

CMT	Crans-Montana Tourisme
PAES	Plan d'Action Environnement et Santé
OFSP	Office Fédéral de la Santé Publique
DD	Développement Durable
MPT	Mobilité Pour Tous
PDI	Plan Directeur Intercommunal
TP	Transports Publics
SMC	Sierre-Montana Crans – Compagnie de TP
HEVs	Haute Ecole Valaisanne
VS	Valais

Introduction

Avant de commencer cette étude, je tiens à préciser que le contenu de ce travail constitue une opinion et une analyse tout à fait personnelles du sujet qui n'engagent ni les autorités du PAES, ni Crans-Montana Tourisme ni l'Ecole Suisse de Tourisme de Sierre.

Lors de notre stage de sept mois au sein du département Communication-Partenaires de Crans-Montana Tourisme, de nombreux contacts tissés parmi les autorités touristiques et politiques nous ont permis de saisir l'importance du défi que représentait le « **Plan d'action environnement et santé** », plus communément dénommé « **PAES** », pour l'ensemble de la région de Crans-Montana. Des contacts fréquents avec la majorité des Partenaires¹ de CMT et avec des indigènes nous ont également suggérés les fortes espérances et les craintes légitimes qui en découlent. Parfois sévèrement critiqués pour leur manque d'engagement et de collaboration, les Partenaires de la station jouent malgré tout un rôle prépondérant dans la réussite et l'acceptation du projet. Il nous a donc paru essentiel d'analyser les composantes directes du plan, de juger de sa promptitude et de son opportunisme, de mesurer l'implication des Partenaires et de supposer quelques clés pour le développement futur de la station.

Notre étude se base donc principalement sur la compréhension de l'interdépendance qui existe entre tourisme et environnement.

Dans un contexte socio-économique des plus morose, leur mixité est sans aucun doute une façon essentielle de se distinguer vis-à-vis des touristes friands de cette qualité de vie. Elle s'élargit également sur de nombreuses réflexions au niveau :

- du développement durable en station de montagne ;
- du contexte politico-économique de Crans-Montana ;
- du rôle de l'éducation dans un tel projet ;
- du phénomène socio-touristique qui émane du PAES ;
- des techniques de communication touristique.

¹ Selon les volontés de CMT, Partenaires s'écrit avec un P majuscule pour les valoriser

L'environnement et son respect sont un véritable « *trend* » du troisième millénaire. Phénomène de mode ou prise de conscience mondiale, le Valais n'y échappe pas. L'environnement est au centre de toutes les préoccupations et ceux qui s'y opposent provoquent l'indignation générale¹. Amorcées par la déclaration de Stockholm de 1972 puis accentuées par les accords de Rio de 1992, les réactions de la communauté mondiale se résument à poursuivre « *des principes qui reconnaissent les droits des peuples au développement et qui soulignent leurs responsabilités vis-à-vis de la sauvegarde de notre environnement commun.* »²

Ces mêmes principes ont donné naissance au désormais célèbre « *Agenda 21* ». Véritable consensus global, cette charte mondiale est un engagement politique pour permettre une collaboration optimale en matière de développement et d'environnement. Tous les sujets y sont abordés dans le détail, allant de la coopération internationale à la lutte contre la pauvreté, de la promotion de la santé à la lutte contre le déboisement. Nous resterons succincts dans l'énumération des dossiers traités car cela ne concerne pas directement ce travail. Il est utile par contre de présenter brièvement l'aspect « *Agenda 21 local* » qui implique directement le PAES.

« D'ici 1996, tous les pouvoirs locaux devraient avoir consulté leurs citoyens et élaboré un « Agenda 21 local » pour leurs communautés respectives. »³

Par le biais du PAES, Crans-Montana a relevé ce défi. Pour bien comprendre le phénomène « *touristico-environnemental* », notre étude se concentrera premièrement sur la présentation de la région de Crans-Montana d'un point de vue très objectif. Par la suite, nous proposerons différents domaines d'analyses en évoquant les définitions existantes des termes « *environnement* » et « *tourisme* ». Pour cerner le sujet proprement dit, nous vous parlerons de ses bases, des espoirs qu'il a fondés et de ses problèmes inhérents, tout en illustrant nos propos par des exemples précis et concrets. Pour synthétiser l'ensemble, et pour comprendre les clés de réussite du projet, notre objectif a été d'autre part de sonder les attentes des Partenaires de Crans-Montana Tourisme mais aussi d'apprécier leur implication. Pour évaluer ces avis, nous nous baserons sur les différentes relations entretenues au sein même de la station ainsi que sur le questionnaire leur étant destiné.

¹ P.ex. : le refus de George W. Bush le 28 mars 2002 de ratifier les accords protocolaires de Kyoto de 1997 sur la réduction de l'émission des six principaux gaz à effet de serre

² « *Agenda 21 Local* » - Annexe 2 - Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement - P.45

³ « *Sommet de la terre 1992 – Un programme d'action* » - P.47

Quelques définitions...

Avant toute analyse, il m'a paru indispensable de bien saisir les termes « *environnement* » et « *tourisme* » pour mieux comprendre, par la suite, les différentes appréciations qui peuvent exister à l'évocation de ces deux mots.

A) L'environnement, notre base de réflexion

Dans ce cas précis, il s'agit de se sensibiliser au concept « *environnement* » et non pas d'en donner une définition universellement applicable. En effet, ce terme représente diverses réalités et se situe fréquemment à l'origine de confusions. Il reste ambigu car il n'est pas communément admis. Parmi les tentatives de définitions, nous avons été interpellés par celles citées par M. Esoh Elamé dans son livre « *La géographie du développement durable* » dont voici quelques extraits ciblés.

Premièrement, l'environnement peut être appréhendé comme un objet... Il est alors...

« L'ensemble d'éléments naturels ou construits par l'homme (technostructures) et de l'homme lui-même. Cet ensemble est appréhendable par les sens et l'intelligence, sujet à des mesures plus ou moins objectives, car l'expérimentateur, l'observateur et l'analyste, font partie intégrante de ce milieu ambiant au sein duquel il subsiste des influences diverses et qu'ils modifient par leur seule présence. »¹

...vu comme ensemble des problèmes de société...

« L'ensemble des préoccupations quotidiennes de l'opinion publique (...) l'accumulation instantanée et équivoque de tous les problèmes relatifs à nos milieux de vie (...) perçu comme fragile, source d'inquiétude, créant des conflits d'usage, provoquant des courants d'opinion et suscitant des réactions politiques. »

...vu comme symbolique de qualité de vie...

« Certaines représentations que l'on a de la qualité de la vie. (...) L'expression d'un mode d'existence où l'harmonie entre l'homme et la nature serait préservée. »

¹ « La Géographie du Développement durable » - Plaidoyer - Esoh Elamé - P.54 ss.

...vu comme idéologie de l'engagement politique...

« La contestation des systèmes économiques, sociaux et politiques, par l'affirmation d'un désir d'information et de participation aux décisions publiques. (...) L'environnement est donc un immense questionnement que la société se pose à elle-même. Il est considéré comme toute interconnexion entre faits naturels et faits sociaux. »

L'environnement ne doit donc pas être confiné au simple concept « *nature* », il est pluridisciplinaire. Plus synthétiquement, il est défini par quatre composantes essentielles. Il est **global** et doit être considéré comme tel, comme un ensemble d'éléments structurés, fonctionnels, en interaction. Il est **multidimensionnel**, car il envisage les formes de la vie naturelle et de la vie sociale. Il subit les contraintes de **l'espace et du temps**, et doit donc être localisé précisément comme micro ou macro-environnement. Il est **culturellement significatif**, car il est à la fois extérieur à l'être humain tout en faisant partie intégrante de ce dernier.

B) Le tourisme, un terme souvent galvaudé

Tout un chacun estime qu'il sait ce que c'est sans pouvoir le définir précisément. Le tourisme, tout le monde le vit et personne ne ressent le besoin d'en trouver une définition. Pourtant, en 1942, les professeurs Hunziker et Krapf en donnaient la définition suivante :

« L'ensemble des rapports et phénomènes résultant du voyage et du séjour de personnes pour lesquelles le lieu de séjour n'est ni résidence principale et durable, ni lieu de travail usuel. »

Le tourisme n'est pas un besoin vital, il est un désir, une envie ou un moyen de se distinguer parfois. Se contenter de cette unique définition serait évidemment trop restrictif mais pour en simplifier l'analyse, nous pouvons affirmer que le tourisme doit être envisagé en interaction directe avec de nombreux systèmes qui sont, pour les principaux, l'environnement écologique, économique, social, politique et technologique.

Dans la suite de ce travail, nous nous attacherons à développer les relations communes entre ces deux composantes essentielles en les rapprochant du sujet et en trouvant les liens naturellement utiles et fondamentalement pratiques.

Des chiffres éloquentes

A) En Valais¹, le tourisme c'est :

- Plus de **25,55 millions** d'hôtes par année, excursionnistes compris ;
- Plus de **30'000** emplois induits, soit **27,3%** des emplois en VS ;
- Plus de **3 milliards** CHF en valeur ajoutée brute touristique, soit **25,4%** du PIB du VS ;
- Un chiffre d'affaires touristique de **5,54 milliards** CHF.

B) A Crans-Montana², le tourisme c'est :

- Plus de **1'180'000** nuitées en 2002 ;
- Plus de **45'000** hôtes en haute-saison, ce qui permet à Crans-Montana de devenir la capitale virtuelle du Valais l'espace de quelques semaines ;
- Plus de **700** Partenaires impliqués dans la vie touristique ;
- Plus de **50** hôtels de différentes catégories soit une capacité d'accueil de **3'600** lits ;
- Plus de **36'000** lits en para-hôtellerie ;
- Des évènements d'audience internationale comme l'« *Omega European Masters* » de golf drainant chaque année plus de **10'000** personnes ou encore des manifestations uniques comme « *Interski 2003* » et ses **1'000** participants venus des cinq continents ;
- Un centre de Congrès « *Le Régent* » rassemblant des **dizaines** de séminaires par année.

¹ « *Le Tourisme en Valais, Etude sur la valeur ajoutée* » - P. 18 s.

² Statistiques 2002 – Crans-Montana Tourisme

Prémises à la compréhension

1. Crans-Montana, entre rêves et réalités

1.1. Une multitude de possibilités

Riche de ses traditions et fière de ses 110 ans d'histoire, la station de Crans-Montana se profile comme l'une des destinations phare de l'arc alpin et se bat continuellement pour proposer à ses hôtes une qualité de vie irréprochable. Avec une offre globale aussi impressionnante que diversifiée, le tourisme se plaît sur ce Haut-Plateau culminant à 1500 mètres. bercée par son climat méditerranéen et perchée sur un magnifique plateau surplombant la vallée du Rhône, Crans-Montana se situe à l'apogée des plaisirs.

Lieu de prestige inspiré par le luxe et le raffinement, Crans-Montana cultive l'art de vivre et reste incontestablement un endroit privilégié.

En s'alliant à une beauté naturelle exceptionnelle et une douceur de vivre au quotidien, la station affectionne une philosophie de vie sous le signe du bien-être absolu !

Devant l'attrayante palette d'activités sportives ou culturelles proposées à Crans-Montana, le visiteur se trouve face à un choix cornélien. Stupéfait par un tel panorama, le randonneur trouvera ici quelques 280 Km de sentiers pédestres, le skieur plus de 160 Km de pistes balisées, le golfeur un parcours mondialement connu et reconnu « *S. Ballesteros* » et le rêveur plus de mille suggestions aptes à combler ses attentes les plus secrètes. Toute chose incroyable devient possible ici. En effet, qui peut prétendre pratiquer du ski alpin par un beau matin d'été et se retrouver sur un lac cristallin, skis nautiques au pied, dans la même journée ? Ici, vous en avez la possibilité. Devant cette foule d'activités, le « *farniente* » représente une suite logique à cette envie de bien-être. Les trois centres Wellness tendent à nous le rappeler. Ceci dit, malgré cette modernité ambiante, Crans-Montana n'oublie pas ses racines. Le Musée de l'Alpage de Colombire, authentique symbole d'un retour aux sources, s'axe principalement sur la conservation du patrimoine régional, véritable fierté de tout un canton. Dans ce musée vivant, vous découvrirez la fabrication artisanale du fromage et pourrez déguster un encas sous le soleil de Crans-Montana. Devant tant de charmes, M. Pascal Couchepin sait trouver les mots

adaptés en qualifiant la station de « *site exceptionnel (...) véritable fleuron du tourisme suisse !* »¹

1.2. Les incohérences induites

En effet, le développement de Crans-Montana a été, et reste encore, fortement critiqué. Car même si le monde entier reconnaît la beauté de cette région, il y découvrira, en la visitant, un amalgame d'anarchismes et d'invraisemblances.

Horreurs architecturales, circulation intra-muros chaotique, remontées mécaniques archaïques ou centre thermal illusoire, les exemples de critiques ne manquent pas !

Plusieurs questions se posent alors. En tentant d'y répondre, nous avons découvert plusieurs pistes d'analyse des comportements. S'il apparaît comme avéré que Crans-Montana a profité des « *Trente Glorieuses* » de l'après deuxième guerre mondiale, elle souffre actuellement d'un manque d'innovation et de renouveau. Les investissements nécessaires aux infrastructures touristiques sont soumis à de vives critiques, le domaine bancaire ne soutient plus le développement hôtelier et l'émergence continue de la para-hôtellerie souligne les aspérités qui se sont fatalement creusées au fil des années à Crans-Montana.

1.3. Les erreurs du passé, l'urbanisation en ligne de mire

Afin de mieux comprendre les causes de ce développement exacerbé, nous vous proposons de revenir aux origines touristiques de la station de Crans-Montana, il y a une centaine d'années. Plusieurs étapes d'importance permettent de cerner au mieux les causes de ce développement décousu.

