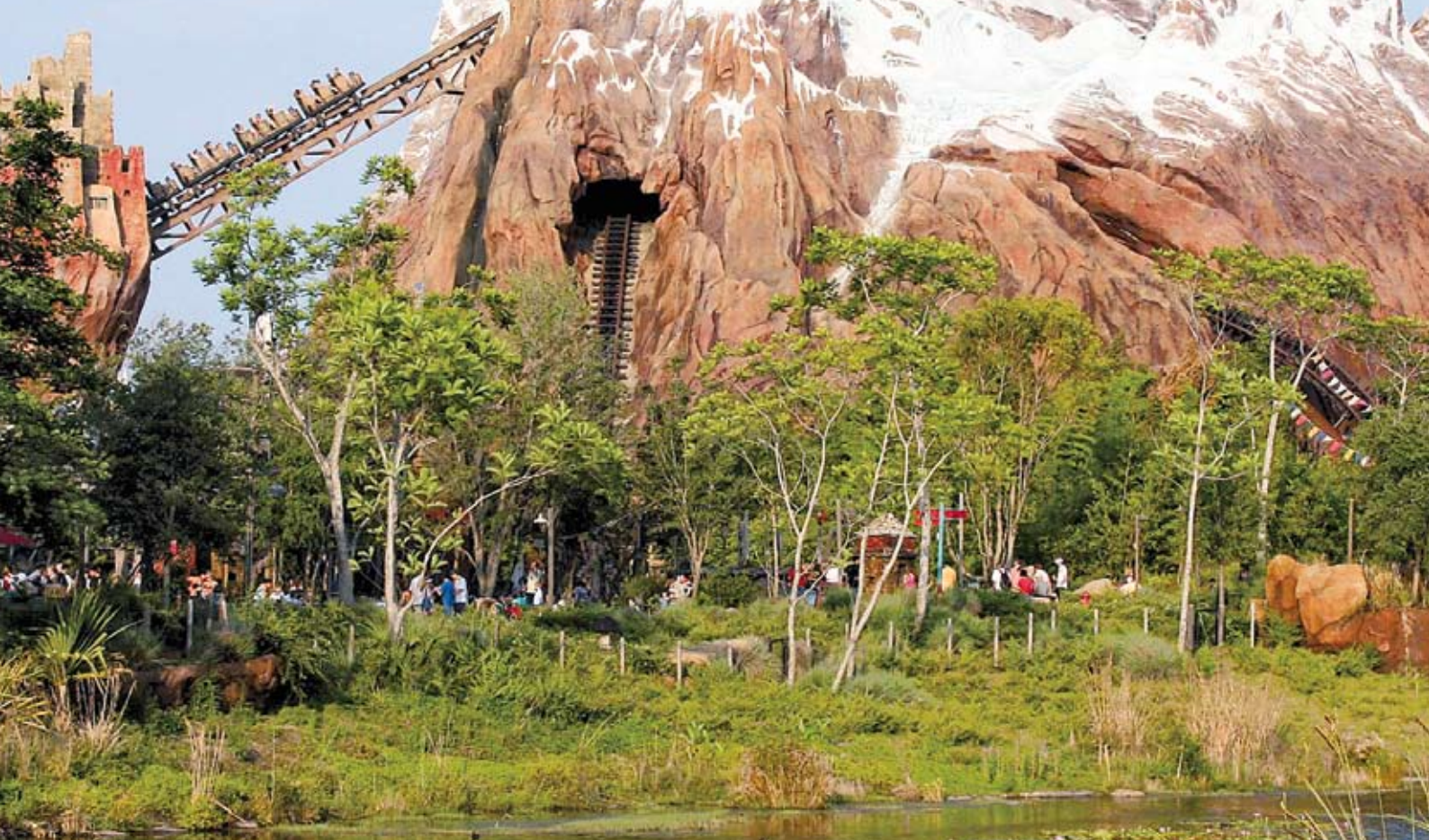


Alpenscène

La revue de la CIPRA



Mount Disney

Comment l'humanité se met en scène sur fond de montagne

Sommaire

Editorial page 3

Fenêtre sur le passé

Il y a 25 ans page 4

La nature et les paysages ne suffisent plus !?

Pourquoi les Alpes doivent-elles constamment être mises en scène ? – Écrit par Werner Bätzing page 5

...et derrière les fenêtres, le grand spectacle de la nature

L'appropriation et l'aménagement des Alpes par ses habitants et ses admirateurs – Écrit par Bernard Debarbieux page 8

L'invention du paradis

Regard oblique – Écrit par Köbi Gantenbein page 11

Panorama

Les Alpes mises en scène – Écrit par Regina Preissler page 12

Les nouveaux mégaprojets touristiques vont-ils sauver les Alpes ?

Regard oblique – Écrit par Mario F. Broggi page 14

Polarisation sur un télescope

Débat contradictoire entre Kai Elmauer et Rudi Erlacher – Écrit par Elisabeth Schmidt-Landenberger page 15

La mégalomanie, nouveau mal des montagnes

La Marmolada se construit de plus en plus – Écrit par Luigi Casanova page 19

La croissance à tout prix ?

Conférence annuelle de la CIPRA – Écrit par Moritz Rheinberger page 21

Par monts et par vaux page 22

Du pire au rire

Comment concilier mise en scène personnelle et justice sociale? – Écrit par Andreas Götz page 23

Bande-annonce page 24



© Nationalpark Gesäuse / Kerschbaumer

La nature et les paysages ne suffisent plus !?

Quels sont les mécanismes qui engendrent la mise en scène croissante des Alpes ? Quels en sont les effets sur notre vécu personnel ? Werner Bätzing tente une réponse en page 5



© Dr. Klaus Lintzmeyer

Polarisation sur un télescope

Le centre d'interprétation de la nature du Karwendel en Bavière/D, en forme de télescope, divise les esprits. Débat contradictoire entre un partisan et un détracteur en page 15



© CIPRA International

Un programme copieux

Cette année, le thème de la conférence annuelle de la CIPRA sera « La croissance à tout prix ». Plus amples renseignements en page 21

Conférence annuelle 2009 de la CIPRA sur le thème de: « La croissance à tout prix »

Lieu : Gamprin, Principauté du Liechtenstein

Date : 17 au 19 septembre 2009

Information et inscription : voir le prospectus au milieu de la revue ou sur www.cipra.org.

CIPRA, UNE ORGANISATION AUX ACTIVITÉS ET AUX VISAGES MULTIPLES

La Commission Internationale pour la Protection des Alpes, la CIPRA, est une organisation faîtière non gouvernementale avec des représentations nationales dans sept pays alpins ; elle regroupe plus de cent associations et organisations. Elle œuvre pour un développement durable dans les Alpes, comprenant la préservation du patrimoine culturel et naturel, de la diversité régionale, ainsi que la proposition de solutions transnationales répondant aux problèmes rencontrés dans l'espace alpin.

MENTIONS LÉGALES

Bulletin d'information trimestriel de la CIPRA
Versions française, italienne, allemande et slovène

Rédaction : Barbara Wülser (rédactrice en chef),
Andreas Götz / Autres auteurs : Barbara Wülser,
Elisabeth Schmidt-Landenberg, Regina Preissler,
Andreas Götz, Bernard Debarbieux, Köbi Gantenbein,
Luigi Casanova, Mario F. Broggi, Werner Bätzing.
Traductions : Denise Setton, Franca Elegante, Nataša
Leskovic-Uršič, Violaine Simon / Relecture : Barbara
Wülser (d), Claire Simon (f), Mateja Pirc (sl), Serena
Rauzi (it).
Concept graphique : Atelier Silvia Ruppen, Vaduz
Mise en page : Regina Preissler, Fabian Lippuner
Impression : Gutenberg AG, Schaan/FL

Reproduction avec mention de la source

Tirage : 14 250 tirages

Abonnements : Alpenschène peut vous être envoyé gratuitement par CIPRA International

Im Bretscha 22, FL-9494 Schaan

Tel. 00423 237 53 53 Fax 00423 237 53 54 cipra.org,
www.cipra.org

COMITÉS NATIONAUX

CIPRA Österreich c/o Umweltverband Alser
Strasse 21/5, A-1080 Wien

Tel. 0043 1 401 13 36, Fax 0043 1 401 13 50
oesterreich@cipra.org, www.cipra.org/at

CIPRA Schweiz Postfach 22, CH-3800 Interlaken,
Tel. 0041 33 822 55 82, Fax 0041 33 822 55 89
schweiz@cipra.org, www.cipra.org/ch

CIPRA Deutschland Heinrichgasse 8
D-87435 Kempten / Allgäu
Tel. 0049 831 52 09 501, Fax: 0049 831 18 024
info@cipra.de, www.cipra.de

CIPRA France 5, Place Bir Hakeim, F-38000 Grenoble
Tel. 0033 476 48 17 46, Fax 0033 476 48 17 46
france@cipra.org, www.cipra.org/fr

CIPRA Liechtenstein c/o LGU
Im Bretscha 22, FL-9494 Schaan
Tel. 00423 232 52 62, Fax 00423 237 40 31
liechtenstein@cipra.org, www.cipra.org/li

CIPRA Italia c/o Pro Natura
Via Pastrengo 13, I-10128 Torino
Tel. 0039 011 54 86 26, Fax 0039 011 503 155
italia@cipra.org, www.cipra.org/it

CIPRA Slovenija Trubarjeva 50, SI-1000 Ljubljana
Tel. 386 (0) 59 071 322
slovenija@cipra.org, www.cipra.org/sl

REPRÉSENTATION RÉGIONALE

CIPRA Südtirol c/o Dachv. für Natur- und Umweltschutz
Komplatz 10, I-39100 Bozen
Tel. 0039 0471 97 37 00, Fax 0039 0471 97 67 55
info@umwelt.bz.it, www.umwelt.bz.it

MEMBRE ASSOCIÉ

Nederlandse Milieu Groep Alpen (NMGA)
Keucheniusshof 15, 5631 NG Eindhoven
Tel. 0031 40 281 47 84
nmga@bergsport.com, www.nmga.bergsport.com

© CIPRA International



Chère lectrice, cher lecteur,

Le soleil couchant baigne les sommets des montagnes enneigées dans sa douce lumière rose. Leurs pointes découpées s'éteignent une à une avant de sombrer définitivement dans le crépuscule. Sur la terrasse panoramique, les touristes relèvent leurs lunettes de soleil et se retournent en cherchant du regard la caissière. Soudain jaillit un éclair, et les sommets resplendent à nouveau dans une lumière jaune-rouge clair éblouissante. Ils lèvent tous les yeux, fascinés. Quelque part du fond de la vallée s'élève le son doux des violons qui s'amplifie pour entamer la Neuvième de Beethoven. Au moment même où les vents font leur entrée, une pluie d'étincelles vaporise la tête des hôtes de la terrasse. Les spectateurs applaudissent et commandent le dessert.

Vous n'en revenez pas ? Ce scénario n'est pourtant pas totalement invraisemblable. La mise en scène des Alpes est un fait. La montagne attire les êtres humains avec des moyens de transport spectaculaires, des événements de masse ou des œuvres d'architecture et d'ingénierie mirobolantes. Les touristes viennent avec leur escarcelle, trop contents de l'ouvrir pour s'offrir ceci ou cela. On est tout de même en vacances pour se distraire, n'est-ce pas ? C'est ainsi que les mises en scène aident à préserver des emplois dans les régions marginales. Et peut-être, peut-être les visiteurs découvriront-ils, derrière la mise en scène, les beautés de la montagne. On peut l'espérer.