En 1892, alors que Crans-Montana n'est qu'un amalgame de Communes paysannes, le **premier hôtel** se construit et connaît rapidement un succès sans précédent. La station est alors connue pour son climat et son air le plus pur de Suisse, qui soulagent les affections pulmonaires. Les affaires marchent bien et Crans-Montana trouve sa place dans le cercle des stations de cure fréquentées par la société mondaine de l'époque.

¹ Message de M. Pascal Couchepin, Président de la Confédération helvétique en 2003, Extrait de « *La Vie à Crans-Montana* », Edition Hiver 2002/2003 - P.7

Dès 1911, l'installation du **funiculaire** « *Sierre-Montana* » permet un gain de temps précieux pour l'acheminement des vivres, des matériaux et des personnes. Et alors que l'essor de la station prend réellement son envol, plusieurs **jalousies** la ternissent. Les Communes se dispersent et ne concentrent pas leurs forces pour un développement commun.

Entre les deux guerres mondiales, la station vivote et connaît de nombreuses périodes de crise. Du jour au lendemain, la station est déserte, les constructions souvent interrompues, la dynamique de développement brusquement stoppée.

De 1945 à 1970, l'hystérie du monde de la construction compromet fortement le visage « *villageois* » de Crans-Montana et la **ville à la montagne** poursuit son expansion par à-coups à un rythme insoutenable. On construit partout. Les prix des terrains explosent et la spéculation profite de l'afflux de capitaux étrangers. Devant la demande en perpétuelle augmentation, l'offre ne suit pas et les Communes ne s'attachent pas à la qualité mais privilégient la quantité. L'intérêt privé prend le pas sur l'intérêt global. **L'identité culturelle** de la station disparaît progressivement et le développement des Communes est éparé. Cependant, malgré le manque de moyens des Communes, divers plans d'urbanisation voient le jour¹ et prouvent le souci d'un maintien de **l'esthétisme** architectural, en vain. Dès lors, le maintien d'espaces verts, un comble pour une région de montagne, devient une préoccupation. Ce sont déjà de réelles prémisses à une évolution des mentalités pour la population du Haut-Plateau.

A l'origine connue pour ses sanatoriums, Crans-Montana devient peu à peu le rendez-vous des passionnés de **ski** et, par la suite, se développe par la pratique du **golf**. Cet essor soudain permet à la station un succès sans précédent², allant jusqu'à de réelles consécration internationales³, et les résultats sont au rendez-vous. Dès 1970 et ce jusqu'à nos jours, la conjoncture s'essouffle progressivement et la peur de mourir étouffé par son propre développement jaillit des esprits.

Le tourisme actuel se doit donc de dénicher de nouvelles tendances en poursuivant des inspirations évolutives. Le développement durable et sa réflexion d'ensemble, via le PAES, n'y est pas innocent et représente, peut-être, le salut d'une âme perdue, l'eldorado d'une station au développement exacerbé.

1 En 1966, même l'Etat du Valais mandate une entreprise zurichoise pour une étude d'aménagement du territoire

2 De 1959 à 1966, les nuitées hôtelières de la station augmentent de 80,5%

3 Championnat du Monde de Ski 1987, Omega European Masters de Golf, etc.

1.4. Les espoirs futurs, le PAES en point d'orgue

Dans le sens contraire, ce lourd héritage dynamise les motivations actuelles des responsables des organes touristiques qui se fixent de nombreux défis pour les années futures. Le PAES, base de ce travail d'analyse, va dans ce sens et représente apparemment l'alternative idéale à cette station qui cherche à redorer son blason d'antan. Cette étude tend véritablement à vérifier cette hypothèse.

Perçue depuis de nombreuses années comme chère, exclusive et mondaine¹, la station désire désormais inverser ces opinions matérialistes.

Conscient de l'importance de l'environnement pour un tourisme doux et face à tant de défis communs, les six Communes du Haut-Plateau (Icogne, Lens, Chermignon, Montana, Randogne et Mollens) et leurs élus se coordonnent le plus efficacement possible afin de proposer au tourisme un développement durable, et ce malgré les tensions politiques qui échauffent parfois les esprits. Un prochain chapitre (cf. 4.2.2.3 Point B – Plan Directeur Intercommunal) nous permettra de comprendre le contexte politique du Haut-Plateau et son importance dans l'évolution du projet PAES.

¹ Etude « *Visions et Stratégies Crans-Montana 2000* » - P.12

Présentation du projet

2. Le PAES, des intentions claires et légitimes

2.1. L'idée mère

« Amener toujours plus de personnes à reconnaître qu'un mode de vie sain et un environnement préservé sont étroitement liés, et qu'ils nécessitent un comportement adéquat. »

Les autorités politiques, les acteurs économiques, la population et les hôtes se rendent effectivement compte qu'actuellement, le système connaît ses propres limites et qu'il est temps de réagir promptement. En conformité avec le slogan de Sierre Région,

« Vivre et entreprendre dans un environnement sain »

le PAES s'engage à trouver les solutions adéquates et à les proposer à la population. Au travers de 14 projets, ciblés thématiquement, le PAES permet donc une réflexion globale quant aux problèmes actuels de Crans-Montana. Nous n'avons pas jugé utile de vous les présenter dans leur intégralité, cependant vous les trouverez, de façon détaillée dans le cd-rom en Annexe 1¹. Le PAES se profile donc de plus en plus comme l'aboutissement idéal aux nombreux problèmes que rencontre la station. Que ce soit au niveau de la circulation, de l'urbanisation ou d'un plan intercommunal, l'ensemble de la problématique est concerné. Avec ce simple schéma², le processus sous trois axes du PAES est sommairement expliqué :

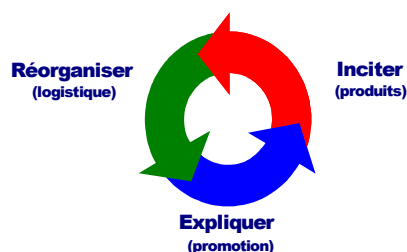


Schéma 1 - Processus de réflexion du PAES

¹ Cette alternative nous permet de ne pas alourdir inutilement cette étude par trop de documents annexés

² Tiré du « Dossier de Candidature » du PAES - P.8

2.2. Une organisation simple, mais efficace

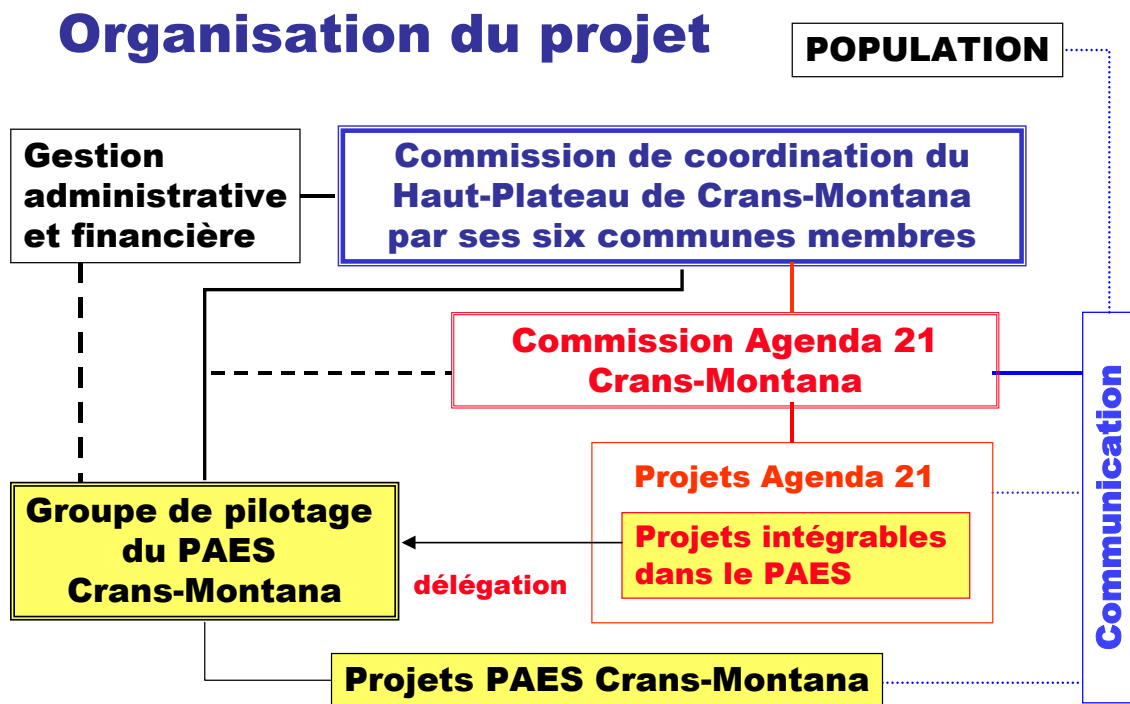


Schéma 2 – Organisation du PAES¹

Une collaboration de tous les instants

Il est intéressant de noter ici l'importance de la collaboration entre les divers organismes qui s'allient au projet et à son organisation. Les deux bases du projet sont donc :

- La Commission de coordination des six Communes du Haut-Plateau qui assure la gestion stratégique du projet et qui s'occupe également de sa gestion financière et administrative ;
- Le groupe de pilotage qui s'occupe de la gestion opérationnelle.

Il faut signaler en complément que différents mandats d'encadrement, de gestion financière et de gestion administrative accompagnent tout le système organisationnel du PAES.

¹ Tiré du « Dossier de Candidature » du PAES – P.23

2.3. Pourquoi l'Office fédéral de la santé publique a-t-il choisi Crans-Montana ?

Les raisons évoquées						
Problème récurrent	Volonté d'agir	Demande réelle	Implication générale	Dimension optimale	Présence médicale	Rayonnement
<p>Durant quelques semaines en haute-saison, la région est plongée dans un chaos total au niveau de la circulation. La station se doit de revoir sa mobilité, en faisant évoluer les mentalités et en s'attachant à inverser la priorité voiture/piétons. « <i>Mobilité et bien-être</i> » tend vers cet objectif mobilisateur.</p>	<p>Que ce soit au sein des autorités locales, des acteurs économiques ou parmi la population de Crans-Montana, il y a une véritable prise de conscience que le DD est une condition « <i>sine qua non</i> » à l'évolution de la station.</p>	<p>Le PAES se base sur des études existantes¹ et sur les préoccupations réelles des acteurs locaux qui ont, par ailleurs, défini eux-mêmes les quatorze projets en se réunissant dans des groupes de projets. Il correspond donc à une demande locale réelle.</p>	<p>Le défi sera également de faire passer le message à une population de passage, les hôtes, pour lesquels la sensibilisation classique n'est pas une solution envisageable. Cela obligera naturellement la région à développer des actions différentes.</p>	<p>La région a une dimension particulière et les possibilités d'actions sont multiples, autant au niveau des problèmes urbains que ruraux. Les groupes d'acteurs sont également très diversifiés et permettent une vue d'ensemble fort intéressante.</p>	<p>La région dispose de quatre cliniques, d'un Centre médico-social régional et d'une Haute Ecole supérieure valaisanne santé et social. Leurs compétences sont largement reconnues et ils s'intégreront parfaitement dans le concept PAES.</p>	<p>Les expériences du PAES serviront aux autres régions. Plusieurs personnes et institutions expérimentées dans les domaines de l'intercommunalité du développement participatif et de la gestion de projets pilotes sont impliquées dans le projet.</p>

¹ Etude « *Visions et Stratégies Crans-Montana 2000* »

2.4. Quels sont les besoins primaires de la station ?

Les thèmes de réflexion					
Circulation	Adaptation	Communication	Collaboration	Concertation	Evolution
Réorganiser les accès et la mobilité à l'intérieur de la station en se souciant des fluctuations de climat et de population ainsi que de la diversité culturelle inhérente au phénomène touristique d'une station de montagne.	S'interroger sur la légitimité des activités touristiques proposées à Crans-Montana et le cas échéant, innover en permettant une réflexion quant à une évolution des connaissances au niveau du bien-être et du DD.	Aborder une nouvelle ère de communication intra-muros, de haut en bas et de bas en haut, en privilégiant la sincérité, la franchise et la transparence. Pour le projet : se baser sur une communication optimale pour inspirer l'unanimité au sein de la population et de ses autorités afin d'éviter toute incompréhension préjudiciable au projet et à son acceptation.	Intensifier la collaboration entre tous les acteurs politiques et privés de la région, y compris les hôtes, pour créer une symbiose générale. Insister sur l'importance de leur participation active en tant que garant de l'évolution des projets pour Crans-Montana et l'ensemble de la région du Haut-Plateau.	Mettre sur pied une politique effective de DD, concertée entre les six Communes de Crans-Montana, acceptée et mise en œuvre à court, moyen et long terme par les élus locaux et par tout le système politique qui détient le pouvoir de décision en station.	Miser sur une évolution positive, dans l'idéal définitive, des mentalités à long terme par une sensibilisation de premier ordre axée sur des besoins réels et conséquents de la station.

2.5. Les espoirs de toute une région

Les domaines concernés				
Structures	Image	Expériences	Identité	Résolution
<p>Permettre à un projet d'envergure comme le PAES, coordonné et suivi par l'OFSP, de s'épanouir à Crans-Montana. Engendrer la mise en place de structures et de procédures qui réuniront inévitablement les acteurs de Crans-Montana, spécialement les six Communes, autour d'un projet commun mobilisateur de DD sur le Haut-Plateau.</p>	<p>Améliorer l'image de marque de la station en tant que région pratiquant une politique cohérente de bien-être pour ses habitants et ses hôtes dans le respect de l'environnement. Insister sur les actions ayant une incidence directe sur la santé pour redevenir un endroit réputé comme sain et apprécié pour sa prise de position en faveur de l'environnement.</p>	<p>Acquérir de précieuses expériences et solides compétences dans le domaine « <i>environnement et bien-être</i> », par l'expérimentation pratique et l'échange de connaissances avec les autres régions pilotes et l'OFSP. Garantir aux générations futures un système de pensée logique basé sur des expériences vécues.</p>	<p>Parvenir à reconstruire une identité locale, une philosophie de vie propre au Haut-Plateau, à « <i>redevenir ce que nous sommes</i> » et à créer une unité basée sur la compréhension et la collaboration intensive de tous les intervenants dans la vie quotidienne de la station.</p>	<p>Produire le déclic en faveur de projets visant à résoudre des problèmes reconnus, et trouver des solutions innovantes pour l'avenir. Agir en tant que projet fédérateur d'optimisme dans l'ensemble des domaines touristiques, économiques, politiques et sociaux.</p>

2.6. Les conditions de réussite

Les exigences admises				
Partenariat	Potentialité	Adaptation	Mise en réseau	Communication
Miser sur l'ensemble des Partenaires de la station, publics ou privés, afin de les impliquer au maximum aux différents projets pour que leur adhésion et leur acceptation du projet soient totales.	Partir des potentiels existants (cultures, économie, environnement, etc.) pour élaborer et concevoir l'ensemble des projets de la station afin que les groupes-cibles soient clairement identifiés.	S'adapter aux besoins de la station en incitant les gens à une découverte non-motorisée de la région ou en les sensibilisant à l'utilisation des TP gratuits et éveiller en eux un intérêt marqué pour les diverses alternatives thématiques qui s'offrent à eux.	Relier un mode de vie sain avec une amélioration notoire de l'environnement en développant une mise en réseau des espaces urbains et ruraux.	Etablir une systématique de communication entre les autorités et la population locale en bénéficiant naturellement de tous les canaux disponibles : Crans-Montana Tourisme, presse locale, etc.

2.7. Les problèmes éventuels

Les gênes encourues				
Collaboration défectueuse	Manque d'implication des Partenaires	Budget	Oppositions	Manque de bénévoles
Un manque de collaboration et d'intérêt apparaît entre les décideurs et acteurs concernés. Ils ne se sentent plus suffisamment concernés ou ne s'identifient plus aux décisions prises dans le cadre du projet.	Un ou plusieurs Partenaires principaux de la station renonce/nt à la poursuite du projet pour des raisons qui lui/leur sont propre/s.	Il manque des moyens financiers importants pour la réalisation des investissements prévus pour les projets ; ni l'OFSP, ni les autorités locales, ni les Partenaires locaux ne sont prêts à poursuivre le projet.	Des groupes de pression influents, extérieurs ou non, font opposition à certaines mesures proposées. Des problèmes relationnels surgissent entre les représentants de nombreuses cultures différentes.	Les ressources humaines bénévoles sont difficiles à trouver sur la durée et leur manque de motivation ne permet pas un développement efficace des projets proposés.

2.8. Budgets et moyens financiers mis en œuvre, réalistes et définis

Le budget global du PAES Crans-Montana s'élevé à 2 millions de francs¹, répartis comme suit :

Finances locales 25% 500 '000.-	Office fédéral de la santé publique (OFSP) 50% 1 Mio.
Prestations en nature 25% 500 '000.-	

Tableau 1-Budget du PAES

Le financement, entre évidences et réalités

- Sans argent, rien ne serait possible dans la mise en œuvre des projets et dans le processus de communication, indispensable à leur bon fonctionnement.
- Si le bien-fondé du PAES n'existait pas, si les Partenaires ne s'identifiaient pas au projet et ne s'impliquaient pas, tout cet argent pourrait être considéré comme gaspillé.
- Les millions ne feront pas avancer les choses, ce sera l'évidence, la compréhension et l'altruisme à l'acte qui le feront.
- L'aspect « *financement* » étant assuré sur le long terme, les combats du PAES se situent donc ailleurs et les résultats du questionnaire le prouveront. (cf. 4.2.2)

¹ En Annexe 2, vous trouverez un tableau répartissant les frais de deux premières années 2000/2001

L'enquête et ses répercussions

3. Analyse de l'enquête auprès des Partenaires de Crans-Montana Tourisme

3.1. Descriptif du sondage

3.1.1. Des objectifs précis et ciblés

Dans le contexte si particulier que représente la station de Crans-Montana où les jalousies intercommunales restent omniprésentes et où la collaboration entre organes touristiques et Partenaires demeure chaotique, il a été jugé nécessaire d'effectuer une étude complémentaire sous la forme d'un sondage afin d'atteindre une plus grande objectivité.

Parmi les buts avoués de cette étude, à citer :

- Analyser pratiquement la situation globale du projet ;
- Cibler les projets mobilisateurs ;
- Considérer les attentes des Partenaires afin de proposer des pistes de réflexion pour améliorer leur collaboration avec les autorités ;
- Lister leurs craintes et, le cas échéant, trouver les solutions adéquates ;
- Evaluer leur volonté d'implication dans le projet et émettre des hypothèses de développement afin de faire ressortir, si besoin est, d'éventuelles innovations ou/et oublis par le PAES, notamment au niveau de la communication.

Directement concernés par l'évolution des projets du PAES, notamment au sujet des rues à priorité piétonne, les Partenaires avaient la possibilité, via ce questionnaire, d'émettre **anonymement** leurs avis. En bénéficiant de la banque de données du département Communication-Partenaires, nous avons donc pu aisément envoyer 680 questionnaires sans sélection aucune. La totalité des envois s'est effectuée, par poste, à la mi-novembre 2002 et un rappel sur l'intranet local, programmé jusqu'à la mi-janvier 2003, leur permettait de télécharger

directement le document. Les frais d'envois ont été répartis entre les autorités du PAES et CMT. Le questionnaire¹ regroupe sept questions, cinq dites « *à choix multiple* » et deux dites « *ouvertes* ».

3.1.2. Les problèmes avérés et les risques avoués

Parmi les problèmes rencontrés lors de l'élaboration de ce travail, il nous semble indispensable de citer l'inéluctable « *langue de bois* » qui ne permet pas, sur l'ensemble des Partenaires interrogés, une évaluation globale et complète de la situation. Inévitablement, la peur et le manque d'intérêt d'une partie des Partenaires pour ce genre de projet ont altéré la qualité d'analyse des résultats de l'enquête. De plus, il est possible que les descriptifs des différents projets de la question 2 (Annexe 3) incluent une vue subjective de notre part et influencent les réponses des sondés. A noter également que, pour des raisons financières évidentes, ces questionnaires n'étaient destinés qu'aux Partenaires de Crans-Montana Tourisme et qu'ils ne peuvent représenter les avis de l'ensemble de la population de Crans-Montana.

3.1.3. La méthode d'analyse

D'une part, nous voulions nous rendre compte de l'adhésion et de l'appréciation des Partenaires sur le projet. En privilégiant un choix multiple, nous pouvions orienter nos questions d'un point de vue qualitatif et quantitatif, ce que nous avons fait aux questions 3 et 4.

D'autre part, en accord avec les autorités du PAES, il fallait laisser une « *porte ouverte* » à l'issue du questionnaire afin que les personnes interrogées puissent donner pleinement leurs avis sur la situation. Dans l'ensemble, chaque Partenaire a saisi l'occasion pour y inscrire encouragements, dépits ou autres remarques. Lors de la dissection de telles questions dites « *d'analyse lexicale* », les mots les plus souvent cités ont été classés par ordre d'importance.

De plus, pour chacune des six premières questions, nous vous proposons une réflexion sur trois axes :

1. Premières impressions « *à chaud* » au vu des résultats.
2. Réactions publiques.

¹ V. Annexe 3

3. Analyse des résultats.

Afin d'alléger le document, nous ne répéterons pas ces trois points lors de chaque question mais nous les résumerons par trois titres différents, suggérant le contenu du texte.

4. Résultats de l'enquête

4.1. Taux de retour

Sur les 680 envois, nous accusons réception de 140 questionnaires dûment remplis. Ce taux de retour de **20,58%** peut être estimé de « *bon à très bon* » dans le sens où la même démarche, au sein de Crans-Montana Tourisme, atteint péniblement les 10-15% en moyenne. De plus, n'ayant pas les moyens financiers d'effectuer un rappel direct auprès des Partenaires (sauf le message paru sur www.crans-montana.net, l'intranet local), ce résultat est d'autant plus convaincant. L'aspect anonyme de la démarche représentait sans aucun doute l'avantage principal de ce questionnaire. Cependant, en privilégiant cette forme, les possibilités d'analyse par secteur d'activités se voyaient anéanties. Ce taux, comparé aux taux habituels de retour, peut malgré tout nous permettre d'annoncer clairement qu'une majeure partie des Partenaires se sentent impliqués, du moins interpellés, par le PAES.

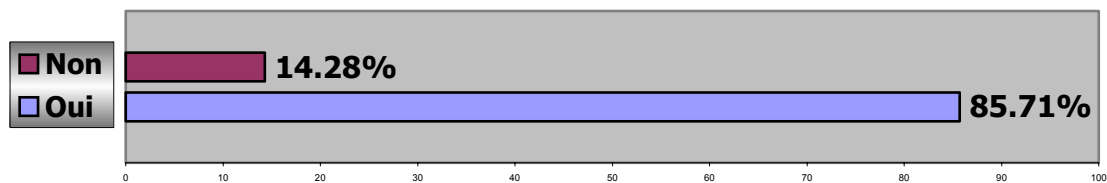
Cependant, nous pouvons également nous interroger sur les raisons de non-réponses des Partenaires restants. Il est possible d'émettre quelques hypothèses : manque de temps durant cette période d'avant-saison riche en préparation ? Absence d'envies et d'intérêts ?

Ces questions resteront malheureusement sans réponse.

Par ailleurs, après dépouillement et analyse, nous concédons qu'il manquait une question ouverte à la question 2. Ceci aurait permis un complément d'informations sur les raisons de leurs choix et une appréciation de leur compréhension des projets choisis. Dans ce sens, leurs attentes ou leurs craintes réelles auraient été judicieuses pour notre analyse.

4.2. Analyse « Questions par Questions »

4.2.1. Question No 1 : Connaissez-vous le PAES ?



Graphique 1 – Résultats Question No 1

4.2.1.1. Les premières interrogations

L'effort consenti au sujet de la communication interne apparaît comme productif sans être excellent. En effet, ce résultat fait état de presque cent Partenaires qui ne connaissent pas encore le projet ! Ce chiffre est conséquent dans le sens où la condition de réussite primaire du projet est la participation des Partenaires. Il peut donc inspirer quelques craintes légitimes aux autorités locales, plus spécialement à celles du PAES.

4.2.1.2. Un enthousiasme non dissimulé

« Je suis étonné de ce résultat. Je ne m'attendais pas à un tel chiffre. Cependant, je pense que beaucoup de gens connaissent le nom « PAES » sans vraiment savoir ce qu'il sous-entend réellement. »

François Parvex, chef de projets

« Je suis satisfaite par ce résultat et cela prouve que notre travail de communication va dans le bon sens. »

Danielle Emery Mayor, responsable communication

« Je suis vraiment étonné du nombre de personnes qui connaissent déjà le projet. »

Hubert Bonvin, directeur du Centre Scolaire Régional de Crans-Montana

« Plus de 85% représente un bon résultat d'ensemble. »

Dominique Mommer & Jean-Pierre Rouvinez, Droguerie Drogocrans¹

4.2.1.3. La communication au centre des préoccupations

La communication a toujours été un problème apparent pour les autorités de Crans-Montana. En effet, le manque de communication interne était le souci principal de l'étude « *Visions et Stratégies Crans-Montana 2000* ». Dans ce rapport unique en Suisse, édité grâce à l'étroite collaboration de la Fédération Suisse du Tourisme, de l'Ecole Suisse de Tourisme de Sierre et de l'agence de communication F+W, au point 4.2 en page 17, il est relevé :

« Un manque flagrant de communication à l'intérieur de la destination de Crans-Montana, c'est d'ailleurs le point le plus faible qui ressort des différentes enquêtes. »

Pour combler cette lacune, Crans-Montana Tourisme a fondé, en 2000 justement, un nouveau département « *Communication-Partenaires* », qui tente de faire évoluer les mentalités.

Pour cerner les défaillances existantes au niveau de la communication, il paraît essentiel de cerner la vision des Partenaires sur leur rôle en station. En effet, malgré leur prise de conscience touristique, ils ont une fâcheuse tendance à reporter leurs problèmes sur les autorités touristiques qui ont, certes, une grande responsabilité dans le développement de la station. Sans rentrer dans le détail et la polémique, plusieurs expériences notoires m'ont permis de comprendre que certains Partenaires ne s'identifiaient pas à la politique touristique de Crans-Montana et refusaient systématiquement toute collaboration, voire toute information émanant de CMT. Sans créer d'amalgames préjudiciables et autres généralités restrictives, ces prises de positions ne représentent, fort heureusement, qu'une infime partie des Partenaires. Cependant, il nous semblait utile d'en parler car le dépit qui en découle mérite réflexion et ces réactions posent de nombreuses interrogations au niveau du rapport de confiance établi entre la population et ses autorités, qui s'est malheureusement largement détérioré au fil des années.

¹Notons ici que les commentaires de MM. Mommer et Rouvinez sont réunis car l'entretien s'est déroulé en commun

Dans l'autre sens, certains Partenaires ont saisi l'importance d'une collaboration saine et productive avec leurs autorités et participent activement à la vie de la station. L'espoir intime mais néanmoins caché de CMT serait que tous les Partenaires s'inspirent de ces « *modèles du genre* » et que l'ensemble des Partenaires prenne sensiblement conscience qu'ils sont les premiers garants de l'image de Crans-Montana.

Pour contourner les aléas de la communication, le PAES se base donc sur plusieurs moyens...

A) La méthode classique incontournable

Plusieurs **brochures** informatives sont mises à disposition du public aux bureaux de CMT et dans certains établissements de la station. Dans le même sens, les autorités du PAES prévoient l'envoi régulier d'un « *Tout-Ménage* » sur l'ensemble du territoire des six Communes qui informe sur l'évolution de certains projets et propose « *la recette bien-être* ». Pour l'édition de janvier 2003, elle proposait par exemple : « *3 fois 10 minutes ! Une demi-heure quotidienne de mouvement suffit à diminuer sensiblement le risque de maladies cardio-vasculaires (...) Pensez-y !* »¹.