Mais on pourrait aussi dire : ces mises en scène détournent des vraies valeurs. Elles déprécient l'espace alpin. Elles détruisent les paysages et en même temps une part de qualité de vie. Les gens qui sont sensibles à ce genre de spectacle vont aller demain aux Caraïbes et seront après-demain au pôle Nord. Et nous nous retrouverons seuls, dans notre montagne esquinée.

Que ce soit bon ou mauvais, durable ou nécessaire – les acteurs dans les Alpes ne pourront pas éviter la culture événementielle croissante. D'où vient ce besoin de mise en scène ? Est-il satisfait ? Quel en est le prix ? Il n'y a pas de réponse globale, pas même dans ce numéro d'Alpenschène ayant pour thème la « mise en scène sur la montagne ». Les décisions doivent être prises avec circonspection, clairvoyance et une bonne connaissance des milieux. Sur ce sujet-là, vous en apprendrez davantage dans cette revue. Par exemple, comment l'humanité en est-elle venue à mettre en scène le monde ? Ou bien, en quoi la nostalgie des espaces sauvages équivaut, elle aussi, à une mise en scène. Suivez un débat contradictoire sur le centre d'interprétation de Karwendel en Bavière/D. Ou encore, choisissez votre mise en scène préférée parmi toute une série d'exemples. Quant à notre opinion, vous la découvrirez peut-être en dernière page, dans « Du pire au rire » d'Andreas Götz. Bonne lecture !

Barbara Wülser

Barbara Wülser,
Responsable communication CIPRA International

Il y a 25 ans

Dans cette page, nous vous invitons, à l'occasion des 25 ans de la revue de la CIPRA, à glaner dans les débuts presque oubliés de CIPRA Info. Cette fois, au début des années 90. La « dysneylandisation » croissante y était déjà reconnue et déplorée.

Dès les premiers temps suivant sa fondation dans les années 1950, la CIPRA a pris pour cheval de bataille les installations et les mises en scène de toutes sortes apparues dans les Alpes. La débauche d'aménagements qui gagne les Alpes polarise les esprits : les uns flâieraient des emplois et des revenus, les autres craignent un enlaidissement total de la nature et une dilapidation des paysages. Pour certains, la bière fraîche servie dans un refuge bien situé est déjà de trop, pour d'autres la « dysneylandisation » des Alpes ne suffit pas.

« Un tout petit biotope se propose en contrepartie... »

Dans l'extrait ci-contre du CIPRA Info n°19, la rédaction déverse toute la frustration qu'elle a sur le cœur. Il s'agissait alors d'une série de parcs d'attractions prévus ou déjà réalisés dans le canton du Valais, comme par exemple le « Paradis Guillaume Tell » près de Saint-Maurice entre Martigny et le lac Léman. Force est de constater, néanmoins, que les prédictions à la Cassandra ne se vérifient pas toujours : le projet de 250 millions de francs ne fut jamais construit. A partir de 1998, l'armée réquisitionna l'ancienne cimenterie en se chargeant, en contrepartie, de sa démolition. Pendant huit ans, le bâtiment servit aux troupes de sauvetage de terrain d'entraînement à l'emploi d'explosifs.

Aujourd'hui, les conducteurs/-trices en herbe s'y exercent – rien de spectaculaire !?

La rédaction de Alpenscène



(Réd.). La commercialisation des loisirs, qui offre des biens de consommation toujours nouveaux, progresse visiblement. Nos paysages cultivés et leurs particularités régionales sont menacés d'une banalisation qui gomme leurs spécificités et les transforme en Disney-Land. Même dans les régions industrialisées, où les distractions de ce type seraient encore le mieux à leur place, elles accentuent la mobilité et dévorent les meilleurs zones agricoles, qui sont de toute façon rares dans les Alpes. La simple promenade pour s'instruire et découvrir les environs de son domicile constitueraient une alternative à la consommation passive et abêtissante d'attractions conventionnelles dans les parcs de loisirs pleins de bruit et « d'action ».

L'emplacement d'une cimenterie, qui va disparaître, est disponible. Même les moines de la célèbre abbaye ne semblent pas hostiles à la cession de 13 ha à Vérollez, non loin du Champ des Martyrs. En échange, on offre un petit biotope autour du saint lieu. A côté, les gens pourront se réjouir dans un parc de Heidi, regarder 23 chalets, représentatifs de cantons, frissonner d'horreur dans le château des Habsbourg et consommer abondamment dans le centre culturel, les auberges et les boutiques. Le plan d'affectation et le permis de construire ne sont pas encore adaptés et il reste une question plutôt essentielle: qui réunira les 250 millions de francs?

On sait que les promoteurs de tout genre ont le nez creux pour les « conditions-cadres »: où trouve-t-on du terrain bon marché, une zone industrielle assez grande, un gouvernement complaisant, des communes faciles à convaincre et heureuses de chaque poste de travail et une presse qui accourt avec des pages en couleurs? Où y a-t-il de la main-d'œuvre bon marché et docile, une opposition peu nombreuse, formée comme toujours des mêmes organisations écologiques surchargées et prêtes à négocier? Où y a-t-il une autoroute dans le voisinage et un paysage qu'on peut encore vanter dans la réclame?



Commission
Internationale
pour la
Protection
des Régions
Alpes

Internationale
Alpenschutz-
Kommission

Commissione
Internazionale
per la
Protezione
delle Regioni
Alpine

Heiligkreuz 52
FL-9490 Vaduz
Telefon 075 / 2 48 19
Telefax 075 / 8 28 19

Nr./No. 19
März 1990
Mars 1990
Marzo 1990

Deutschland / Allemagne
Frankreich / France
Italien / Italie
Jugoslawien / Yougoslavie
Liechtenstein
Österreich / Autriche
Schweiz / Suisse



Mise en scène du spectacle « Hannibal » sur le glacier du Rettenbach © Lois Hechenblaikner, www.hechenblaikner.at (de)

Pourquoi les Alpes doivent-elles constamment être mises en scène ?

La nature et les paysages ne suffisent plus !?

En ces temps de surabondance, l'attention est devenue le bien le plus rare. Pour l'obtenir, rien ne vaut une mise en scène. Dans le contexte général, ce phénomène prend de plus en plus d'importance. Quels sont les mécanismes qui engendrent la mise en scène croissante des Alpes, et quels en sont les effets sur notre vécu personnel ?

L'expression « Mise en scène » est aujourd'hui très en vogue. Si l'on consulte un dictionnaire qui ne soit pas tout récent, on ne trouvera sous « mise en scène » que : « le fait de mettre en scène, l'ensemble des préparatifs aboutissant à la représentation d'une pièce de théâtre ». Ceci ne correspond évidemment plus à l'usage linguistique actuel. C'est pourquoi il est important d'élucider d'abord le sens de ce phénomène avant d'en venir à la mise en scène des Alpes.

Pendant des millénaires, l'activité économique humaine a été marquée par la pénurie. Le problème principal était de pouvoir acheter les biens souhaités ou de les obtenir à un prix approprié. Avec la révolution industrielle, le coût de production des biens diminue fortement, mais il faut encore attendre les années 1970 pour que la pénurie disparaisse et que l'abondance semble normale. On assiste parallèlement à la mutation de la société industrielle en société tertiaire et au passage de l'époque moderne à la postmodernité, ce qui entraîne aussi des modifications fondamentales dans les comportements individuels.

Dans la satisfaction des besoins personnels, l'achat de biens et de services joue désormais le rôle principal. Plus l'offre est (sur-)abondante, plus il devient important pour le consommateur de trouver l'offre qui lui convienne le mieux et au meilleur prix, et donc d'essayer de plus en plus de nouvelles possibilités. C'est pourquoi l'augmentation de l'offre entraîne celle des besoins. Simultanément s'accroît la peur, dans cette surabondance, de rater la meilleure offre.

Pour les vendeurs, cette évolution implique l'obligation de faire la promotion de leurs offres. Mais la publicité normale ne suffit déjà plus : les offres doivent être « mises en scène », pour au moins espérer attirer l'attention des clients, car cette attention est, à l'âge postmoderne, le bien qui manque le plus. Pour y parvenir, il faut lier des sentiments forts à un produit, à une marchandise, comme, par exemple le sentiment de liberté et d'aventure à une cigarette, le bonheur de vivre à la campagne à un yaourt ou la promesse d'érotisme à un produit de beauté. Désormais les mises en scène se détachent de plus en plus de la publicité directe : on voit par exemple les pro-



© Werner Bätzing

Un point de vue mis en scène depuis 1907 : la gare d'arrivée du téléphérique le plus ancien des Grisons sur le Muottas Muragl à 2453 m d'altitude.

ducteurs automobiles implanter au siège de leur compagnie des parcs de découverte dans lesquels on célèbre l'univers de l'automobile, ou bien ce sont les villes qui font construire des édifices particulièrement spectaculaires par des architectes en vogue, pour afficher leur esprit novateur. A l'ère postmoderne, les mises en scène de ce genre sont devenues monnaie courante dans tous les domaines.

La mise en scène des Alpes ne date pas d'hier

C'est avec l'avènement du tourisme de masse dans les Alpes à la Belle Epoque, de 1880 à 1914, que l'on voit apparaître les premiers ébauches, encore ponctuelles, de mises en scène. Le funiculaire de 1907, qui grimpe sur la montagne-belvédère de Muottas Muragl à 2 453 m au-dessus du niveau de la mer dans la Haute-Engadine/CH, en est un exemple éloquent : au lieu d'escalader soi-même la montagne à pied, on achète un billet pour le funiculaire, pour intensifier l'expérience. Le billet acheté permet tout à la fois de vivre une expérience des sommets plus forte en moins de temps et à moindre effort. En outre, la vue que l'on a à partir de ce sommet est (artistiquement) mise en valeur sous forme de peintures, de dessins, de photographies, de cartes postales etc. et transformée tout bonnement en symbole même des Alpes. Il faut tout simplement l'avoir vue, et l'expérience des sommets est encore démultipliée par des dîners aux chandelles au restaurant, des représentations musicales, folkloriques et sportives, si bien que, dès l'achat du billet, nous avons la garantie de vivre, là-haut sur la montagne, l'expérience optimale souhaitée.

Ceci dévalorise en même temps la véritable expérience que l'on pourrait connaître d'un sommet voisin inconnu ayant une vue similaire. Une découverte des sommets achetée n'est-elle pas toujours garantie d'emblée ? En outre, plus un produit est demandé, plus son prestige augmente. Face à cela, l'expérience privée que l'on fait par ses propres moyens ne

peut plus guère concourir, à moins de la vendre soi-même avec éclat comme le font certains alpinistes. Ceux-ci font de leurs expériences personnelles de la montagne ou de la randonnée un produit vénal et s'inventent ainsi eux-mêmes comme marque, transformant pour ainsi dire une expérience personnelle en produit de marque.

L'important, c'est de faire la une des journaux

Pendant de nombreuses décennies, les découvertes des sommets – qu'elles soient personnelles ou achetées – coexistent sans problème, parce que, pour des raisons de coût, on ne fait généralement qu'un seul trajet en téléphérique par vacances. L'expérience individuelle reste ainsi très forte. La dévalorisation du vécu personnel s'amorce seulement avec la postmodernité où les besoins augmentent en proportion des offres en forte croissance. Et maintenant, les vacances d'été classiques dans les Alpes paraissent ennuyeuses parce qu'elles n'offrent pas assez de distractions. Par ailleurs, la découverte moderne des sommets en téléphérique, déjà connue, n'a plus guère d'attrait par rapport aux nouvelles destinations de vacances à travers le monde. En conséquence, les nuitées estivales reculent fortement. Le maximum historique a été atteint dans les Alpes autrichiennes en 1980. Pour les spécialistes du marketing, les causes de ce problème sont :

- le fait que les Alpes soient connues – les gens souhaitent en permanence des offres et des découvertes nouvelles.
- l'image vieillotte de l'été – paysages, nature et randonnée à eux seuls ne suffisent guère.
- la dépendance des offres par rapport au temps – s'il pleut, il ne se passe rien.
- l'interchangeabilité des offres estivales – il n'y a pas de points forts « uniques au monde ».

En bref, par rapport aux produits concurrents, les Alpes

offrent trop peu de divertissements. C'est pourquoi, depuis quelque temps, les spécialistes recommandent aux Alpes ce qui, à l'heure actuelle, remporte un succès visible sur le marché européen des loisirs : accroître le sentiment de vacances pleinement vécues grâce à une politique événementielle bien menée et en aménageant des parcs de loisirs. Les exemples se multiplient. L'été, on n'hésite plus désormais à organiser de grands événements tels que des concerts de rock avec des stars internationales ou des célébrations en grandes pompes

Mettre les Alpes en scène comme un parc de loisirs de plein air n'est pas une solution

de l'ouverture ou de la clôture de la saison, même en été, en haute montagne et à proximité des gares d'arrivée des remontées mécaniques. Celles-ci sont de plus en plus souvent transformées en parcs d'attractions avec de grands terrains de jeux pour les enfants, des parcours aventure, des fermes pédagogiques, des parcours acrobatiques en hauteur, des pistes de kart ainsi que des pistes de luge d'été et de nouveaux équipements techniques qui rappellent les attractions des fêtes foraines. Pour compléter, des points de vue panoramiques et des tables d'orientation sont aménagés au sommet des montagnes à proximité des téléphériques, pour améliorer la découverte du panorama, et offrir des prestations supplémentaires depuis le simple abri ou le restaurant jusqu'au petit hôtel. Ces gares d'arrivée servent souvent de point de départ à des sentiers d'interprétation aménagés principalement (encore) pour les enfants, au prix d'un investissement technique considérable. Ou bien, on envisage des installations lumineuses nocturnes pour des sommets symboliquement importants. Dans le cas de certaines idées de projets particulièrement spectaculaires, il est évident que l'enjeu n'est pas vraiment leur réalisation, mais plutôt de faire la une des journaux et d'attirer l'attention internationale.

Tous ces investissements et ces mises en scène ont pour but de revaloriser l'été pour donner aux Alpes un air de parc de loisirs de plein air géant. Etant donné que, pour rester attractantes, les offres de ce genre doivent constamment surenchérir, selon la logique interne de la postmodernité, cela entraîne rapidement une spirale d'investissements sans fin.

Que vient-on chercher dans les Alpes ?

Aussi sensé et justifié que soit le désir de vivre pleinement son séjour dans les Alpes, il faut prendre garde ! À force d'être sans cesse en quête d'expériences optimales, les humains risquent de ne plus connaître que stress et agitation. Et même si l'argent permet indéniablement de vivre plus de choses, l'humanité ne cesse de redécouvrir que les moments les plus importants de la vie ne s'achètent pas.

Les Alpes procurent l'expérience fascinante d'une nature puissante, à la fois belle et menaçante. Pour celui qui néglige ce double caractère et ne cherche à jouir dans les Alpes que de « beaux » paysages, en oblitérant leur aspect hostile et menaçant, l'expérience s'avère rapidement plate et insipide.



Table Dance et spécialités de Corfou dans une taverne du Zillertal.

Sans une confrontation personnelle avec la nature, à laquelle nous oblige cette dualité, il est impossible de vivre des expériences profondes et marquantes. Rien ne sert de déguiser les Alpes en parc de loisirs de plein air. Il vaudrait beaucoup mieux s'efforcer de trouver comment motiver les humains à refaire des expériences eux-mêmes au lieu d'acheter de l'événementiel.

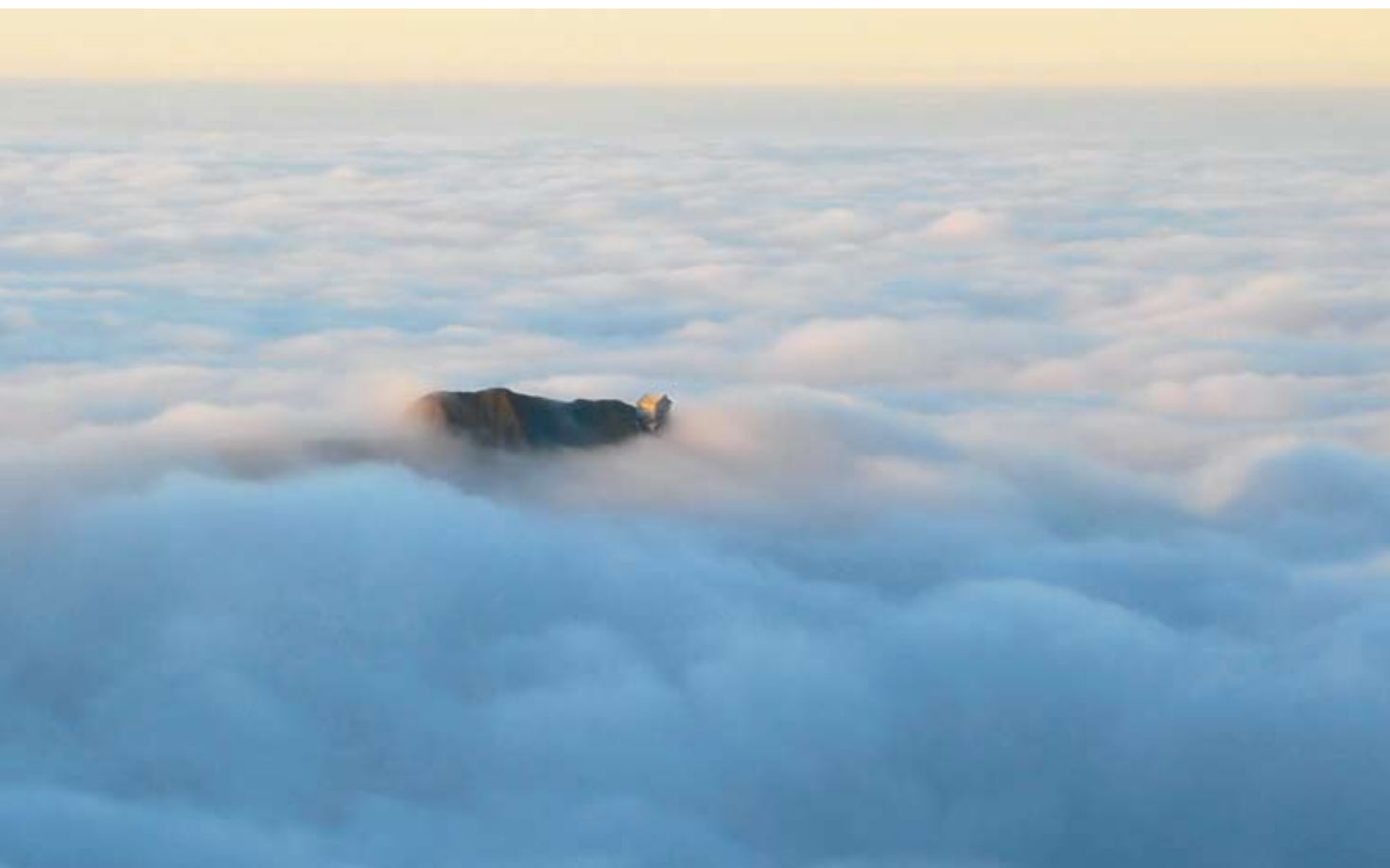
Werner Bätzing
Université d'Erlangen-Nuremberg/D

**E.Hanzig-Bätzing/W.Bätzing : Entgrenzte Welten
(Mondes sans frontières)
Edition Rotpunkt, Zurich 2005.**

L'appropriation et l'aménagement des Alpes par ses habitants et ses admirateurs

...et derrière les fenêtres, le grand spectacle de la nature

Depuis deux siècles, depuis que les Alpes sont pensées de l'extérieur et comme un tout, elles sont aménagées en fonction des images que nous en avons. C'est seulement à travers cette perception que nous avons pris conscience de la fragilité de la nature et de la finitude du monde. Aujourd'hui, nous aimerions ramener les Alpes à leur état idéal par les moyens mêmes avec lesquels nous les avons auparavant transformées. Une absurdité ?



© Fabian Lippuner

Le restaurant Schäfler navigue dans une mer de brume sur un des sommets de l'Alpstein/CH.

Les Alpes ne sont plus approchées de façon innocente. Autrefois, elles n'étaient que le milieu de vie des populations qui s'y sont installées et un lieu de passage pour quelques autres. Mais, depuis deux ou trois siècles, depuis qu'elles sont pensées comme un ensemble, dans des pays et au cœur d'une Europe eux aussi pensés comme des ensembles, les Alpes sont aménagées, protégées, paysagées, patrimonialisées, équipées en fonction de l'idée d'ensemble qu'on s'est donnée d'elles. Pour le dire plus simplement : depuis deux siècles les Alpes sont aménagées telles qu'elles sont imaginées. D'où l'idée de mise en scène.

Quelques illustrations pour mettre des images sur cette idée. Quand les Etats créent leurs premiers parcs nationaux dans les Alpes, dans la première moitié du 20^{ème} siècle, ils ne cherchent pas encore à protéger des écosystèmes ou à contribuer

à la préservation de la biodiversité. Le plus souvent, ils protègent des paysages emblématiques, comme à La Bérarde/F, et des étendues pour la grande faune sauvage, comme au Grand Paradis. Ils protègent donc une certaine image de la nature et des Alpes comme ressource naturelle.

Quand on construit les premiers grands hôtels pour les touristes amateurs de paysages et d'ambiances alpines, au Righi comme à Chamonix, à Interlaken ou Cortina, les architectes les conçoivent comme autant de salles de spectacle : un agencement astucieux des chambres et des salles communes, quantité de services à l'intérieur du bâtiment ou à proximité, et derrière les fenêtres, le grand spectacle de la nature. Ces hôtels sont donc les premiers à avoir mis les Alpes en spectacle.

Quand on équipe, dans la première moitié du 20^{ème}

siècle, les versants de chemins de fer héroïques et de routes sinueuses, c'est souvent avec le secret espoir que la trace de ces exploits rehausse la qualité des paysages alpins ou au moins en optimise la contemplation. Ces infrastructures ont constitué, un temps au moins, les instruments et un des motifs de cette mise en spectacle. Génie civil et scénographie faisaient alors bon ménage.