Un site **internet** dynamique et intéressant, www.paes.ch, est à la disposition de tous et offre une plate-forme intéressante pour quiconque s'intéresse aux projets. De plus, une adresse de contact, cransmontana@paes.ch, a été récemment inaugurée pour permettre une communication plus directe encore.

A chaque action du PAES, un **communiqué de presse** est envoyé aux médias suisses romands qui suivent avec intérêt l'évolution du projet. Son écho au sein de la population est notoire car l'opinion d'un bon nombre de gens s'inspire de l'avis général diffusé. L'influence d'un quotidien comme « *Le Nouvelliste* » sur les Valaisans, ou du « *JDS* » pour la région de Sierre & environs, n'est donc pas à sous-estimer. La publication d'un simple article de quelques lignes au sujet de notre étude a permis, nous pouvons l'affirmer, une diffusion de l'information des plus intéressantes.

¹ Tous Ménage - Bulletin No 2 – Janvier 2003 – P.3

Depuis le mois de décembre 2002, les autorités du PAES ont mis au point un **CD-Rom interactif**¹. Ce nouveau procédé de communication, complet, attrayant et informatif est disponible gratuitement sur demande.

Par ailleurs, le PAES a pour projet d'installer des « **Boîte à idées** » (sous la forme de boîte aux lettres) aux places stratégiques de la région afin de permettre, à qui le souhaite, d'exposer ses idées, anonymement ou non. Le projet prévoit également, au début de l'année 2003, l'organisation d'une journée « **Portes ouvertes sur le PAES** ». En misant sur ces nouvelles formes d'implication des gens, le PAES instaure une nouvelle possibilité de communication avec la population.

B) Participation aux manifestations d'importance

Sous la forme d'un atelier, le PAES participera activement au traditionnel « **Forum de la Construction** » le 3 février 2003. Le thème principal de cette manifestation sera « *Business Plan Local-Instrument de DD des régions touristiques de montagne ?* ». Nul doute que les autorités du PAES saisiront l'occasion qui leur est donnée de présenter l'évolution du projet.

Sous la forme d'une présentation suivie de discussions, le PAES a participé et participera encore à « **Tout sur Crans-Montana** », séance d'information semestrielle d'avant-saison destinée aux Partenaires de la station. Depuis quelques années, cette séance attire plus d'une centaine de Partenaires locaux et leur permet une large diffusion de leurs nouveautés.

Sous la forme d'ateliers de discussion et de travail entre autorités touristiques et Partenaires, « **Parlons Tourisme** » est une plate-forme privilégiée pour une communication directe de premier ordre. Lors de la dernière édition de l'été 2002, le PAES était d'ailleurs représenté activement par M. François Parvex.

C) Organisation de manifestations propres au PAES

Parmi les manifestations propres au PAES, nous pouvons citer : la semaine gastronomique, le petit marché paysan, le week-end au fil de l'eau, l'inauguration du bus anti-tabac avec Roger Moore le 30 janvier 2003 au Centre de Congrès « *Le Régent* », plusieurs rencontres publiques ainsi que l'inauguration du sentier du développement durable fin mai 2003.

¹ V. Annexe 1

D) L'aspect Humain

En effet, outre l'aspect indispensable de tous les moyens précités, le PAES mise sur une autre forme de communication : la **disponibilité**. Dans cet environnement où les rumeurs et ragots vont bon train, privilégier un contact direct avec les Partenaires, rester à leur écoute et partir du principe que chaque remarque est intéressante, permettra une propagation des messages sans équivoque, ceci même si le phénomène de bouche-à-oreille impose une perte de maîtrise notable de l'information.

Le PAES doit donc porter une grande attention à son image

En se reposant sur plus d'une centaine de bénévoles directement impliqués dans la vie active de la station, le PAES dispose inévitablement des meilleurs vecteurs possibles pour une information de qualité.

Autre point positif, pour ceux qui ne connaissent pas le PAES, la simple énonciation du nom leur suggérera déjà une partie du contenu. En effet, les composantes du nom évoquent une vision **Planifiée**, une envie d'**Action** sur les deux bases que sont l'**Environnement** et la **Santé**.

Par ailleurs, la connaissance du/des projet/s souffre/nt d'une forte tendance simplificatrice car la population réagit sur ce qu'elle connaît déjà et les projets non aboutis sont choses fréquentes en station, notamment sur le thème de la circulation. Il faudra donc que les actions soient convaincantes pour éviter un défaitisme ambiant.

Pour se donner une image de marque de référence, le PAES doit donc fonder sa communication sur deux thèmes bien définis :

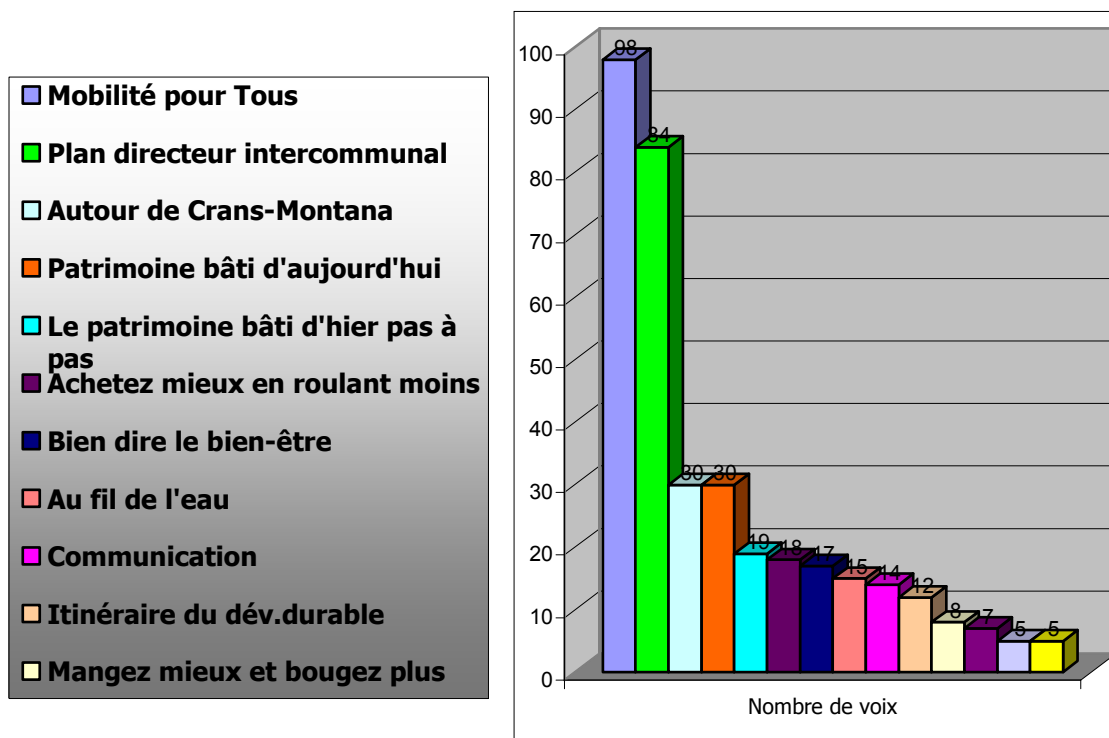
➤ **La Qualité Primaire : l'écoute**

Dans le sens où chaque individu développe sa propre échelle de valeur et ses idées, une communication unique et indivisible est à proscrire. Chaque individu mérite qu'on s'y attarde et un convaincu en rapportera des dizaines d'autres. Dans le même sens, il s'agit d'établir un rapport de confiance évolutif en impliquant les Partenaires et en leur proposant que leur rôle de récepteur dans cette communication touristique devienne émetteur.

➤ **La Puissance des Actes**

Quand les actions sont ciblées, en correspondance efficiente avec la réalité, et elles le sont, prouver le bon sens du projet et insister sur ses répercussions notoires sur l'ensemble de la station. Attacher une attention toute particulière au visuel des choses pour sensibiliser et provoquer une émotion chez le récepteur. Se fonder une image de marque pour rendre la réflexion du DD incontournable.

4.2.2. Question No2 : Parmi ces projets, lesquels vous paraissent les plus importants ?



Graphique 2 – Résultats Question No 2

4.2.2.1. Quatorze projets, deux leaders d'opinions incontestés...

En choisissant trois projets parmi les quatorze proposés, les Partenaires interrogés pouvaient mettre l'accent sur ceux qui leur paraissaient les plus importants. Leur réponse est éloquente et ne fait que souligner les deux interrogations principales des Partenaires:

- Les problèmes efficients de circulation et le projet phare « **Mobilité Pour Tous** » ;
- La collaboration précaire entre les six Communes du Haut-Plateau et son projet de « **Plan Directeur Intercommunal** ».

4.2.2.2. Sans surprises mais pas sans inquiétudes

« Retrouver le projet « Mobilité pour Tous » en tête n'est pas une surprise. Par contre, je suis enthousiasmé de voir le plan intercommunal en si bonne position. D'ailleurs, il avait déjà été mis en évidence dans l'étude « Visions et Stratégies Crans-Montana 2000 ». Je ne suis pas étonné de voir les projets concernant l'architecture dans le haut du tableau. En ce qui concerne « Autour de Crans-Montana », cela prouve bien que les gens se rendent compte que l'environnement est aussi leur fond de commerce et leur richesse. Ce petit projet a un énorme enjeu. Pour tous les autres projets, il y a un manque de communication et d'information évident. Nous y travaillerons en 2003. »

François Parvex, chef de projets

« Ces résultats s'expliquent. Les premiers sont les soucis principaux de la station. Par contre, les chiffres des projets dits « de santé » sont inquiétants car très bas. L'orientation de la communication du PAES doit donc s'orienter sur la santé et le bien-être. Ce que nous avions déjà défini avant ces résultats. »

Danielle Emery Mayor, responsable communication

« En tant que participant au projet MPT, je suis ravi de voir que ce projet arrive en première position. »

Hubert Bonvin, directeur du Centre Scolaire Régional de Crans-Montana

« Les résultats résument essentiellement les attentes des gens et ne sont une surprise pour personne ! »

Dominique Mommer & Jean-Pierre Rouvinez, Droguerie Drogocrans

4.2.2.3. Une analyse par centres d'intérêts

A) Le projet « *Mobilité pour Tous* » et son incidence sur la circulation en station

La base du PAES se concentre autour de ce projet. Cité à **70%**, il est sans aucun doute le projet le plus suivi car il représente un défi de taille pour l'ensemble de la station. Pour revenir aux sources du problème, nous avons consulté les résultats d'un sondage effectué par l'HEVs sur la demande des autorités de PAES, il nous est alors aisé de comprendre les raisons de ce fléau :

Utilisation des moyens de transports	Crans-Montana	Suisse
Transports publics	7,1%	14,3%
Véhicules à moteur	63,5%	39%
Pied	28,7%	32,5%
Vélo	0,7%	14%
Total	100%	100%

Tableau 2 – Etude HEVs sur la mobilité à Crans-Montana

S'il est évident que les déplacements en vélo sont plus difficiles en région de montagne, la sous-utilisation des TP de la Cie SMC SA, qui plus est, gratuite sur l'ensemble du territoire du Haut-Plateau¹, et l'explosion de l'emploi de véhicules à moteur ne peuvent que confirmer les tendances catastrophiques de la mobilité à Crans-Montana. Le rapport entre la Suisse et Crans-

¹ Ce qui coûte plus de 700'000.- CHF par année aux Communes

Montana est probant : une augmentation de plus de **62%** ! Ce chiffre peut être considéré comme alarmant pour le futur. MPT est donc « **le** » projet nécessaire. Afin de mieux comprendre son concept, nous tenons à présenter les objectifs de ce projet¹, indispensables à une bonne compréhension du phénomène « *circulation* » à Crans-Montana.

A court et à moyen terme...

- Réorganiser la signalisation en et aux abords de la station pour éviter une surcharge de trafic due à une mauvaise orientation initiale des véhicules ;
- Stabiliser le trafic en général en garantissant prioritairement la fluidité des TP ;
- Mettre en évidence et promouvoir activement l'offre des TP et notamment les avantages du réseau des navettes gratuites, développer leur offre nocturne et saisonnière ;
- Dissuader l'arrêt intempestif de véhicules privés et freiner le parcage sauvage par la mise en place d'obstacles fixes aux endroits stratégiques ;
- Harmoniser les zones et les taxes de parcage ainsi que l'application de la législation sur la circulation routière ;
- Insister sur une présence policière intelligente ;
- Optimiser l'utilisation des parkings ouverts au public.

A plus long terme...

- Restructuration du réseau routier (éventuelles zones à priorité piétonne, zones mixtes, pistes cyclables ou autres...) par la mise en place de mesures :
 - Nécessitant pour l'essentiel des aménagements plus ou moins onéreux ;
 - Impliquant un processus décisionnel complexe basé sur les six Communes ;

¹ Dans l'Annexe 1, vous retrouverez des cartes précises concernant le projet MPT

- Fondées sur un large consensus et une concertation permanente avec les autorités politiques sans oublier les autres acteurs des Communes du Haut-Plateau, voire avec les services spécialisés de l'Etat du Valais.

Des problèmes de réalisation

Parmi les problèmes induits, l'intérêt économique privé des Partenaires représente l'obstacle principal à la mise en œuvre de mesures importantes de MPT. En effet, l'idée de zones à priorité piétonne ne séduit pas tous les Partenaires directement concernés. La peur de rompre les habitudes des gens provoque une appréhension générale et les réactions vives sont fréquentes et légitimes.

« Mais, si mes clients ne peuvent pas s'arrêter en voiture devant le magasin... ils ne viendront plus ! »

Un exemple précis confirme cette tendance. En effet, courant décembre 2002, les premières « *modifications visibles* » découlant du projet MPT voyaient le jour. Sur l'artère reliant le centre de Crans à celui de Montana, une dizaine de bacs obligeaient les véhicules venant de l'est à effectuer cinquante mètres supplémentaires pour aller tourner au rond-point et éviter ainsi l'encombrement de cet axe et le parcage sauvage. Parmi les problèmes déclarés, nous avons pu aisément constater :

- Pas assez de signalisation apparente au début de la modification ;
- Présence policière épisodique ;
- Attente des véhicules à l'entrée des bacs sans aller jusqu'au rond point ;
- Parcage à côté des bacs et non pas sur les places numérotées ;
- Moins de places de parcs disponibles (3 sur les 45 disponibles anciennement) ;
- Baisse de la fréquentation notifiée par les commerçants ;
- Manque de communication avant la modification.