Quand, patiemment, on entretient le fauchage des prés, les collections d'objets traditionnels ou encore les savoir-faire ancestraux, avec la bienveillance des autorités et de leurs subventions publiques, c'est presque toujours au nom de la conservation d'une image des Alpes que l'on ne veut pas sacrifier sur l'autel du modernisme, de la productivité et de la logique comptable. Ce patrimoine participe de nos représentations des Alpes en les marquant de son empreinte.

Depuis plusieurs siècles désormais, les Alpes sont ainsi approchées et transformées à partir de l'idée d'ensemble que l'on se fait d'elles, comme un réservoir de nature, comme un objet de contemplation, comme une collection de paysages, comme un conservatoire de souvenirs, ou encore comme la scène de loisirs collectifs où l'on se regarde se divertir.

L'ameublement des Alpes

A vrai dire, il en est ainsi depuis que l'on parle des Alpes avec recul, depuis qu'on a inventé une alternative au seul point de vue endogène, celui de l'habitant des hauteurs qui pense d'abord à son milieu de vie et agit directement sur lui. En pensant les Alpes depuis l'extérieur, en les pensant comme un tout, ou même en les pensant de l'intérieur mais avec une claire conscience qu'il y a à l'extérieur des gens qui les pensent autrement, elles sont devenues un objet de projections intimes et collectives, un objet à façonner en fonction d'une vision du monde où elles viennent prendre place parmi d'autres objets.

Notre modernité tient à cela. Elle repose sur une vision du monde, de la nature, de l'histoire et des sociétés, qui donne aux lieux et aux grandes régions des rôles à tenir. Elle glisse entre la réalité de la montagne et la façon de la vivre, des représentations d'ensemble qui conditionnent nos actes et nos expériences. Elle met à disposition quantité de techniques qui nous permettent de façonner ce réel à l'image de ces repré-

sentations. Elle multiplie les formes de médiations qui orientent notre approche de la réalité alpine : les peintures murales et les panoramas d'autrefois, les publicités d'aujourd'hui, les innombrables points de vue signalés comme tels sur les aires d'autoroutes et au sommet des téléphériques, les hommages laissés ici et là aux artistes du lieu, aux touristes d'autrefois, aux populations qui nous ont précédés, etc. Notre approche des Alpes est depuis longtemps, et toujours un peu plus, obscurcie et enrichie à la fois d'images et de discours déposés devant nous.

Faut-il s'en plaindre ou s'en réjouir ? A vrai dire, la question a-t-elle un sens quand il s'agit d'un puissant mouvement de civilisation ? Car les Alpes ne sont évidemment pas les seules

Les Alpes sont devenues un objet de projections intimes et collectives.

à être concernées par cette évolution. Dans un monde où la circulation des hommes et des femmes, des biens et des images s'accroît toujours davantage, c'est l'ensemble de la réalité qui se trouve enveloppée d'un voile de représentations ; c'est la réalité toute entière que nos sociétés modernes mettent en scène, parce qu'elles ont renoncé à la simplicité et l'immédiateté avec laquelle les sociétés traditionnelles habitent leur monde. S'en plaindre ou s'en réjouir ? Peu importe. Essayons seulement de comprendre comment nous vivons cet état de choses et les responsabilités qui nous incombent. Notre expérience du monde est aujourd'hui plus riche qu'elle n'a jamais été. Notre propension à réfléchir à nos actes et à nos environnements de vie aussi. S'il faut pour cela que nos images réfléchies de la réalité priment sur le contact direct avec cette dernière, pourquoi pas ? D'autant que nos sociétés modernes manient le goût de la compensation avec subtilité : on n'a jamais autant protégé et pratiqué la nature pour elle-même que depuis qu'on a pris conscience de sa fragilité et de la finitude du monde ; on n'a jamais autant cherché à s'imprégner de patrimoine que depuis qu'on se sent pris dans un flot de changements incessants, enivrants parfois même ; de la même façon, on n'a jamais ressenti autant le besoin d'un contact direct avec la réalité des Alpes que leurs images



Du concours agricole à la compétition de ski. Confrontation tirée du livre de photos « Hinter den Bergen » (Derrière les montagnes) de Lois Hechenblaikner, cf. Conseil de lecture page 22.



© Lois Hechenblaikner



© Lois Hechenblaikner

Seuls perdurent les costumes traditionnels. Confrontation tirée du livre de photos « Hinter den Bergen » (Derrière les montagnes) de Lois Hechenblaikner, cf. Conseil de lecture page 22.

sont partout présentes. L'engouement de nos sociétés pour la randonnée, le jardinage, le travail de la matière, autrement dit pour l'expérience sensible de la réalité, est à la hauteur de notre propension à contempler les Alpes au travers de livres, de films, de musées et d'expositions, autrement dit par le biais de médiations innombrables et omniprésentes.

Image, technique et responsabilité

Il en est de même pour l'aménagement de la montagne. Ici aussi le paradoxe triomphe. Depuis deux siècles, on a multiplié les artifices consistant à rendre la montagne plus montagnarde encore. A Montréal, dans les années 1870, un célèbre paysagiste états-unien, Frederick Olmsted s'est vu confier la création d'un parc public au sommet d'une lourde colline placée tout près du centre de la ville la plus grande et la plus prospère du Canada d'alors. Cette colline, le Mont Royal, les Montréalais se plaisent depuis toujours à l'appeler « la Montagne ». Olmsted décide de les prendre au mot et écrit dans l'exposé de son projet : « vous avez choisi de prendre une 'montagne' pour votre parc ; mais en vérité, une montagne qui mérite à peine ce nom (...) son apparence est à peine montagnarde. Toutefois, c'est bien dans cette qualité relative que réside sa ressource. Il serait regrettable d'en faire autre chose qu'une montagne ». Pendant huit ans, Olmsted s'est ingénié à arranger les rochers, à disposer des arbres importés, à tracer des sentiers, à façonner le paysage tout en gardant à l'esprit l'idéal alpin que lui avaient enseigné les livres de John Ruskin. Le résultat est remarquable, très loin du kitsch que l'on pourrait redouter. Le parc du Mont Royal constitue aujourd'hui encore un des plus beaux parcs publics du Canada.

Le cas de la Montagne des Montréalais est extrême, mais extrêmement illustratif de nos façons d'aménager les Alpes aujourd'hui. Le paysagiste est peut être moins omniprésent ; mais le souci de façonner la montagne toujours là. Politiques paysagères, architecture néo-régionale, renaturation de rivières, requalification de quartiers urbains et de stations de ski, aménagement de sites touristiques, politiques agro-environnementales, spectacles de sons et lumières, etc. Quantité d'initiatives visent à façonner l'apparence de la réa-

lité au nom d'une certaine idée des Alpes. Notre société moderne aime les images et les techniques qui mettent en accord la réalité et les images. Quitte à pousser l'exercice jusqu'au paradoxe ultime que représente la renaturation des Alpes, de leurs versants, de leurs rivières, de leurs sites dégradés, etc. Aussi louable et nécessaire que soit ce souci de responsabilité environnementale, reconnaissons-le : Rien n'est plus paradoxal que de vouloir rapprocher les Alpes d'un état de nature, idéal, en ayant recours à un savoir-faire technique sophistiqué, celui-là même qui a permis de les transformer. Image, technique et responsabilité – voici peut-être les maîtres-mots de notre attitude collective à l'égard des Alpes, demain. ■

Bernard Debarbieux,
Professeur de géographie,
Université de Genève/CH

Bernard Debarbieux, Claude Marois, 1997 :
« Le Mont Royal :
forme naturelle, paysage et territorialités urbaines »,
Cahiers de Géographie du Québec, vol 41 (f).

Bernard Debarbieux, 1998 :
« The mountain in the city : Social uses and trans-
formations of a natural landform in urban space »,
Ecumene, vol. 5, number 4 (en).

L'invention du paradis

La recherche du paradis dans les Alpes est un phénomène relativement récent dans l'humanité. Cette aspiration, née avec les nobles Anglais qui voyageaient dans les Alpes au 19^{ème} siècle, n'a pas toujours été comblée. Peu importe, on peut toujours construire. Une balade à travers l'architecture alpine, avec Köbi Gantenbein, chef rédacteur du magazine « Hochparterre ».

Il n'est pas de pays, hormis la Suisse, où l'architecture ait rendu les montagnes aussi productives. Jean-Jacques Rousseau a mis le feu aux poudres il y a deux cent ans. A la suite de son invention du « bon sauvage », les « monchus » des villes se lancèrent à la découverte des montagnes. Ce fut le début d'une ruée vers l'or spectaculaire ; spectaculaire parce que cet or n'était pas enfoui dans la montagne, mais parce que c'était un spectacle qu'il fallait d'abord inventer, construire, monter, mettre en mots et en images, bref, mettre en scène. Le chalet fut le premier triomphe de l'architecture suisse dans le monde. Présenté comme « Swiss House » à l'Exposition universelle de Londres en 1887, il était à la fois promesse de paradis et réclame touristique. Imaginez, ensuite, tout ce qu'il fallut faire, pour aménager des lieux où l'élite pourrait se retrouver, avec tout ce que cela implique, là-haut dans ces montagnes qui n'avaient guère à offrir que la faim, des pierres, de longs hivers, et certes une belle lumière. Et pourtant, les noms de St-Moritz, Zermatt, Gstaad résonnèrent bientôt dans les salons des grandes villes...

Illusion en ruines

L'invention du paradis est indissociable de prouesses techniques telles que le percement, le franchissement et le gravissement des montagnes au moyen de chemins de fer, de téléphériques, de funiculaires, de télésièges et de téléskis. Mis à part les réalisations des ingénieurs, il a fallu et il faut avant tout donner l'illusion de la vie citadine à une altitude de 1 800 mètres et y créer des décors ingénieux avec une belle mise en scène, où sont assurés tout le confort imaginable, l'électricité, l'approvisionnement, l'élimination des déchets et un service client 24h sur 24. Une opulence et un gaspillage étrangers dès le départ au contexte local. Ces chefs-d'œuvre virent le jour durant la seconde moitié du 19^{ème} siècle. Des ruines subsistent, par exemple à Maloja, où un comte belge

spéculateur fit sortir de terre le « Maloja Palace ». La mise en scène y était permanente ; si les hôtes le souhaitaient, on leur organisait, dans la salle à manger, des nuits vénitiennes où les serveurs chanteurs naviguaient de table en table en jouant les gondoliers. Ce palais fit faillite quelques années plus tard, mais il a marqué à tout jamais l'archétype du tourisme : tourisme et mise en scène sont désormais indissociables. Depuis la chute du comte, le scénario est resté le même, avec des variantes pleines d'imagination : les rêves de paradis de la clientèle doivent être exaucés, avec à chaque fois une nouvelle touche.