Les réactions à cette nouveauté ne se sont pas faites attendre et une pétition, signée par l'ensemble des Partenaires concernés, émergeait. En tant que région-pilote, ces incompréhensions semblent être de bonnes expériences pour l'avenir.

Malgré tout, dans le sens où une évolution des mentalités est nécessaire, les fondements mêmes du PAES sont floués dans de telles réactions et prouvent le long chemin qu'il reste à parcourir pour convaincre les Partenaires.

B) Le projet de « *Plan Directeur Intercommunal* »

Autre ambition de taille, la collaboration et la concertation intercommunales, citée à **60%**, préoccupent et animent les réactions de ce questionnaire. Avant toute analyse, il est utile de présenter les points forts de ce plan qui vise, prioritairement, à développer des procédés¹ qui permettent d'envisager des solutions au sujet:

- de la circulation ;
- du territoire et de son aménagement ;
- de la gestion de l'eau ;
- de l'espace rural ;
- du patrimoine architectural ;
- de l'éparpillement des moyens financiers ;
- d'une coordination entre les différents axes du PAES ;
- d'une dépendance excessive à l'égard de quelques leaders ;
- de la constitution de micros-espaces aux ressources et aux capacités d'innovation limitées ;
- de la coordination de l'offre en transports publics et du concept de stationnement mis en place, également pour les visites des régions périphériques.

¹ Les procédés précis vous sont présentés dans l'Annexe 1

Les Communes, entre émulations et passions effrénées¹

S'il apparaît que les autorités communales tentent un développement commun en s'associant et en soutenant, dès son départ, le projet, leur relativisme et les jalousies ambiantes assombrissent quelque peu leur crédibilité. Le phénomène touristique a désormais explosé les consciences, imploré un système statique et permis une réflexion des politiques quant à leurs prises de position en sa faveur. L'enjeu du PDI est donc de taille :

Parvenir à instaurer au sein même des six Communes, un politique de DD incontournable visant une évolution intelligente et censée.

Sans émettre d'opinions hâtives sur la qualité même du PDI, nous pouvons affirmer que son concept dépasse donc largement les objectifs du PAES. Il va nettement plus loin puisqu'il sera la base de la future collaboration indispensable au développement touristique-économique de Crans-Montana. En réussissant le regroupement des pouvoirs décisionnels, les Communes en détiendront les clés. Le PAES ne doit pas seulement être un alibi politique préélectoral, mais il doit réellement devenir une base de réflexion, un outil de pérennisation, synonyme de qualité pour le bien d'une population menacée par les intérêts particuliers des six Communes.

Dans ce sens, le PAES incite de plus en plus les Communes à engager un système de communication avec leur population, encore relativement précaire aujourd'hui.

Le Plan directeur Intercommunal se résume à un travail de fond qui sera certainement peu voire non communiqué à la population mais qui lui sera largement bénéfique.

C) Les projets visant l'urbanisme et l'architecture

En privilégiant un historique concernant cet aspect, nous clamons déjà que la priorité, pour Crans-Montana, se situe dans ces projets. En effet, les graves problèmes de circulation ne sont « *que* » saisonniers tandis que les incompréhensions architecturales sont ancrées dans le paysage de Crans-Montana. Plusieurs défis sous-tendent ces projets : sauver ce qui peut l'être devant l'absence de tact des promoteurs immobiliers (ex. : Colline du Parc), améliorer le contexte actuel et instaurer une dynamique nouvelle à la construction.

¹ Les questions adressées aux politiques nous sont malheureusement parvenues trop tard pour pouvoir les insérer au document

Il s'agit de noter que ces deux projets n'ont pas encore concrètement débuté et qu'ils récoltent plus de **34%** des voix. Les Partenaires sont donc conscients de leur importance.

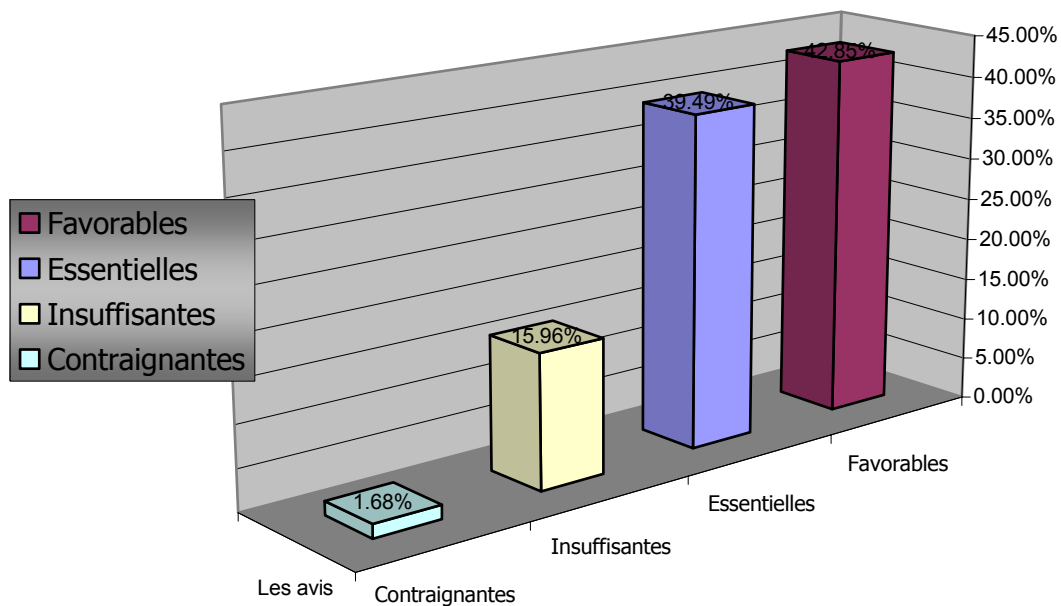
D) Tous les projets « *Santé-Bien-être* »

Dans le sens où le fondement du PAES est la santé, nous pouvons légitimement nous interroger sur ces résultats. En effet, aucun projet dit de « *Santé* » ou de « *Bien-être* » n'atteint les **15%** ! Outre le manque de communication qui a été évoqué, ces résultats prouvent une nouvelle fois que la population ne s'identifie pas à ces problèmes de santé et se sent « *invincible* ». Reconnus pour leur fierté parfois maladive, les Valaisans ne se sentent pas concernés par ces problèmes. Ils se sentent suffisamment responsables de leur destin sans se soucier du monde extérieur et de leur environnement, qui leur paraît intact.

Dans ce sens, les Partenaires (et la population) s'apparentent au phénomène qui touche directement les adolescents. (Cf. Point 4.3.6.3)

Notre opinion à ce sujet est claire. Si le PAES n'avait pas comme chefs de file des projets tels que MPT ou le PDI, il n'aurait pas autant, voire pas du tout, d'échos auprès des Partenaires de la station. Par contre, en passant par des projets fédérateurs et mobilisateurs, le PAES peut insuffler une réflexion quant aux autres projets et c'est certainement dans cette optique que les autorités du PAES agissent.

4.2.3. Question No 3 : Selon vous, les répercussions du PAES seront...



Graphique 3 – Résultats Question No 3¹

4.2.3.1. Des chiffres troublants et symboliques

Les résultats peuvent étonner. En effet, le scepticisme des Partenaires connu, cet enthousiasme ambiant interroge. Plus de **81%** d'avis positifs ! Ce chiffre est sans équivoque. Les attentes des Partenaires sont désormais élevées mais ont-ils vraiment conscience de l'importance de leur implication ? Ne resteront-ils pas passifs ? Les questions peuvent être posées. Dans l'autre sens, parmi les **1,68%** de répercussions dites « *contraignantes* », il n'est pas impossible de retrouver des réponses provenant des commerçants les plus touchés par une éventuelle zone à priorité piétonne. L'anonymat des questionnaires ne nous permet malheureusement pas de vérifier cette hypothèse.

¹Il s'agit ici de noter que le total des réponses enregistrées n'atteint pas 140 car certaines personnes n'ont pas répondu à cette question. Le pourcentage a donc été effectué sur la totalité des réponses à ces questions et non pas sur le nombre de questionnaires reçus.

4.2.3.2. Étonnant et révélateur

« Je suis très étonné par ce résultat. Malgré le résultat très positif, j'ai peur que les gens interprètent le PAES comme leur étoile du berger. Il ne faut pas que le PAES devienne un mythe. Ces chiffres m'interpellent et me rappellent que ces projets sont un réel défi. L'attente des gens est devenue énorme et nous essaierons de les combler ! »

François Parvex, chef de projets

« Je suis bouche bée. Je ne pensais pas atteindre ces chiffres. Les besoins de la station sont donc clairs. »

Danielle Emery Mayor, responsable communication

« Ces résultats sont très étonnants. D'autant plus que le questionnaire s'adressait aux Partenaires. Ce sont eux qui ont le plus de craintes, légitimes, vis-à-vis des projets de zones piétonnes. Surtout au niveau des accès aux magasins. Les propositions sont contraignantes et ne peuvent donc pas contenter tout le monde. Certains seront forcément privilégiés. Ce que nous déplorons.»

Dominique Mommer & Jean-Pierre Rouvinez, Droguerie Drogocrans

4.2.3.3. Deux angles d'analyse littéralement différents

L'ambiguïté de la question permet une analyse sous deux aspects sensiblement différents :

➤ **Les envies réelles des Partenaires**

Tous les problèmes soulignés par les projets du PAES ne peuvent pas être contestés. Ils sont apparents, ils existent. Il apparaît alors comme évident que les effets du PAES ne peuvent être « que » positifs dans le sens où ils provoquent une réflexion d'ensemble. C'est certainement sous cet angle que les Partenaires ont abordé cette question, ce qui a permis l'éclosion d'un tel résultat, surprenant en tous points.

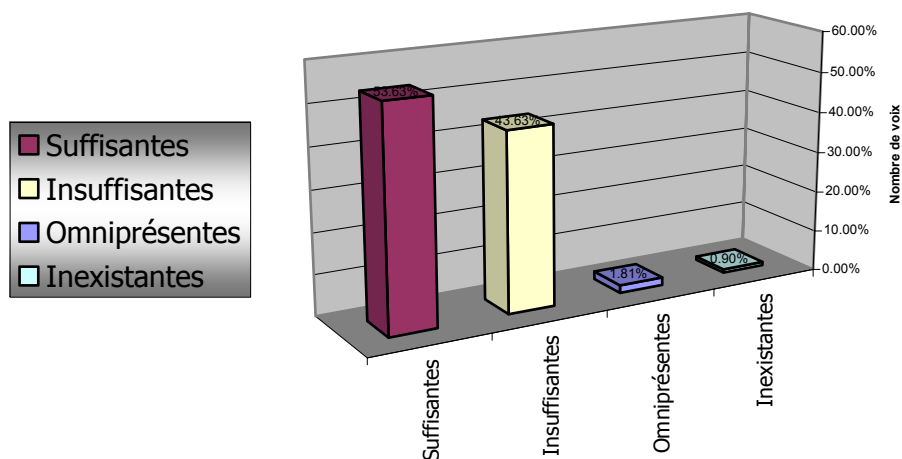
➤ **Les répercussions réelles pour la station**

Outre le phénomène de réflexion, les répercussions en station ne sont pas si évidentes. Et quand nous assistons à un tollé d'un quartier tout entier aux premières incidences, plusieurs interrogations peuvent survenir :

- N’y aura-t-il pas de coalition contre le PAES ? Les mentalités ne sont-elles pas trop ancrées pour espérer quoi que ce soit ?
- N’y a-t-il pas trop de contraintes à la mise en place de mesures efficaces ?
- N’y a-t-il pas trop d’intérêts privés en jeu ?
- Faudra-t-il que le PAES se batte continuellement pour arriver à la moindre des choses ?
- Le PAES pourra-t-il compter sur l’appui inconditionnel et continu des six Communes ?
- Seront-elles capables d’assumer ce DD ?
- Sauront-elles l’apprivoiser et l’appliquer en continu ?

L’avenir y répondra.

4.2.4. Question No 4 : Comment caractériseriez-vous les actions du PAES en terme de quantité ?



Graphique 4 – Résultats Question No 4

4.2.4.1. Les résultats se dispersent

Les résultats sont nettement plus partagés sur cette question. En effet, si plus de **53%** jugent les actions du PAES comme suffisantes, plus de **43%** les qualifient d'insuffisantes ! Deux réflexions sont alors possibles :

- D'une part, les Partenaires aimeraient que le PAES soit plus présent sur le terrain et agisse de façon nettement plus musclée et entreprenante ;
- D'autre part, ils peuvent prétendre que, de toute façon, rien ne changera et que les actions du PAES sont forcément insuffisantes pour Crans-Montana et sa région.

Les autres possibilités de réponses ne sont qu'anecdotiques et démontrent que les termes « *extrémistes* » employés ne convainquent personne.