Energie et créativité jetées par les fenêtres

C'est pourquoi tourisme rime désormais avec débauche sans limite d'idées, de matériel et d'énergie ; une particularité qui marque encore de nos jours la construction touristique. Au vu du profit immédiat généré, c'est indéfendable philosophiquement et moralement, et

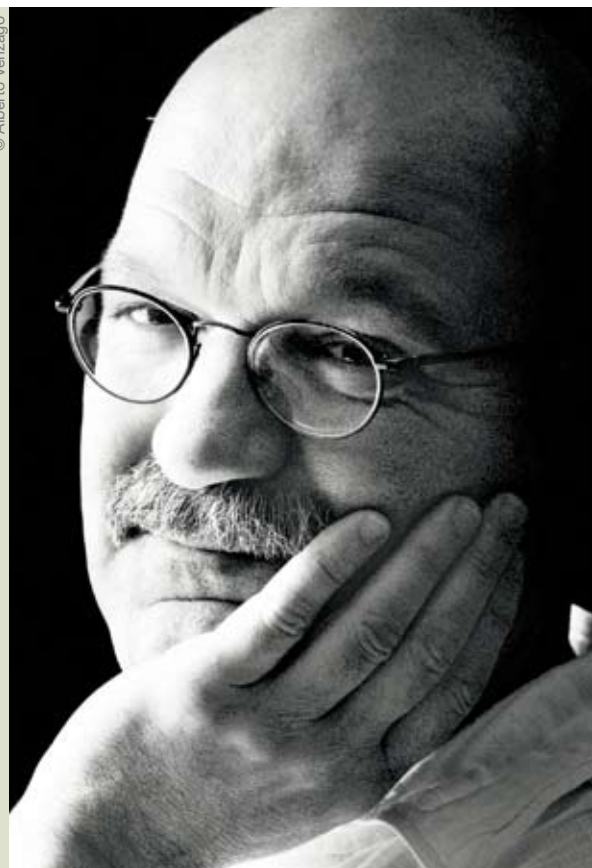
ça dépasse même l'entendement. C'est donc peine perdue, assurément, que de s'en prendre aux guillerettes maisons Walser du Tyrol, aux chalets prétentieux ou à la laideur de sites tels que St-Moritz, Zermatt, Gstaad ou Crans-Montana. Et quiconque loue l'habileté déployée par Samih Sawiris dans l'architecture contemporaine de sa nouvelle Andermatt doit savoir que, quoiqu'il bâtisse, il y aura gaspillage dans la construction comme dans l'exploitation. La critique ne doit pas porter sur des questions esthétiques de mise en scène, ni sur un appauvrissement supposé du patrimoine et du paysage, mais sur la quantité invraisemblable d'énergie, de matériel et d'imagination nécessitée par la construction et l'exploitation de nouveaux palaces, de résidences secondaires associées, de canons à neige jusque dans les villages et de routes jusqu'aux alpages. ■

Défenseur d'une architecture contemporaine

© Alberto Venzago

Köbi Gantenbein est rédacteur en chef de la revue d'architecture « Hochparterre ». Il vit et travaille à Zurich et à Fläsch, dans le canton des Grisons. Il a réalisé un parcours sans faute dans le domaine touristique, comme caddie de golf, portier d'hôtel, maître nageur, moniteur de ski et serveur.

www.hochparterre.ch (d)



Les Alpes mises en scène

Lever de rideau sur un panorama de mises en scène très différentes, choisies dans tout l'espace alpin. Ce qu'elles ont toutes en commun, c'est qu'elles ne modifient pas seulement la montagne, mais bien davantage la perspective et la perception que nous en avons.

Regina Preissler,
Stagiaire CIPRA International



© Andreas Sapolyan

Théâtre pour guerre et paix

Entre 1915 et 1917, les Dolomites formaient le front alpin sud de la première guerre mondiale. Sur les sommets des Dolomites les forces armées italiennes et autrichiennes s'affrontèrent dans une guerre de positions acharnée. L'ancienne ligne de front est aujourd'hui reprise par le chemin de la paix, un chemin de montagne d'environ 500 km de long à travers le Tyrol du Sud et les Dolomites italiennes. Il a été tracé au milieu du 20^{ème} siècle à partir des raidillons utilisés à des fins militaires pendant la guerre dans les Alpes et figure parmi les chemins de grandes randonnées historiques les plus importants d'Italie du Nord.

www.dolomiti.org (fr/en/it/de/pl)



Aventure tempérée

Qui n'a pas toujours rêvé de passer la nuit dans un igloo ? Au village-igloo, c'est possible, presque comme si vous étiez un Inuit, avec, toutefois, un sauna et un traineau de sauvetage. On peut trouver ce genre de village temporaire dans six localités en Allemagne, en Suisse, et –pour une fois ce n'est pas dans les Alpes– que diriez-vous d'une nuit dans une suite-igloo romantique dans la Principauté d'Andorre ?

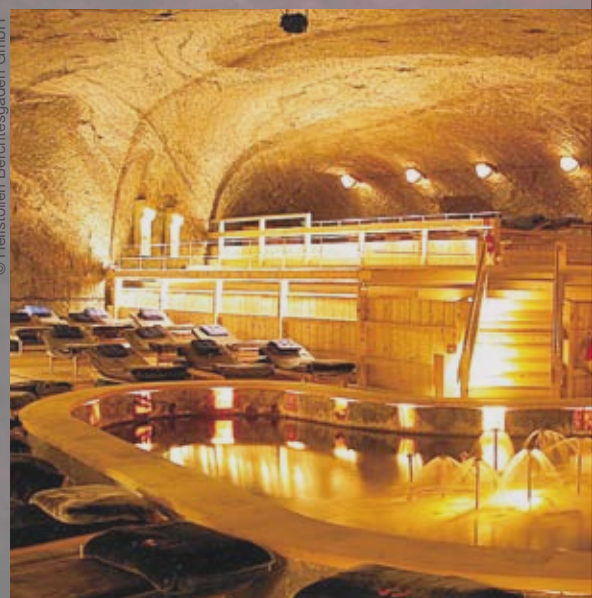
www.iglu-dorf.com (fr/en/de/es)



© IGLU-DORF GmbH

Détente sous terre

Dans la mine de sel de Berchtesgaden/D se trouve la... En dehors des sessions de cures journalières de silence... galerie, d'innombrables visites spéciales sont proposées pour les enfants, ou bien une nuit dans la galerie, acco... www.salzheilstollen.com (de/en)



© Heilstollen Berchtesgaden GmbH

Un ensemble de béton armé protégé au titre des Monuments Historiques

La station de ski française de Flaine en Haute-Savoie a été construite en pleine nature dans les années 60 par une poignée de passionnés d'architecture autour du maître du Bauhaus, Marcel Breuer.

Marquée par sa vision urbanistique et architecturale, la station sans voitures, située à 1600 m d'altitude, prévue pour 6 000 âmes, est considérée aujourd'hui comme un ensemble de grande qualité architecturale. Les bâtiments de béton armé, disposant de toutes les finesses techniques de l'époque, sont protégés au titre des Monuments Historiques dans un rayon de 500 m autour de l'hôtel « le Flaine ».

Mais tout autour prolifèrent les tentacules spéculatrices.

www.flaine.com (fr/e)

© G. Chevaz



Croix de pèlerinage sur le Ölberg

La plus grande croix en bois du monde, se visite par un escalier intérieur. Ce signe de foi, visible de loin, présente également le bois local d'une manière inhabituelle. Elle a été construite à Veitsch/A en 2004.

www.pilgerkreuz.at (de)

Un manifeste pour la sécurité à la lumière des bougies

Les ouvrages pare-avalanches du Schiahorn au-dessus de Davos/CH ont pu être admirés comme objet d'art éphémère illuminé dans la nuit du 15 au 16 août 2004.

Ce manifeste de la stabilisation alpine a été mis en scène au moyen de 5 000 bougies par les artistes Ulrich Studer et Alexandra Melar.

www.studermelar.ch

© Alexandra Melar



seule galerie de cure saline d'Europe occidentale.
e, où le visiteur passe environ deux heures dans la
es, telles que des visites faisant appel aux contes
ompagnée de sons magiques.



Les nouveaux mégaprojets touristiques vont-ils sauver les Alpes ?

Les mégaprojets touristiques sont-ils de véritables opportunités pour les territoires ou plutôt la prétendue poule aux œufs d'or des grands investisseurs ? Mario Broggi de la Fondation MAVA pour la Nature cherche une réponse à cette question : finalement, qui sont les gagnants et qui sont les perdants ?

Andermatt est sur toutes les lèvres. Une destination touristique de grand standing va bientôt voir le jour dans le canton suisse d'Uri sur une superficie de 1,5 millions de m², avec 3 000 à 5 000 lits répartis dans six hôtels, 710 appartements, 30 villas, etc. au prix d'un milliard d'euros. Ce projet devrait pouvoir être réalisé grâce à l'investisseur égyptien Samih Sawiris. Cela veut-il dire que le gros lot est en vue pour Andermatt, alors que la même région avait été classée « friche alpine » il y a deux ou trois ans dans une étude de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich ?

Un tour dans le centre protégé du village montre que les établissements hôteliers de la Belle Epoque sont un peu décrépis. La grande époque de la route de transit par le col du Saint-Gothard a pris fin avec la construction du tunnel routier –jusqu'à présent le plus long d'Europe– qui passe en dessous. Ce n'est pas tout : même l'armée, qui était jusqu'à présent le plus gros employeur local, se retire à vue d'œil du réduit de défense mythique, cœur du dispositif de défense suisse à l'époque de la deuxième guerre mondiale. Le déclin semble donc inéluctable.

L'exception fait école

Mais voilà maintenant la rédemption.

Non sans un sacrifice de la part des paysans d'Andermatt, en l'occurrence la superficie de sept exploitations agricoles. Les autorités suisses –aux niveaux communal, cantonal et fédéral– s'efforcent d'accélérer les habituelles démarches d'attribution des autorisations, qui restent malgré tout trop lentes pour Mr. Sawiris, plus habitué aux pratiques des bords de la Mer Rouge. En moins de trois semaines à partir de la réception de la requête, le Conseil fédéral libère le projet « dans l'intérêt de l'Etat », de l'obligation d'autorisation pour l'acquisition de terrains par des étrangers. On comprend que le valaisan Jean-Michel Cina, directeur de l'économie publique, réclame aussitôt le même traitement pour son canton. Une cinquantaine d'autres projets de complexes touristiques sont prévus dans toute la Suisse pour un volume d'investissements d'environ six milliards de francs. Que de convoitise en perspective !

Rien d'autre que des bulles de savon

L'idée des complexes de loisirs créés ex nihilo n'est pas entièrement nouvelle. Rappelons-nous les stations intégrées des Alpes françaises ou du Valais dans les années 60. « Thyon 2000 », en

Suisse, a fait faillite malgré l'euphorie du début et a été ensuite bradé pour un prix dérisoire. Bien que les offres regroupant l'hébergement, les services, la gastronomie et les loisirs aient pu séduire à une certaine époque, elles n'ont pas connu de succès commercial durable. La construction en soi, orientée vers la vente immobilière permettant des bénéfices à court terme, reste attrayante. Aujourd'hui, on chercherait plutôt des bailleurs de fonds pour exploiter ce qu'on appelle les lits chauds, c'est-à-dire des résidences secondaires qui se louent au lieu de rester vides. Cela coûte cher, et qui est prêt à s'en occuper ? Il est difficile de vaincre la logique des investisseurs à court terme au profit d'un entrepreneuriat engagé à long terme.