4.2.4.2. Entre satisfaction, envies et étonnement

« Ces chiffres me prouvent que nous sommes dans la bonne politique de développement et que l'équilibre n'est pas si loin. Notre ligne est clairement définie et ces résultats nous inciteraient à continuer dans ce sens. »

François Parvex, chef de projets

« J'aurais aimé que les gens puissent s'exprimer d'avantage sur cette question pour que nous comprenions leurs avis car les interprétations de ces résultats sont multiples. »

Danielle Emery Mayor, responsable communication

« En règle général, les actions du PAES sont timides et légères. Ces résultats nous étonnent donc forcément. »

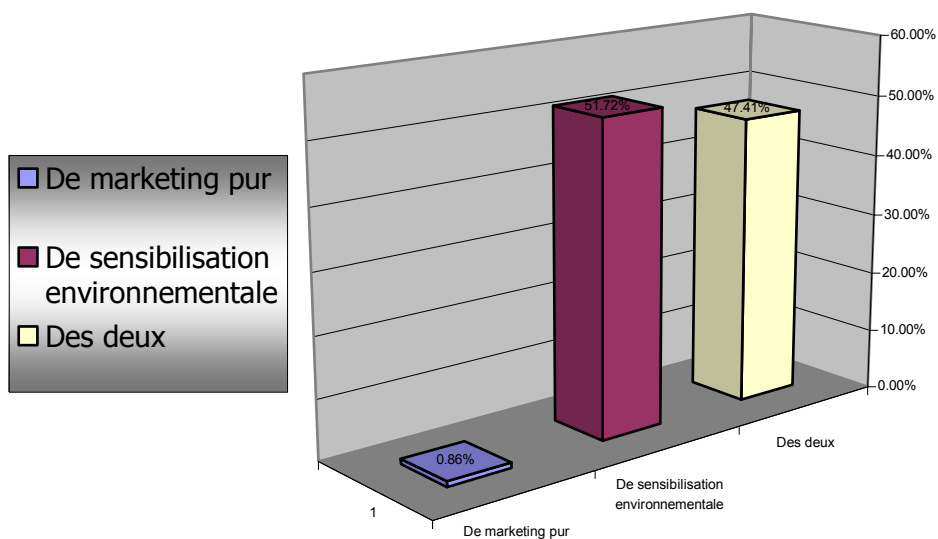
Dominique Mommer & Jean-Pierre Rouvinez, Droguerie Drogocrans

4.2.4.3. Des idées sensiblement partagées

Comme l'affirme Mme Emery Mayor, une question ouverte aurait sans doute été préférable à l'analyse de cette question no 3. Cependant, les résultats nous permettent malgré tout d'afficher certaines tendances actuelles émises par les Partenaires à l'encontre du PAES :

- L'envie de voir les actions se concrétiser ;
- L'enthousiasme d'une évolution possible ;
- L'émergence de nouveaux objectifs leaders d'opinion.
- Le défaitisme et le fatalisme ;
- Le désintérêt et les critiques fondées ;
- Le manque d'objectivité devant les besoins de la station.

4.2.5. Question No 5 : Si vous deviez définir le concept même du PAES, diriez-vous qu'il s'agit...



Graphique 5 – Résultats Question No 5

4.2.5.1. Un projet justifié

Ces résultats sont fort intéressants sur le jugement primaire que les Partenaires se font du PAES mais aussi sur leur jugement vis-à-vis des autorités politiques ou des organes touristiques qui soutiennent activement ce projet. Nous notons ici que plus de **51%** des gens le jugent

comme « *action de sensibilisation environnementale* » et ne considère donc pas qu'il y ait un quelconque esprit marketing dans ce projet. D'un autre côté, **47%** estiment que le PAES allie les deux aspects proposés. Ils sont donc conscients que ce projet peut revaloriser l'image de la station. (cf.4.2.1.3 Point D - Image)

Un seul Partenaire sur les 680 envois répond que ce projet n'est « *que* » du marketing pur pour la station. C'est une grande victoire pour les autorités qui peuvent, avec ces résultats, affirmer ouvertement que le projet est soutenu puisque jugé comme bien-fondé.

4.2.5.2. Du relativisme

« L'ensemble de la population a une bonne vision du projet. Cependant, je pense qu'il est clair que le PAES et son concept de bien-être est un argument de vente de plus pour Crans-Montana et qu'il implique donc le marketing. »

François Parvex, chef de projets

« Je trouve intéressant que les gens évoquent uniquement la sensibilisation environnementale en premier. Cependant, je déplore qu'il n'y ait pas de mise en rapport direct avec la santé dans les alternatives de réponses. »

Danielle Emery Mayor, responsable communication

4.2.5.3. Un outil marketing indiscutable

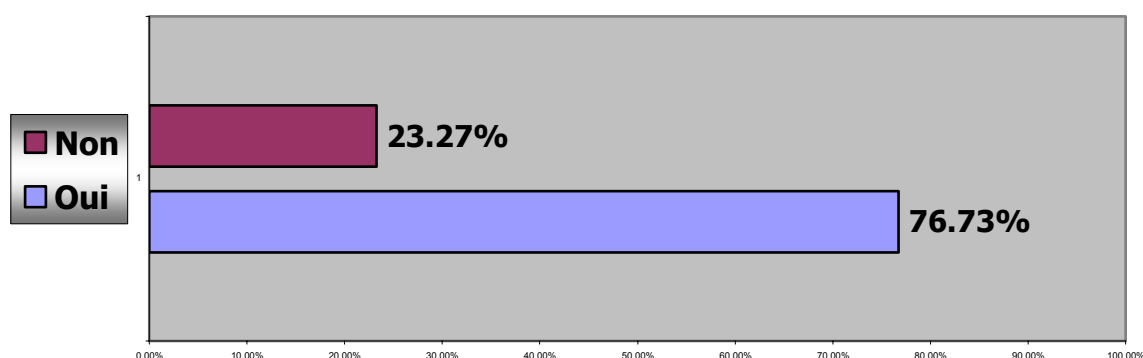
Crans-Montana connaît désormais ses propres limites de développement et ne permet pas la propagation d'une image touristique dynamique et sincère. Conscient de ce problème depuis de nombreuses années, Crans-Montana Tourisme, en collaboration avec ses Partenaires, se bat actuellement pour anéantir ces idées reçues.

Le PAES représente dans ce sens un réel outil marketing. Tous les prétextes et les a priori sont directement impliqués dans les résolutions admises. Les autorités touristiques ont donc tout avantage à faire évoluer le projet dans le bon sens car si les résolutions aboutissent, l'image de Crans-Montana s'en trouvera extrêmement améliorée et bonifiée. Elle sera considérée comme « *avant-gardiste* » dans le « *trend* » de l'environnement et pourra utiliser cet argument comme stratégie marketing. Sans en être encore réellement conscient, le département marketing de Crans-Montana Tourisme bénéficiera du PAES.

Sans considérer son offre touristique globale, Crans-Montana pourra se définir comme une région :

- **Consciente** de l'importance de son DD ;
- **Privilégiée** et appréciée pour sa douceur de vivre ;
- **Estimée** pour l'évolution de ses mentalités les plus ancrées.

4.2.6. Question No 6 : Selon vous, verra-t-on des améliorations notoires en station grâce au PAES ?



Graphique 6 – Résultats Question No 6

4.2.6.1. Une confirmation attendue

Cette question est en rapport direct avec la question No 3. Les résultats sont donc quasiment similaires. Nous ne nous attarderons pas sur l'analyse de ces résultats chiffrés mais nous apporterons la vue des Partenaires en citant leurs remarques.

4.2.6.2. L'envie de prouver ses compétences

« L'aspect concrétisation est directement impliqué dans ce résultat et les gens ont bien compris notre approche. Quelque part, le PAES comblera des lacunes. »

François Parvex, chef de projets

« Plus d'un quart des gens pensent que le PAES ne provoquera AUCUN changement ! Ca fait beaucoup ! De plus, en prenant en compte que ce questionnaire s'adressait aux Partenaires et que leurs avis sont essentiels, je m'interroge. »

Danielle Emery Mayor, responsable communication

« Ces remarques sont l'illustration parfaite de la réalité. Tout le monde peut s'investir, il suffit d'en avoir la volonté. Des améliorations certes, mais pas notoires ! Faire évoluer les mentalités serait déjà une réussite. »

Dominique Mommer & Jean-Pierre Rouvinez, Droguerie Drogocrans

4.2.6.3. Un positivisme ambiant

Dans leur système de pensée, plusieurs axes communs se dégagent et permettent une analyse ciblée. Les termes les plus souvent évoqués dans cette question ouverte sont donc les suivants :

Action, Qualité, Prise de conscience, Sensibilisation, Politique, Communes, Développement, Volonté.

Devant l'émergence de cet optimisme inespéré, l'analyse se retrouve devant un dilemme de taille : se concentrer uniquement sur les opinions des Partenaires ou extrapoler les craintes et le scepticisme omis dans ces remarques ? Nous laisserons soin au lecteur de découvrir notre choix.

Nous nous attendions à une foule de remarques... négatives ! Car de façon communément admise, quand les gens désirent faire passer un message dans une question dite « ouverte », ils se concentrent sur ce qui leur déplaît. Dans cet exemple, cela n'a pas été le cas. Nous intégrerons également à notre analyse certaines remarques qui illustreront au mieux leurs propos, celles-ci ne seront pas répertoriées car anonymes.

S'il est un aspect qui titille les esprits, c'est bel et bien la théorie. Nombre de rapports, d'études, ont la lourde réputation de rester improductifs, car purement théoriques ! Le PAES veut changer la donne. Les Partenaires exigent de l'**Action**. Ils souhaitent que les choses évoluent de façon censée. Pour ce faire, comme nous l'avons énoncé au point 2.3, le PAES a ciblé largement ses projets pour éviter toute critique sur ses propres bases. C'est le premier point fort du plan.

« Les projets posent les bonnes questions. »

Par ailleurs, en tant que projet pilote, l'aspect « *tentative* » permet une approche différente des actions. En effet, elles seront d'avantage considérées comme des pistes de travail car sensiblement non définitives. La population, et les Partenaires en particulier, n'ont certainement pas assimilé cet aspect et croient parfois que les actions du PAES seront irréversibles. Ce qui n'est indubitablement pas le cas. Ce procédé permet une amélioration progressive des idées et ne fera qu'augmenter la **Qualité** des projets en cours.

« En faisant concorder les divergences d'opinions. »

Dans ce sens, un cercle vicieux mais positif s'instaurerait. Car en permettant l'optimisation des mesures, une amélioration des conditions de vie en station semblerait logique.

Les profits sont donc multiples :

- Amélioration du sentiment de bien-être psychologique et physique, intimement liés. Autant pour les hôtes que pour la population indigène, le sentiment d'évoluer dans un environnement sain avec une mentalité respectueuse de son environnement ;
- Evolution largement positive de l'image de Crans-Montana, comme destination « *propre* » et « *consciencieuse* ».

Les étapes pour y parvenir restent nombreuses et un oxymore¹ typé illustre parfaitement les opinions des Partenaires qui en sont... « *inconsciemment conscients* ! » D'ailleurs, l'aspect « **Prise de conscience - Sensibilisation** » obtient un large écho dans leurs commentaires. Dans le sens où leur capital vital est leur environnement, ils ont tout avantage à se sentir concernés par l'évolution du projet.

¹ Figure de style de la langue française réunissant deux termes contraires

« Personne ne souhaite voir la station mourir. »

Ils n'hésitent pas à inciter les **Politiques** à en faire de même. La concertation intercommunale tant espérée tient une place particulière dans l'ensemble des remarques. L'évocation d'une fusion des **Communes** apparaît pour certains comme la condition « *sine qua non* » au **Développement** de la station. Nul doute que leur rôle au sein du pouvoir de décision est primordial mais dans le même temps

« Tout dépend de la Volonté de chacun » !

4.2.7. Question No7 : Si vous aviez des suggestions ou des remarques au sujet des projets du PAES, quelles seraient-elles ?

4.2.7.1. Une attente vaine

Les réactions négatives tant attendues dans ces questions ouvertes s'étalent timidement enfin. Elles restent malgré tout anecdotiques pour notre analyse. Dans le dépouillement de ces commentaires, plusieurs propositions ciblées ont été inscrites. Elles serviront aux autorités du PAES mais leur spécificité ne nous permet pas de les citer dans cette étude.

4.2.7.2. Une envie de communiquer

« La communication me semble essentielle et les gens insistent sur ce point. Pour revenir sur le problème de circulation, il me semble que les gens ne se rendent pas réellement compte de tout ce qu'il faut faire pour établir des zones à priorité piétonne en station. »

François Parvex, chef de projets

« Ces propositions, remarques et autres suggestions sont un tournant pour moi. Elles prouvent, et je n'en doutais pas, que les gens ont des idées ! Et qu'ils sont prêts à les communiquer ! Ce que nous attendons avec impatience ! Il y a une démarche et une envie de dialoguer. »

Danielle Emery Mayor, responsable communication

4.2.7.3. Une harmonie perfectible

Les réactions nous ont permis de synthétiser leurs termes sous plusieurs axes...

Communication, Information, Courage, Patience, Education.

L'effort consenti pour la communication n'est pas suffisamment conséquent car plusieurs Partenaires se plaignent d'un manque de **Communication** et d'**Information**. Ils se sentent parfois floués et tenus à l'écart des projets.

« Pour persuader, la communication doit se faire par ses habitants. »

Cet avis tend à confirmer l'importance du contact direct que nous exposons en point 4.2.1.3 sous le point D « *L'aspect humain* ».

Plusieurs messages d'encouragement enjolivent également ces réactions et insufflent aux responsables une énergie intarissable.

*« S'armer de **Courage** et de **Patience**. »*

Dans le sens contraire, les remarques désobligeantes voient également le jour... Nous vous proposons la plus virulente, à titre d'exemple, sans commentaire explicatif.

« Cesser de se masturber l'esprit à inventer des concepts irréalisables et économiquement non viables. »

Un autre point suscite bon nombre de réactions : l'**Education**. Dans une philosophie de vie de DD, la sensibilisation primaire commence évidemment par les plus jeunes. Véritable garant du futur d'une région, les adolescents n'ont pourtant pas la même systématique de pensée que les adultes.

Mais revenons aux sources de ce problème :

L'adolescence, cette période clé

Le monde rassurant de l'enfance entamé, les interrogations des « ados » se multiplient et c'est le plus souvent durant cette période que des conduites dites dangereuses apparaissent.