Le monde est ébranlé par la bulle immobilière américaine. Et les stations, ne sont-elles pas également des bulles spéculatives ? L'implantation de nouvelles stations, même les plus petites, exige beaucoup de terrain. C'est dans les régions économiquement chancelantes qu'on en trouve le plus facilement. Les beaux paysages sont le capital du tourisme. C'est ce qu'on dit. Pourtant, le paysage n'est pas seulement un endroit idyllique, mais aussi un lieu d'activité pour ceux qui y vivent. Les besoins des habitants sont-ils suffisamment pris en compte ? Comment s'accordent les projets superlatifs et les particularités régionales ? Il est à craindre que les succès escomptés à court terme, qui ne représentent qu'un monde fictif, ne prévalent sur les espaces et le temps réel. Les complexes touristiques semblent être une méga-tendance actuelle. Mais leur réalisation doit être compatible avec les principes d'aménagement du territoire et de durabilité. Et rentable. La quadrature du cercle ? ■



© CIPRA International

Spécialiste de l'espace alpin

Mario F. Broggi est membre du conseil de la Fondation MAVA pour la Nature, où il est coordinateur pour les Alpes. Il a été président de la CIPRA de 1983 à 1992 et directeur de l'Institut fédéral de recherches sur la forêt, la neige et le paysage de 1997 à 2004.

www.mava-foundation.org (d/f/e)

Débat contradictoire entre Kai Elmauer et Rudi Erlacher

Polarisation sur un télescope

Le « Bergwelt Karwendel », centre d'interprétation de la nature en forme de télescope, située en bordure du vallon du Karwendel en Bavière/D, divise les esprits. A-t-on le droit de construire dans la nature quelque chose d'aussi spectaculaire pour la protéger ? Ou alors, la nature a-t-elle justement besoin d'une telle mise en scène pour survivre ? Voici un débat contradictoire entre Kai Elmauer, l'un des co-initiateurs du « Bergwelt Karwendel », et Rudolf Erlacher de la Gesellschaft für ökologische Forschung (Société pour la recherche écologique).

© Dr. Klaus Lintzmeyer



Le projet Karwendel près de Mittenwald/D : mise en scène pédagogique réussie ou enlaidissement des Alpes ?

Monsieur Elmauer, le « Bergwelt Karwendel » est un monument destiné à rendre hommage à la nature. N'est-ce pas plutôt l'architecture qui, avec cet édifice spectaculaire et imposant, se glorifie elle-même ?

Elmauer : bien sûr que non. Cet édifice n'est pas là parce que nous voulions mettre un bâtiment sur la montagne, mais il est là pour servir d'outil pédagogique perceptible par tous. C'est pour moi un critère décisif pour une architecture dans les Alpes. Il a été réalisé pour protéger le Karwendel et gagner les humains à une approche sensible de la nature.

Monsieur Erlacher, vous êtes un adversaire convaincu du « Bergwelt Karwendel ». Que peut-on reprocher de si grave à ce bâtiment ?

Erlacher : je me demande comment on peut prétendre gagner les gens à une approche sensible de la nature en col-

lant une buse aussi surdimensionnée dans le paysage. Si l'on est assis à la gare d'arrivée, on ne peut même plus regarder dans la vallée ! Ce bâtiment envahit la nature et lui impose sa loi.

Etes-vous fondamentalement contre l'architecture en haute montagne, monsieur Erlacher ?

Erlacher : l'architecture a toujours été présente dans les Alpes : chalets d'alpage, refuges pour que les humains puissent se déplacer en haute montagne et y mener prudemment leurs activités. Ces huttes représentent une approche sensible de la nature –contrairement à ce monstre, dernier rescapé des tyrannosaurus rex.

Elmauer : bon, maintenant, venons-en aux faits : le télescope se trouve en dessous de la ligne de crête, a une forme ronde et une vêtue en bois qui, avec le temps, prendra la couleur des falaises.

Il n'envahit pas la nature, il s'y adapte.

Un bâtiment plus petit, dans le style de la gare d'arrivée, n'aurait-il pas fait l'affaire, monsieur Elmauer ?

Elmauer : non, justement pas. Il fallait que ce soit spectaculaire pour que les gens n'oublient pas son message. Le télescope reprend un symbole de la vie montagnarde, ouvre la vue vers l'avant, vers la vallée, là où les humains ont aménagé leur cadre de vie, mais aussi vers l'arrière –dans la nature qui doit être protégée. Le tout repose sur un socle étroit et symbolise ainsi un numéro d'équilibriste entre la nature et la culture, qui correspond exactement à la tâche à laquelle nous devons nous atteler.

Erlacher : Equilibre ? Le téléphérique a été construit en 1967 dans un secteur qui était déjà réserve naturelle depuis 1959. Ce fut le premier coup porté à l'équilibre. Comme cette installation

est dans le rouge depuis des années sans jamais devenir rentable, il a fallu chercher d'autres innovations, d'autres attractions. Le « Bergwelt Karwendel » en est le résultat. Le bâtiment qui, selon vous, représente l'équilibre, est justement celui qui l'a gravement compromis une deuxième fois.

Monsieur Elmauer, la commune de Mittenwald a-t-elle besoin de quelque chose de spectaculaire pour attirer les touristes ?

Elmauer : si l'un ou l'autre des habitants de Mittenwald gagne quelques euros avec le « Bergwelt Karwendel », je crois qu'il n'y a rien à redire à cela. Mais là

Kai Elmauer:
« Il est temps que la
protection de la
nature arrête de bou-
der dans son coin ! »

n'est pas la question : les munichois veulent se détendre et en ont besoin pour garder leur équilibre ; ils viennent donc ici, que nous le voulions ou non. Si nous voulons éviter que les montagnes soient mitées, que des routes soient construites, que les sentiers d'alpages soient élargis, nous devons informer les gens. Vous ne pouvez pas, monsieur Erlacher, interdire aux gens l'accès à la nature avec des « hors d'ici, tu abîmes la nature ». Vous ne pouvez pas non plus les laisser pénétrer n'importe comment.

Erlacher : je suis d'accord avec vous : nous devons informer les gens. Mais quel est alors le message du « Bergwelt Karwendel » ? Si je veux leur expliquer la nature et aménager un centre d'observation, je dois être conscient du fait que je modifie ce que je veux leur faire découvrir, par le simple fait de l'observer. Vous prêchez l'équilibre alors même que vous êtes en train de le détruire. Réfléchissez un peu à quel point on a dû violenter la nature pour permettre son observation, soi-disant dans le but de la protéger. Quel est votre message ? C'est un « malgré tout ! » Après tout, les lagopèdes sont encore

vivants –malgré tout le béton, malgré l'amoncellement de déblais, malgré le tintamarre et l'excavatrice.

Elmauer : Nous n'avons justement pas construit notre Bergwelt en pleine nature, mais au bord de la réserve naturelle, directement à côté de la gare d'arrivée, pour gérer l'occupation des espaces à partir de là. Et maintenant, des centaines de milliers de gens montent là-haut et apprennent comment ils peuvent préserver la nature.

Ne devriez-vous pas, vous aussi monsieur Erlacher, vous réjouir de chaque personne qui s'intéresse à l'exposition ?

Erlacher : Qui donc va là-haut et pourquoi ? Ce ne sont tout de même pas des alpinistes qui veulent apprendre comment se comporter respectueusement vis-à-vis de la nature. Sur la page d'accueil du site internet du « Bergwelt Karwendel », la publicité est basée sur l'objet d'épouvante, la « buse au-dessus de l'abîme ». Et ensuite, les gens montent là-haut et apprennent en passant qu'il y a aussi des lagopèdes qui doivent être protégés. Bon, ça pourrait aller. Mais en fait, il suffirait tout simplement de tendre une corde tout autour pour qu'ils ne s'y précipitent pas, et basta !

Elmauer : Il n'y a pas de mauvais visiteurs ! Nous aurons besoin de tout le monde pour atteindre notre objectif commun. Vous savez aussi bien que moi ce qu'ont donné les interdictions et les cordes. Il y a belle lurette que nous avons abandonné, avec raison, les milliers de panneaux et leurs textes d'avertissements interminables : ça ne fonctionne pas. Là-dedans, dans l'exposition, se trouve le chamois, touchez-le – c'est le vécu qui éveille l'émotion, pas la théorie.

Cela veut-il dire que la nature a besoin de mise en scène, de transmission médiatique pour survivre, monsieur Elmauer ?

Elmauer : pas la nature, mais l'être humain, qui a perdu l'esprit. Qui ne pourrait souhaiter que les gens aillent d'eux-mêmes observer les animaux et les plantes, un télescope à la main, et



© Dr. Klaus Lintzmeyer

Pour : Kai Elmauer

Kai Elmauer, né en 1965, est médiateur, ingénieur forestier et agent technico-commercial. Il est spécialiste en coordination et conseil de projets de protection de la nature transfrontaliers et interdisciplinaires. M. Elmauer est propriétaire de l'Elmauer Institute (Hallbergmoos/D, Innsbruck/A, Abbotsford/CA). Il fait partie du conseil d'administration de l'association VAUNA e.V., engagée dans la protection des espèces, de l'environnement et de la nature. Il est aussi membre de comité du bureau technique de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Tyrol, et membre nommé du Environmental Advisory Committee (comité de conseil en environnement) d'Abbotsford, sa ville natale.

Kai Elmauer vit aujourd'hui près de Vancouver, Canada, et travaille surtout en Europe et en Amérique du Nord.

Il assume actuellement le pilotage du projet « Bergwelt Karwendel » pour la commune de Mittenwald.

en tirent les clés de la protection de la nature. Vous savez que c'est irréaliste. La plupart des enfants croient que les vaches sont mauves avec des taches blanches. Alors, nous devons les attirer ici, les adultes aussi, si besoin est, avec des constructions spectaculaires de ce genre. Qu'y a-t-il de mal à cela ?

Monsieur Erlacher, le « Bergwelt Karwendel » a gagné le prix de la Convention alpine pour le tourisme durable et

innovant –est-ce que les membres du jury dormaient tous ?

Erlacher : en tout cas, je ne vois pas très clairement sur quoi était basée leur conception de la durabilité. Les coûts initialement prévus de 1,4 million d'euros sont passés à 2,7 millions –On ne peut évidemment pas parler d'évaluation

Contre : Rudi Erlacher

Rudi Erlacher, physicien diplômé et alpiniste, né en 1949, milite depuis bientôt 20 ans pour un développement respectueux de la nature dans notre univers montagnard. Il se bat pour que le caractère esthétique de la nature et des paysages soit vraiment compté comme un bien à sauvegarder dans le cadre de la protection de la nature. En 1998, il a monté l'exposition « *Schöne neue Alpen* » (la beauté des Alpes nouvelles) avec la Gesellschaft für ökologische Forschung e.V. (Société pour la recherche écologique). Depuis 2003, il est co-président du Verein zum Schutz der Bergwelt e.V. (VZSB – association pour la protection du milieu montagnard). Il est membre du comité fédéral pour la protection de la nature et de l'environnement du Club alpin allemand et fait partie du groupe de travail « Alpes » du Bund Naturschutz in Bayern (Ligue bavaroise pour la protection de la nature).

Rudi Erlacher vit et travaille à Munich. Il a rédigé, pour l'almanach 2008 de la VZSB, une critique de « la buse de Karwendel » et de l'exposition « *Bergwelt Karwendel* » (l'univers montagnard de Karwendel).



© Dr. Klaus Lintzmeyer

durable des coûts et bénéfiques. En ce qui concerne la durabilité sociale : si vous aviez construit cela dans la vallée, ça aurait été formidable. Les jours de mauvais temps, les touristes auraient pu y aller et s'informer pour dix euros. Mais que font-ils à la place ? Ils montent avec leur famille, ne voient rien à cause des nuages et de la pluie, font un tour rapide dans l'exposition, redescendent et paient une cinquantaine d'euros. Ils y retournent peut-être une fois par beau temps, parce qu'ils aimeraient voir ce que cela donne. Ça nous fait 100 euros. Pour moi, ce n'est pas social, ça n'a ni queue ni tête. Troisièmement : l'énergie qui a été investie là-dedans, pour ériger cette pièce gigantesque de 1 200 tonnes de béton à 2 244 m d'altitude, ça ne peut pas être écologiquement durable.

Elmayer : la durabilité écologique ne se mesure pas d'après l'altitude, c'est un étrange raccourci ! Vous savez parfaitement que nous avons construit comme les anciens égyptiens, monté le gravier avec le téléphérique, pour le mélanger seulement là-haut, etc. En ce qui concerne la durabilité sociale : en quoi les dix euros pour l'exposition sont-ils O.K. dans la vallée et pas pour le téléphérique ? C'est vraiment absurde. Quant à l'économie durable : elle ne se définit pas d'après le niveau des coûts de construction mais d'après le sens du bâtiment. Et celui dont nous parlons remplit une mission sociale publique qui est de maintenir la base de vie des gens du pays et de protéger le Karwendel. Donc : les trois piliers de la durabilité qui nous sont connus sont respectés.

Monsieur Erlacher aimerait construire des centres d'information sur la nature dans les vallées. Qu'avez-vous contre cette idée, monsieur Elmayer ?

Elmayer : je crois que cela ne fonctionne pas. Vous ne pouvez pas dire aux gens : retiens bien ça maintenant, et dans quinze jours, quand tu monteras là-haut, tu le mettras gentiment en application. Entre temps, les deux-tiers auront été oubliés. La pédagogie et le vécu direct doivent se suivre dans la foulée. C'est pourquoi nous n'avons pas seulement l'exposition, nous proposons aussi des tours guidés dans les montagnes, des expériences avec des pierres...

Erlacher : Le « *Bergwelt Karwendel* » doit faire école, j'imagine déjà avec horreur des centres d'information de ce genre dans toutes les réserves naturelles ; là-haut sur le Watzmann, sur la Zugspitze... Nous devons alors apparemment toujours faire défiler les gens à travers un bâtiment dans lequel ils caressent un chamois, avant de les lâcher dans la nature. Vous n'arrêtez pas de parler de confiance, mais la pédagogie que vous suivez n'a pas la moindre confiance dans la capacité d'apprendre des humains. Il est évident que les femmes et les hommes sont en

Rudi Erlacher: « La buse s'écroule devant le décor réel »

mesure d'enregistrer quelque chose à l'avance pour l'appliquer plus tard.

Pourquoi croyez-vous, monsieur Elmayer, que vous êtes sur la bonne voie, avec votre approche didactique ?

Elmayer : il y a beaucoup de touristes qui expriment leurs remerciements pour l'exposition. Et même chez les gens qui vivent ici, je sens un changement. Jamais l'approvisionnement en énergie n'avait été discuté de manière aussi engagée dans la vallée de l'Isar. Et la coopération avec les associations de protection de la nature marche beaucoup mieux.

Erlacher : j'ai passé plusieurs heures là-haut hier et j'ai constaté que les gens entraient, jetaient un coup d'œil et ressortaient –pourquoi ? Parce que c'était tellement fascinant, dehors, et que la buse, à l'intérieur, n'a tout simplement aucun attrait. Vous ne parvenez pas à diriger l'attention vers vos informations ! C'est un défaut de conception : la buse s'écroule devant le décor réel, elle fait sortir les gens !

Elmayer : alors, soyez contents ! Et comment pouvez-vous savoir si précisément ce que le touriste a saisi ou pas ? Nous devons aller chercher les gens là où ils sont, et nous ne pouvons pas toujours dire : ça, c'est mauvais, ça c'est faux. Arrêtez un peu de râler, il est

temps que la « protection de la nature » arrête de bouder dans son coin !

La protection de la nature ne peut-elle se pratiquer qu'en ascèse, monsieur Erlacher, la nature ne peut-elle pas être source d'amusement ?

Erlacher : vous ne pouvez pas imaginer comme je m'amuse dans la nature ! Mais pourquoi la nature doit-elle être

tout d'un coup mise en scène, de la vallée jusqu'aux sommets ? Pourquoi doit-on aller chercher des concepts pédagogiques et esthétiques avec des artéfacts ? Parce que nous voulons de plus en plus vendre le paysage comme un produit, c'est ça le problème. Ce n'est plus la nature qui est au centre, mais l'ensemble « Bergwelt Karwendel ». C'est lui qui fait maintenant sensation.

La pédagogie au service ou au détriment de la nature ?

Le 30 juin 2008 a été inauguré le centre d'interprétation de la nature « Bergwelt Karwendel » (l'univers montagnard des Karwendel). L'œuvre de l'architecte Eberhard Steinert de Garmisch-Patenkirchen/D a la forme d'un télescope géant. Le cylindre de 34 m de long repose sur un étroit socle en béton sur une crête, près de la station d'arrivée du téléphérique à 2 244 m d'altitude. La buse de béton, habillée de bois, est fermée, à chaque extrémité, par un oculus vitré ; l'un donne sur la vallée, l'autre sur les pierriers d'un haut vallon où vivent des lagopèdes. La construction de « Bergwelt Karwendel » a coûté 2,7 millions d'euros, soit 1,4 million de plus que prévu. Selon la commune de Mittenwald, maîtresse de l'ouvrage, et Kai Elmauer, chef du projet, le « Bergwelt Karwendel » a pour but de gérer les flux de visiteurs, afin de préserver cette réserve naturelle exceptionnelle tout en promouvant la protection de la nature. A l'intérieur de la buse, une exposition de 200 m² est consacrée aux espèces végétales et animales vivant dans les Alpes en haute altitude. Il est également possible de réserver des excursions avec des spécialistes.

En mars 2009, la Conférence alpine a décerné un prix pour le tourisme durable et innovant au « Bergwelt Karwendel ». Malgré tout, la « buse au-dessus de l'abîme » reste controversée.

www.bergwelt-karwendel.de

© Dr. Klaus Lintzmeyer



Elmauer : monsieur Erlacher, tout cela me paraît trop abstrait. J'aimerais que vous fassiez des propositions concrètes. Nous cherchons à établir un lien sensé entre protection de la nature et tourisme. Si nous n'y parvenons pas, les habitants de Mittenwald et des autres communes ne pourront plus garder leurs enfants ici ; alors, nous aurons ici des villages et des maisons abandonnés, et ça n'est pas drôle.

Quelles propositions concrètes avez-vous, monsieur Erlacher ?

Erlacher : toutes les communes cherchent des concepts pour se distinguer des autres. Et si Mittenwald, avec son exposition là-haut, disait : « Regardez ça, en voulant vous gagner à la protection de la nature, nous avons-nous-mêmes détruit un morceau de nature ; cela s'est fait avec les meilleures intentions du monde mais c'était malheureusement la mauvaise voie. » Si c'était fait intelligemment, cette exposition pourrait alors devenir un lieu unique pour la protection de la nature –et la réflexivité serait l'image de marque de la commune de Mittenwald.

Elmauer : pardonnez-moi, mais c'est vraiment absurde. C'est comme si, en ouvrant une carte de restaurant, on tombait d'abord sur un grand avertissement : « Evitez nourriture et boisson, cela pourrait nuire à votre foie... » Monsieur Erlacher, nous avons, malgré tout, le même objectif, alors, cherchons une voie commune raisonnable. Nous voulons un centre d'interprétation vivant, qui invite à réfléchir et à discuter. Vous êtes cordialement invité à nous accompagner.

Modératrice :

Elisabeth Schmidt-Landenberg
Journaliste indépendante, Fribourg/D

La Marmolada se construit de plus en plus

La mégalomanie, nouveau mal des montagnes

Plusieurs mégaprojets menacent le milieu montagnard incomparable des Dolomites. Des remontées mécaniques de plus en plus spectaculaires exigent de nouvelles routes d'accès, des lits touristiques supplémentaires et des attractions futuristes, pour remplir ces derniers. Ce qui reste en rade, c'est la fonctionnalité de ces projets.

© mountainwilderness Italien



La gare d'arrivée à la Marmolada et la piste creusée spécialement dans le glacier pour la révision du téléphérique.

Depuis quelques années, la Marmolada, reine des Dolomites, subit des aménagements inacceptables. Dans les années 70, on a construit un téléphérique pour atteindre le sommet du dernier grand glacier des Dolomites (3 325 mètres) avec une énorme structure en tôle sur la Punta Rocca. En 2005, la compagnie des remontées mécaniques Tofane Marmolada S.p.a. a fait creuser une longue piste de service le long du glacier pour effectuer les travaux de réfection des trois tronçons du téléphérique : la Région Vénétie a accordé 8 millions à ce projet de rénovation. Aujourd'hui, la compagnie a besoin de nouveaux lits pour augmenter le nombre de passagers du téléphérique et faire avancer l'extension du domaine skiable jusqu'au Trentin.

À la faveur d'une procédure extrêmement rapide et discutable en termes de transparence, le conseil municipal de Rocca Pietore (BL) a récemment adopté la variante du plan d'aménagement proposée par la compagnie des remontées mécaniques. Ce plan prévoit la construction d'une mégastation à Malga Ciapèla, à 1 450 mètres d'altitude, sous la ma-

jestueuse paroi sud de la Marmolada. Il comprend un hôtel de plus de 200 lits, des installations fitness et sportives, des commerces et 52 chalets ; bref, un vaste village de vacances dans lequel une grande partie des habitants de la vallée pourra trouver du travail. Un volume de construction de 56 000 m³ qui coûtera environ 50 millions d'euros.

Une catastrophe sociale et économique

Dans l'évaluation de l'impact social du projet, nul n'a pas pris en considération le fait que Rocca Pietore ne comptait que 1 451 habitants (650 familles) mais disposait de logements pouvant accueillir 1 887 familles. L'association des hôteliers Federalberghi critique ce qu'elle considère comme une dilapidation du territoire et affirme que cet hôtel géant est une pure folie, étant donné que le taux de remplissage des hôtels de Belluno et des environs ne dépasse guère les 40%.

Les associations écologistes locales enfoncent le clou en parlant d'une véritable catastrophe sociale. Selon elles, le nouveau complexe hôtelier est une grave menace pour



© Foto Riva. www.fotoriva.dolomiti.com

Malga Ciapèla : pas assez de tapage dans la vallée ?

l'économie locale, l'artisanat, le commerce et la vie sociale, car la main d'œuvre sera entièrement absorbée par la structure. En l'espace de quelques années, la région autour du glacier de la Marmolada perdra définitivement son identité et sa spécificité, si le tourisme se laisse entièrement façonner par les exigences des opérateurs touristiques internationaux. Si la localité de Malga Ciapèla, située au pied de l'imposante paroi sud de la Marmolada, est complètement bétonnée, le paysage perdra toute sa beauté. Mais ce n'est pas tout : la société de remontées mécaniques a l'intention de construire également un hôtel futuriste de plus de 180 lits à Sappada, autre localité réputée des Dolomites, dans la vallée d'Alta Badia.