« L'adolescence a souvent été décrite comme une période tempétueuse, riche de transformations et de bouleversement de toute nature. »¹

Les professionnels de la prévention et de la promotion de la santé consacrent une majeure partie de leurs activités à l'élaboration de campagnes d'informations ou d'éducation. Le PAES s'intéresse activement à cette tranche d'âge et dans ce sens, collabore avec le Centre Scolaire Régional de Crans-Montana. Chaque projet, dans la mesure où le sujet est en rapport direct avec les enfants², est proposé au programme. Parmi ceux-là, nous pouvons citer : « *Itinéraire du DD* » qui a impliqué l'ensemble du Centre Scolaire Régional durant plus de 2 ans et qui va aboutir sur l'inauguration d'un sentier durant l'été 2003, « *Faite-vous plaisir... n'en...fumez plus* » où les enfants ont distribué dans les établissements publics des présentoirs pour des zones non-fumeurs et qui participent à l'élaboration d'ateliers et d'expositions contre le tabagisme avec en point d'orgue la journée mondiale contre le tabac du 31 mai 2003, « *Achetez mieux en roulant moins* » où les enfants ont pu déguster des produits locaux au sein même de leur établissement, mais aussi « *Patrimoine bâti d'aujourd'hui* » pour lequel les élèves de 4^{ème} année ont élaboré une étude et lanceront des propositions aux autorités du PAES.

En poursuivant le concept :

« Si on veut appliquer des choses, il faut passer par les enfants. »

le PAES s'attache à un public avide de découvertes et désire les sensibiliser à l'importance de la santé pour leur bien-être actuel et futur. Cependant, la communication et la sensibilisation de cette tranche d'âge demande une approche différente car leur perception du bien-être n'est pas celle des adultes.

¹ « *La prévention événementielle - Comment parler de santé aux adolescents* » - P.1

² V. Annexe 4

« Pour les « ados », la décision d'adopter telle ou telle résolution est prise pour des raisons qui n'ont rien à voir avec la santé. »¹

Une étude menée par la Ligue Valaisanne contre les Toxicomanies, dans le but de mieux cerner cette perception, présente des résultats éloquentes. L'analyse montre une différence notable entre les événements liés aux problèmes physiques, négligeables, et ceux qui concernent l'aspect psychosocial du bien-être, essentiels. La stratégie de communication se trouve ainsi largement modifiée. Pour les sensibiliser, il ne faut pas aborder les répercussions sur leur santé mais bien sur les effets portés à leur vie quotidienne. La vision du Centre Scolaire Régional de Crans-Montana s'applique donc parfaitement et s'inscrit dans cette philosophie. Dans les approches classiques, la prolifération de menaces et l'évocation incessante de risques de maladie semble logique. La stratégie « *événementielle* » propose une autre optique en provoquant une réflexion sur la position sociale de l'enfant et lui permet d'imposer sa différence. Cette même différence que tout adolescent recherche.

¹ « *La prévention événementielle - Comment parler de santé aux adolescents* » - P.15

Conclusion

5. Le PAES, un projet mobilisateur stratégique

Le mérite principal du PAES, et ce même si les projets ne devaient pas aboutir à des résultats concrets, est que les gens en parlent et communiquent ! Ils commencent à réaliser l'importance de leur environnement pour leur bien-être mais aussi pour celui des générations à venir. Dans les conditions actuelles, il fallait réagir et le PAES les sensibilise et les prépare à ces changements progressifs.

« Les effets d'une campagne s'inscrivent dans le long terme, les mentalités, les opinions ont besoin de temps pour évoluer : c'est là encore une spécificité de la communication touristique. »¹

Ce travail collectif d'identification, de mobilisation et de valorisation de toute une région nécessitera de nombreux efforts d'adaptation. Il nous paraît dès lors évident qu'un délai de cinq ans ne soit pas jugé suffisant. Les autorités du PAES en sont d'ailleurs largement conscientes. Le PAES appartient au temps et s'ancrera dans la mémoire collective des hommes. Son but avoué est de permettre à la population une réflexion sur son avenir et sur son évolution à long terme. L'intégration des mesures se fera pas-à-pas, jusqu'en 2006 pour le projet, afin que, peu à peu, les gens se l'approprient et l'oublient, au profit d'une systématique de pensée, axée sur un développement durable sensiblement bénéfique et heureusement rentable.

Le PAES, un outil de travail et de réflexion

En rendant ses projets crédibles et en trouvant les quelques failles de communication sur le Haut-Plateau, le PAES s'en donne les moyens. Les cartes sont ensuite dans les mains de chaque participant à la vie quotidienne de Crans-Montana. A eux d'en faire ce qu'ils en veulent : le détruire lâchement ou l'embellir gracieusement ! L'intérêt croissant pour ce projet, allant jusqu'au-delà de nos frontières², le soutien de la Confédération et les envies des Partenaires locaux nous poussent à affirmer que la réussite du projet est imminente.

¹ « La Communication Touristique » - P.91 s.

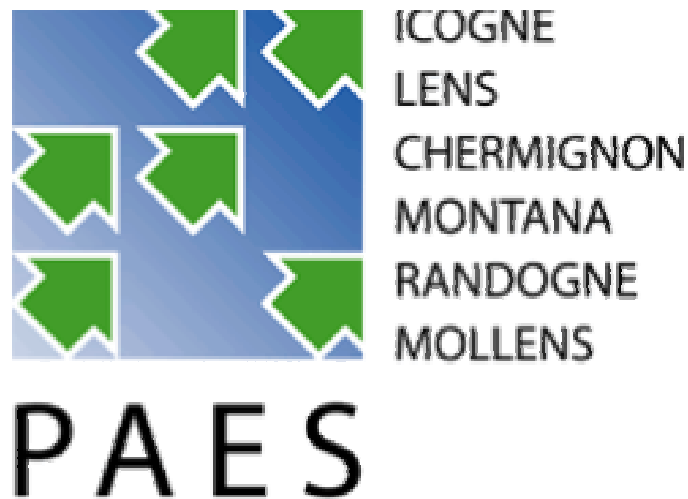
² V. Annexe 5

Un nouveau monde

Imaginons une région, en symbiose complète avec son environnement, où chacun serait conscient de son importance, où le touriste se sentirait choyé et à l'aise, où les gens seraient attachants et ouverts. Le rêve est permis.

En créant cette cohésion interne, le PAES deviendra un patrimoine commun pour le tourisme et son environnement ! Une stratégie de développement basée sur les atouts de la région, son identité restituée, et sur sa capacité à évoluer.

Les flèches sont tirées...



Pour atteindre une cible commune :

Notre bien-être !

Dans une société faite de conservatisme et de statisme, où les comportements sont plus émotionnels que rationnels, facilement grégaires et défensifs, des projets comme celui-ci auront naturellement toujours des détracteurs. Mais en rassemblant forces et idées pour un développement commun, en recherchant ensemble les solutions nouvelles, leur bien-fondé triomphera du scepticisme généralisé. Véritable fléau pour une population en mal de vivre, en mal de « *tourisme* » comme celle de Crans-Montana.

Mes remerciements

Avant tous remerciements, je tiens à souligner que ce travail n'aurait pas été possible sans l'actif soutien dont j'ai bénéficié. Les différents entretiens accordés m'ont permis de rassembler une foule d'informations utiles et indispensables à la réalisation de ce travail de diplôme.

Au sein des autorités du PAES, je tiens tout particulièrement à citer :

M. François Parvex, Chef de projets ; Mme Danielle Emery Mayor, Responsable communication ; M. Stéphane Pont, Président de la Commune de Mollens et Représentant des Communes pour le PAES ; tous les Partenaires du projet qui m'ont permis, au travers des différentes séances, de me familiariser avec le sujet.

Au sein des Partenaires locaux de Crans-Montana Tourisme :

M. Dominique Mommer, Vice-président de la Commission des Membres/Commission Communication-Partenaires et Gérant de la droguerie de la Résidence ; M. Jean-Pierre Rouvinez, Droguerie de la Résidence ; M. Hubert Bonvin, Directeur du Centre Scolaire Régional de Crans-Montana ; tous les Partenaires de la station ayant répondu au questionnaire le plus promptement possible. C'est grâce à eux que j'ai pu effectuer mon enquête.

Au sein des autorités touristiques et politiques du Haut-Plateau :

M. Fernand Nanchen, Président de la Commune de Lens ; M. Paul-Albert Clivaz, Président de la Commune de Randogne ; M. Walter Loser, Directeur de Crans-Montana Tourisme (CMT) ; M. Jörg Romang, Responsable Communication-Partenaires de CMT et deuxième lecteur de cette étude ; Mme Marina Mounir, Product Manager au sein de CMT ; Mme Patrizia Mendicino, Responsable E-marketing de CMT ; Mme Sylviane Barras, Réservation directe de CMT ; ainsi que tous mes anciens collègues de CMT.

Je remercie aussi cordialement mon maître de mémoire, M. Christophe Clivaz, chef de projet Groupe de Compétences économie et tourisme de l'HEVs, pour son aide dans l'accomplissement de cette étude.

Pour finir, je voudrais également adresser un immense **Merci** à toutes les personnes de mon entourage qui m'ont soutenu lors de la réalisation de ce travail.

Répertoire des Annexes

- Annexe 1** Cd-Rom Interactif PAES
- Annexe 2** Répartition des frais pour 2000/2001
- Annexe 3** Questionnaire PAES envoyé aux Partenaires de Crans-Montana Tourisme
- Annexe 4** Coupure de presse « Le Nouvelliste » - 17 octobre 2001 – Maurice Gessler
- Annexe 5** Coupure de presse « JDS » - 17 octobre 2002 – Danielle Emery Mayor

Répertoire des Contacts

Rencontres personnelles

- M. François Parvex**, Chef de projets PAES
- Mme Danielle Emery Mayor**, Responsable communication PAES
- M. Dominique Mommer**, Vice-président de la Commission des Membres/Communication-Partenaires et associé de la droguerie Drogocrans de Crans
- M. Jean-Pierre Rouvinez**, Député
- M. Hubert Bonvin**, Directeur du Centre Scolaire Régional de Crans-Montana
- M. Walter Loser**, Directeur de Crans-Montana Tourisme (CMT)
- M. Jörg Romang**, Responsable Communication-Partenaires de CMT
- Mme Marina Mounir**, Product Manager au sein de CMT
- Mme Patrizia Mendicino**, Responsable E-marketing de CMT
- Mme Sylviane Barras**, Réservation directe de CMT

Par mail uniquement

- M. Stéphane Pont**, Président de la commune de Mollens et représentant du PAES
- M. Fernand Nanchen**, Président de la Commune de Lens
- M. Paul-Albert Clivaz**, Président de la Commune de Randogne

Bibliographie

Etudes

« *Crans-Montana, Etude Visions et Stratégies 2000* » Etude réalisée par la Fédération Suisse du Tourisme, l'Ecole Suisse de Tourisme de Sierre et F+W Communication SA – Février 2000 – 52 pages

« *Le tourisme en Valais. Etude sur la Valeur ajoutée* » Etude réalisée sur mandat du Canton du Valais - Département de l'économie, des institutions et de la sécurité – Service de la promotion touristique et économique, par rütter + partner concertresearch et l'Ecole Suisse de Tourisme de Sierre – Juin 2001 – 145 pages

« *Montana-Crans, Station aux prises avec le morcellement communal* » Etude de géographie humaine – Mme Pierrette Jeanneret – Décembre 1969 – 69 pages

« *Tourisme et Environnement dans l'espace alpin à l'exemple de la station de Crans-Montana Aminona* » Etude pour l'obtention du diplôme d'Etudes Supérieures en Management et Analyse des Politiques publiques – M.Christophe Clivaz – Janvier 1995 – 230 pages

Ouvrages

« *Agenda 21 local – Pour un développement durable de la Suisse* » Stefan Frey – Septembre 1999 – 59 pages

« *Géographie du développement durable* » Plaidoyer, Esoh Elamé – Octobre 2002 – 135 pages

« *La communication touristique* » Collection « *Que sais-je ?* » - Marc Boyer et Philippe Viallon – Août 1994 – 128 pages

« *La prévention événementielle : Comment parler de santé aux adolescents ?* » Dr. Daniel Cordonier – Août 1994 – 17 pages

« *Sommet de la Terre 1992 – Un programme d'action* » Michael Keating – Avril 1993 – 70 pages

Brochures

« *La Vie à Crans-Montana* » - Edition Hiver 2002/2003 – 136 pages

Coupures de presse

Hotel + Tourismus Revue

30 août 2001

« *Crans-Montana n'a pas soif, mais...* »

13 juin 2002

« *Nouvelle approche de la mobilité* »

Le Nouvelliste

16 novembre 2001

« *Etre piéton à Crans-Montana* »

23 avril 2002

« *Montana en ébullition* »

JDS

26 mars 2002

« *Mobilité et Bien-être* »

13 juin 2002

« *Mobile et à pied* »

Sites internet

www.paes.ch

www.sierre-region.ch/agenda21

www.crans-montana.net

www.agenda21local.ch

www.energicite.ch

www.hevs.ch

www.apug.ch

www.crans-montana.ch

www.europemtnforum.org

Déclaration de l'auteur

Nom : Courtine

Prénom : Vincent

Adresse : Rue du Bourg 2
3960 Sierre

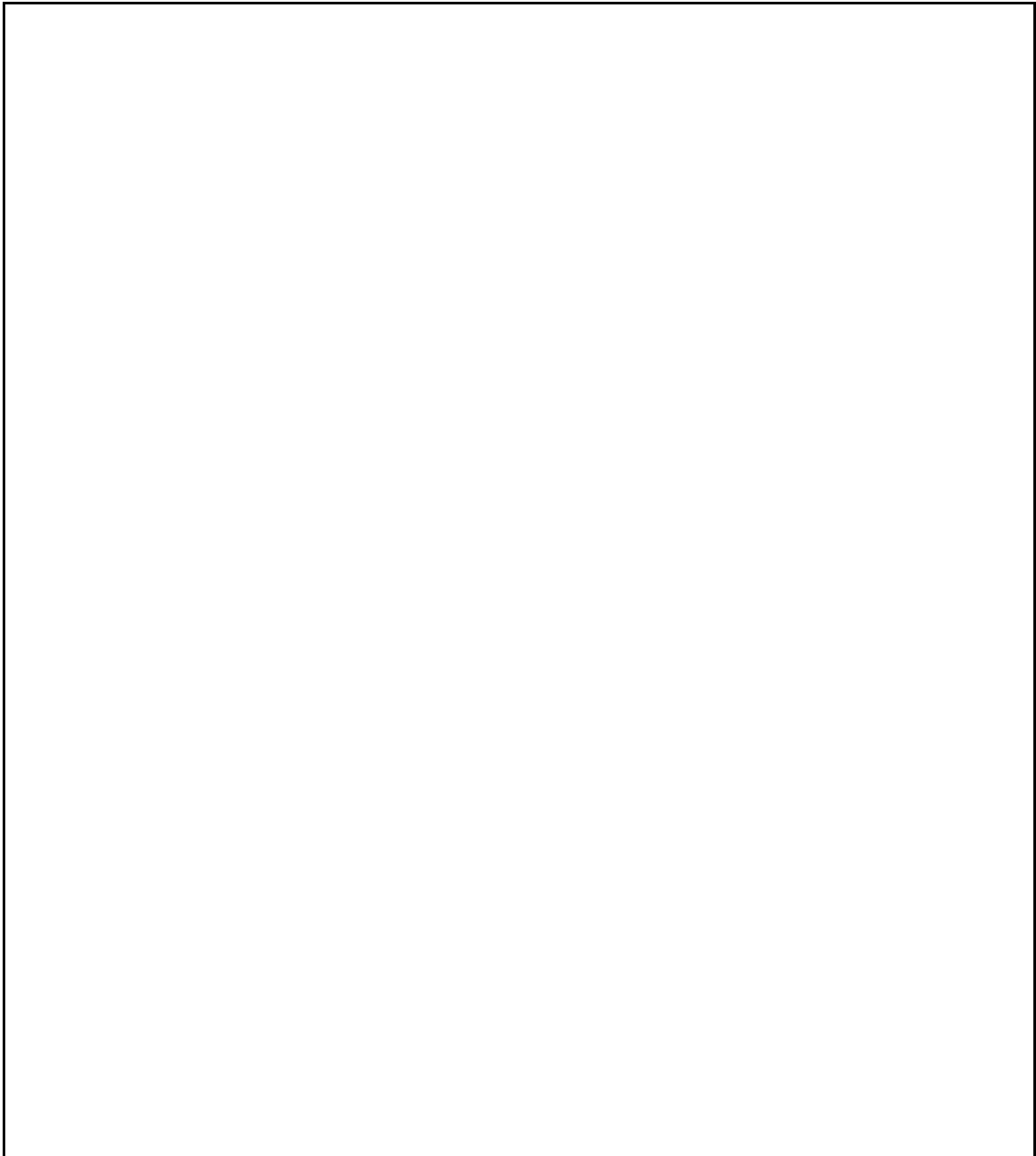
Date et lieu de naissance : le 30 avril 1980, à Sion

« Je certifie que ce travail résulte de recherches et d'une rédaction personnelle, à partir des sources mentionnées »

Sierre, le 30 janvier 2003

Annexe 1

CD-Rom Interactif -



Annexe 2

La participation financière des Communes se montera à CHF **150'000.-** pour cette période.

La participation financière d'autres Partenaires se montera au total à plus de CHF **77'000.-** pour cette même période.

Le budget total a été évalué à CHF **728'000.-**

Le budget de la période de juillet 2001 à la fin 2002 se présente comme suit :

No.	Titre du projet	Responsable de l'exécution	Coût 2001-2	Financement 2001-2																										
				Prestations monétaires	Prestations en nature	PAES OFSP																								
1.1	Réorganisons la mobilité	Hildebert Heinzmann	125'000	10'000	80'000	35'000																								
2.1	Itinéraire du Développement durable	Ghislaine Crouzy	80'000	43'000	22'000	15'000																								
2.1																														
2.2	Mangez mieux et bougez plus	Dr. Jean-Georges Frey	90'000	25'000	25'000	40'000																								
2.3	Autour de Crans-Montana	Stéphane Pont, président Mollens	60'000	24'000	6'000	30'000																								
2.4	A la rencontre des produits locaux et de leurs producteurs	Dr. Katleen Frey	94'000	45'000	29'000	20'000																								
2.4																														
2.5	Crans-Montana au fil de l'eau	M.-P. Tschopp	34'000	22'000	4'000	8'000																								
2.5																														
2.6	Patrimoine bâti d'hier pas à pas	Gilbert Strobino																												
2.7	Bien chez vous à Crans-Montana	Isabelle Pralong Voide																												
3.1	Bien-Dire le Bien-Etre	Georges Pont																												
3.2	Communication	Danielle Emery-Mayor	20'000			20'000																								
3.3	La Fourchette verte	?																												
4.1	Patrimoine bâti d'aujourd'hui	Gilbert Strobino	43'000	23'000	5'000	15'000																								
4.2	N'en...fumez plus	Dr. Jean-Marie Tschopp	71'000	25'000	25'000	21'000																								
5.1	Plan directeur intercommunal	Stéphane Pont	15'000	10'000	5'000																									
5.2	Encadrement du projet	François Parvex	60'000			60'000																								
5.3	Gestion et administration	Commission de coordination des communes	36'000			36'000																								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>Coût 2001-2</th> <th colspan="3">Financement 2001-2</th> </tr> <tr> <th colspan="2"></th> <th></th> <th>Prestations monétaires</th> <th>Prestations en nature</th> <th>PAES OFSP</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">TOTAUX 2001-2002 (18 mois)</td> <td>728'000</td> <td>227'000</td> <td>201'000</td> <td>300'000</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">%</td> <td>100%</td> <td>31</td> <td>28</td> <td>41</td> </tr> </tbody> </table>									Coût 2001-2	Financement 2001-2						Prestations monétaires	Prestations en nature	PAES OFSP	TOTAUX 2001-2002 (18 mois)		728'000	227'000	201'000	300'000	%		100%	31	28	41
		Coût 2001-2	Financement 2001-2																											
			Prestations monétaires	Prestations en nature	PAES OFSP																									
TOTAUX 2001-2002 (18 mois)		728'000	227'000	201'000	300'000																									
%		100%	31	28	41																									

Annexe 3

Questionnaire envoyé aux Partenaires de la station de Crans-Montana

Le Plan d'Action Environnement et Santé (PAES), qu'en pensez-vous ?

Connaissez-vous le Plan d'Action Environnement et Santé/PAES?

- oui
- non

(si vous répondez non, le questionnaire s'arrête là)

Parmi ces projets, cochez-en 3 qui vous paraissent les plus importants ?

- Mobilité pour Tous** : trouver des solutions aux problèmes de mobilité en station, spécialement en période d'affluence ; inverser la priorité entre automobiles et piétons
- Itinéraire du développement durable** : créer un sentier piétonnier interactif en station avec les élèves du Centre Scolaire régional de Crans-Montana
- Mangez mieux et bougez plus** : augmenter l'activité physique et modifier les habitudes alimentaires
- Autour de Crans-Montana. Développement durable de l'espace rural** : développer une synergie entre tourisme et agriculture dans la région de l'Aprily et de la Moubra
- Achetez mieux en roulant moins** : diminuer le trafic lié à l'approvisionnement et améliorer la connaissance des produits locaux
- Au fil de l'eau** : sensibiliser la population à la problématique de l'eau et participer à l'élaboration d'un plan directeur intercommunal pour la gestion de l'eau
- Le patrimoine bâti d'hier pas à pas** : inciter la population aux randonnées « découvertes » et conserver les ouvrages de qualité
- Bien chez vous à Crans-Montana** : faire connaître les services d'aide et de soins à domicile du Centre médico-social régional et les rendre accessibles aux touristes aussi
- Bien dire le bien-être** : concevoir et tester comment induire des changements de comportements chez les résidents et les hôtes de Crans-Montana en matière de mobilité et de bien-être
- Communication** : favoriser les échanges entre les différents projets et faire connaître le PAES au public
- Alimentation saine dans la restauration publique. Label Fourchette Verte.**
- Patrimoine bâti d'aujourd'hui** : réaliser un historique de l'évolution de l'urbanisme et contribuer à donner à la station une identité architecturale ; amener les maîtres d'œuvres à construire « écologiques ».
- Faites-vous plaisir, n'en...fumez plus!** : informer et sensibiliser habitants et touristes sur les effets négatifs du tabagisme
- Plan directeur intercommunal** : concertation de projet entre les six Communes afin d'éviter l'éparpillement des moyens financiers, coordonner les différents axes du PAES, coordonner l'offre en transports publics et le concept de stationnement

Selon vous, les répercussions du PAES seront...

- essentielles au développement de la station
- insuffisantes par rapport aux besoins réels de la station
- contraignantes pour le développement des Partenaires
- catastrophiques pour le développement de la station

Comment caractériseriez-vous les actions du PAES en terme de quantité ?

- omniprésentes
- suffisantes
- insuffisantes
- inexistantes

Si vous deviez définir le concept même du PAES, diriez-vous qu'il s'agit...

- de marketing pur
- de sensibilisation environnementale
- des deux

Selon vous, dans 10 ans, verra-t-on des améliorations notables dans la station de Crans-Montana grâce au PAES ?

- oui
- non

Si oui, pourquoi ?

Si vous aviez des suggestions ou des remarques au sujet des projets du PAES, quels seraient-ils ?

Annexe 4

Coupage de presse « *Le Nouvelliste* » - 17 octobre 2001 – Maurice Gessler

Regard sans concession

Concours photo des élèves de **Crans**. Regard posé sur une région.



Les gagnants du concours.

Plus de 220 élèves du centre scolaire de Crans-Montana ont participé à un concours de photo sous l'égide d'Agenda 21, ce projet concernant le développement durable de la station de Crans-Montana. Chaque classe a choisi d'illustrer un thème, allant de l'architecture aux mayens, anciens et modernes, en passant par les détri-

tus, l'eau ou encore les bois.

Une cinquantaine d'œuvres ont été accrochées dans le hall du centre scolaire et font découvrir des talents incontestables. Ces jeunes jettent au travers de leur objectif un regard acéré sur notre société, dans le cadre parfois difficile du Haut-Plateau. Et ils ont réussi. Cette exposition met en exergue ce qu'on ne voit plus, ou qu'on oublie de regar-

der. Ces détritits incongrus, ce lac mal léché, cette construction presque injurieuse ont été la proie du regard sans merci de

ces jeunes en quête de (plus) beau. Mais l'on découvre aussi au coin de la cimaise quelques magnifiques œuvres de poésie incontestable; sans oublier l'in-

contournable tour de Super Crans, photo magnifique et justement primée.

A l'heure des résultats, Maria-Pia Tschopp a su trouver les

mots pour féliciter ces talents en devenir, les encourageant à persévérer. Preuve en sont les prix, consistant en des bons pour du matériel photo. Un petit bémol quand même: où est passé le bon noir-blanc de notre jeunesse? Il serait intéressant de voir le Haut-Plateau de l'ère 3000 sous l'angle monochrome.

Maurice Gessler

Annexe 5

Coupage de presse « JDS » - 17 octobre 2002 – Danielle Emery Mayor

Le PAES intéresse l'étranger

CRANS-MONTANA

Un réseau de partage des expériences est en train de se créer autour du Plan d'action environnement et santé (PAES). Des échanges ont lieu avec la France, l'Italie et l'Allemagne.

• **Danielle Emery Mayor**

«Nous avons été contactés par divers organismes français et italiens qui sont très intéressés par notre démarche qu'ils caractérisent souvent de "méthode suisse"», indique François Parvex, chef du projet PAES.

Une quarantaine de personnes – élus et techniciens du Conseil général de Haute-Savoie, de Morzine-Avoriaz et Les Gets – se sont rendues d'abord en Allemagne, puis à Crans-Montana. Leur but: s'informer et s'inspirer des expériences vécues chez leurs voisins en matière de gestion de la mobilité dans les stations touristiques. Les contacts ont été fructueux, aux dires des deux parties, et de nouveaux échanges sont d'ores et déjà prévus. Hildebert Heinzmann, membre du PAES Crans-Montana, a visité avec eux la station d'Obersdorf. De retour, il rapporte que «la mise en place d'un système étendu de zones à priorité piétonne et les restrictions de circulation dans les vallées latérales semblent recueillir une large approbation et profiter à tous les acteurs.» Une expérience in-

teréssante pour Crans-Montana qui veut développer ses zones piétonnes.

Un musée pour aller à la rencontre de la région

Peu de temps après, c'est en Italie, à Isco, que François Parvex est allé présenter les expériences menées à Crans-Montana. Il a donné une conférence sur la valorisation touristique d'un territoire de montagne. «L'exemple du Musée d'alpage de Colombire m'a permis d'illustrer comment on peut générer des revenus en offrant aux ha-

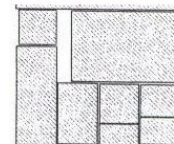
bitants et touristes une possibilité attractive et authentique d'aller à la rencontre de la région, de ses agriculteurs et de leurs produits.» En présentant le PAES, il a rappelé combien «il est impératif de permettre à tous les milieux de s'exprimer, que ce soit pour critiquer ou, mieux, pour proposer des solutions, dans un esprit de complète transparence.» Quelques participants, dont les responsables de la commu-

nauté de montagne du Sebino Bresciano, ont déjà annoncé qu'ils viendraient à Crans-Montana pour mieux connaître le projet pilote.

D'ici là, ce sera Maria-Pia Tschopp, préfète du district de Sierre et prési-

dente du PAES qui se rendra à Angers pour présenter la démarche de Crans-Montana, à l'invitation de l'Agence française de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie qui organise un séminaire sur les méthodes et outils pour les Agendas 21 locaux.

Finalement, le PAES va organiser pour l'Agence française pour l'Ingénierie touristique une visite de trois jours sur le thème: «À la rencontre du projet de développement durable de Crans-Montana». Ce rendez-vous devrait avoir lieu en décembre prochain.



La généraliste d'une famille tessinoise