Une cathédrale sans chaire

A Alta Badia, la mégalomanie s'annonce avec un projet d'apparence futuriste. Sur le Piz La Ila, à 2 100 m d'altitude, doit être construite une capsule en verre de huit mètres de diamètre, sorte de vaisseau spatial avec vue panoramique sur 360 degrés. Elle servira de refuge haut de gamme pour les VIP qui pourront y passer la nuit en admirant le ciel étoilé ou la violence des phénomènes naturels dans les Dolomites, confortablement installés dans leur capsule. Il paraît que les touristes pourront ainsi vivre la nature de tout près. Ces formes

L'innovation devrait avoir une utilité

architectoniques pleines d'imagination sont totalement inédites dans le paysage alpin.

Il n'est absolument pas question de craindre les innovations architecturales ni de s'accrocher à une image passéiste des montagnes, mais l'innovation devrait aussi avoir une utilité. Lorsque de nouvelles formes architecturales permettent d'améliorer les performances énergétiques – comme c'est le cas des maisons passives aux larges baies vitrées –, aucune association écologiste ne s'opposera à l'utilisation de nouveaux matériaux ni à l'utilisation de nouvelles formes.

Or, la « boule de verre » prévue dans la vallée d'Alta Badia, même si elle a été conçue par le célèbre designer anglais Ross Lovegrove, n'est qu'une fin en soi. Elle est dénuée de tout contenu culturel et n'améliorera en rien la qualité de vie des touristes ou des habitants. Elle constituera une sorte d'« œuf-cathédrale », construit uniquement pour impressionner et étonner. Si la fascination empêche de voir les lieux réels, cela revient à nier l'existant, l'identité locale, l'esprit des lieux, bref les vraies valeurs qui devraient inspirer le tourisme de qualité. ■

Luigi Casanova,
Vize-président de CIPRA Italie

www.architetturaedesign.it (it)
Catégorie « Architettura Contemporanea ».

La croissance à tout prix ?

Cette année, la conférence annuelle de la CIPRA interroge de façon critique et sous différentes perspectives alpines le mantra de la croissance éternelle. A cet effet, la CIPRA invite des orateurs de renom à Gamprin/FL ; au côté d'interventions de fonds, un programme attrayant d'excursions et d'ateliers de discussion permettra de nouer de nouveaux contacts.

La prétendue logique de la croissance semble s'essouffler de plus en plus. Les problèmes climatiques et le pic pétrolier en sont les meilleures illustrations. Face à la crise économique, il est urgent d'inventer de nouvelles façons de penser et d'agir. Continuer comme avant est sans avenir, pour l'économie comme pour l'écologie.

La conférence annuelle 2009 de la CIPRA, qui se déroulera du 17 au 19 septembre à Gamprin/FL, veut être un creuset d'idées nouvelles concernant le sentiment de bonheur, les moyens de s'en sortir et la qualité de vie dans l'espace alpin. Celle-ci est particulièrement touchée et mise à l'épreuve par l'évolution de la mobilité, l'augmentation des phénomènes climatiques extrêmes, l'émigration etc. A vrai dire, nul ne connaît de recettes pour y faire face avec succès. Il est donc d'autant plus urgent de se défaire des modèles anciens et d'explorer des approches alternatives et des solutions potentielles. La CIPRA souhaite, par cette manifestation, aider les habitants des Alpes à affronter au mieux les défis à venir.

Prenons pour indicateur le bonheur plutôt que le produit intérieur brut

En ouverture, le jeudi soir, Franz Josef Radermacher, du Club de Rome, créateur controversé de la globalisation, parlera de sa conception d'un monde d'avenir. Ce professeur d'informatique de l'université d'Ulm/D est connu bien au-delà des frontières allemandes pour ses théories sur une économie de marché écosociale.

Le vendredi, Daniele Ganser, historien, et depuis 2006 chercheur dans le domaine de la paix et enseignant au Département d'Histoire de l'Université de Bâle/CH, mettra en lien la lutte mondiale pour le pétrole et la garantie d'approvisionnement et montrera quelle importance cela aura pour l'espace alpin. A la suite de cela, on se penchera sur les nouvelles formes d'indicateurs de bien-être telles que par exemple le « Bonheur National Brut »

qui, au Bhoutan, fait contrepoids au « Produit National Brut ». Puis, la mobilité et l'aménagement du territoire dans les Alpes seront examinés sous toutes les coutures. La matinée du vendredi se terminera par une intervention sur le « pic touristique », c'est-à-dire sur les conséquences d'une éventuelle décroissance sur le tourisme dans les Alpes.

Nouer des contacts et les entretenir

Ensuite, vendredi après-midi, divers thèmes seront travaillés de manière approfondie en ateliers. Les thèmes au programme seront très variés : la construction passive, la croissance des zones urbanisées, l'aménagement du territoire, les circuits économiques régionaux, la création de richesse et la qualité de vie ainsi que les Olympiades en tant que grande manifestation durable. La présentation des conclusions principales sous forme de thèses ainsi qu'une intervention de clôture sur la qualité de vie parachèveront cette rencontre.

Le but de cette conférence n'est pas uniquement de transmettre des informations spécialisées mais aussi d'offrir aux participants l'occasion d'échanger et de se mettre en relation. Des pauses sont prévues pour se rencontrer dans des espaces spécialement aménagés à cet effet.

Enfin, la CIPRA propose des excursions pour découvrir les environs proches. On pourra par exemple apprendre comment un cours d'eau peut être remis en valeur avec succès, à cheval sur des pressions liées d'une part à la croissance économique et d'autre part au besoin de « croissance écologique ». Ou encore, quelles seront les structures d'urbanisation demandées à l'avenir dans cette région ? ■



Moritz Rheinberger,
Directeur CIPRA Liechtenstein

© CIPRA International



Conférence annuelle 2009 de la CIPRA

Sur le thème de :

« La croissance à tout prix? »

Lieu : Gamprin, Principauté du Liechtenstein.

Date : 17 au 19 septembre 2009

Information et inscription : voir le prospectus au milieu de la revue ou sur www.cipra.org.

cc.alps

cc.alps pour un échange dynamique au niveau international

La Conférence « Tête froide sous l'effet de serre », qui a eu lieu à Bolzano dans le cadre du projet cc.alps de la CIPRA, a été pleinement réussie. Près de 180 personnes de tout l'espace alpin y ont pris part et ont participé activement aux ateliers et excursions thématiques. Les intervenant(e)s ont proposé des exemples de mesures climatiques dans des domaines tels que la ville climatiquement neutre, l'autarcie énergétique territoriale, ainsi que le changement climatique et l'aménagement du territoire ; leurs présentations sont téléchargeables sur le site de la CIPRA sous bitte Französischer Link einfügen. Entre les exposés, la CIPRA a interviewé des participant(e)s de tous les pays alpins. Les propos filmés se trouvent également sur le site de la CIPRA sous www.cipra.org/fr/cc.alps/conference.

Dès les 1er et 2 avril, un atelier avait regroupé 35 personnes invitées de manière ciblée, représentant diverses organisations de formation à l'environnement de tous les Etats alpins. Cet atelier avait pour objectif d'encourager les échanges d'expériences transfrontaliers entre les organisations de formation pour la jeunesse dans le domaine du changement climatique. Le succès a été total. Jusqu'à présent, les échanges transfrontaliers de ce genre étaient quasi inexistants. ■

www.cipra.org/fr/cc.alps

Alliance dans les Alpes

Dialogue ville-campagne

Les conflits d'intérêts et les problèmes de communication empêchent souvent la coopération entre les villes et leur périphérie. Ce problème sera en toile de fond lors d'une manifestation internationale organisée sur le thème du dialogue ville-campagne à Bad Reichenhall les 16 et 17 octobre par le Réseau de communes « Alliance dans les Alpes », l'Association Ville des Alpes de l'Année, le Secrétariat Permanent de la Convention alpine et la ville de Bad Reichenhall/D. ■

www.alliancealpes.org

Zugspitze

Travaux de restauration sur le point culminant de l'Allemagne

Récemment, la croix d'acier du Zugspitze située à 2 962 m, mesurant 4,88m de hauteur et pesant 300 kg, a été démontée lors d'une action spectaculaire et descendue dans la vallée par hélicoptère. La première croix du sommet avait été montée en 1851, uniquement à dos d'homme. 31 ans plus tard, la croix avait dû être déplacée et, après complète rénovation, elle avait été replantée sur le sommet Est. Depuis 1993, l'ancienne croix du sommet se trouve au musée Werdenfels à Garmisch-Partenkirchen. ■

www.zugspitze.de/news (de)



Alliance dans les Alpes

Nouveau programme DYNALP : Des communes pour le climat

A l'heure actuelle, le climat est la préoccupation majeure de nombreux acteurs. Malheureusement, certaines des mesures prises violent le principe de développement durable et vont à l'encontre de la protection de la nature. C'est pourquoi il est particulièrement important pour le Réseau des communes de soutenir ses membres dans une approche durable du changement climatique. Avec le nouveau programme « dynAlp-climate » qui démarre en juillet 2009, seront posées les bases nécessaires. Grâce au soutien financier de la Fondation MAVA pour la Nature, le projet dispose d'environ 200 000 euros. ■

www.alliancealpes.org

Le sermon sur la montagne

« Sécularisez-vous ! »

Si la Création était autrefois exclusivement entre les mains divines, à notre époque de sécularisation galopante, un nombre croissant de managers événementiels n'hésitent pas aujourd'hui à se faire passer pour le Créateur. Ils vénèrent l'événement comme une nouvelle divinité. Pour eux, la Création est le méga-méga-événement et Dieu est le directeur événementiel suprême. On pourrait dire en prenant quelque liberté avec Saint Jean : « Au commencement était l'Événement, et l'Événement était auprès de Dieu, et Dieu était l'Événement. » Pendant longtemps, les montagnes ont été tenues pour inutiles, horribles et dangereuses. L'attitude envers elles s'est modifiée au 18ème siècle et, de nos jours, les officiants du tourisme parlent même du potentiel événementiel des Alpes. Cette sécularisation, bien que condamnable, nous permet au moins de nous émanciper des faux prophètes de l'événement. N'importe quel visiteur peut devenir son propre manager événementiel : les vacanciers qui arrivent forment une polonaise de véhicules sur les voies d'accès, les randonneurs laissent sur les aires de repos aménagées des compositions originales de vaisselle jetable et d'autres artefacts, tandis que les surfeurs s'entraînent à la contemplation en produisant hors des pistes des avalanches artistiques de neige mouillée. Et pour ceux qui, rendus modestes par un petit budget, sont en quête de mini-événements, il y a toujours la possibilité d'allumer une bougie en solitaire. ■

Pater Montis

Conseil de lecture

Hier et aujourd'hui en diptyques

Dans son livre de photos d'environ 120 pages Hinter den Bergen (Derrière les montagnes), Lois Hechenblaikner, auteur et photographe autrichien, juxtapose en photos le Tyrol de naguère et d'aujourd'hui, avec un clin d'œil bien souvent ironique (cf. pp.5, 7, 9 et 10 de cette revue). Edition Braus, Heidelberg, Neckar. Prix : € 29,90, CHF 49,50. ISBN : 978-3-89466-300-1. ■

<http://www.hechenblaikner.at> (de)

Continuum écologique

La mise en réseau des habitats se poursuit

Grâce à un nouveau soutien financier de la Fondation MAVA pour la protection de la Nature, la CIPRA, ainsi que ses partenaires ALPARC (Réseau Alpin des Espaces Protégés), ISCAR et le WWF peuvent continuer à s'engager pour la mise en œuvre du réseau écologique à l'échelle alpine, qui a démarré avec succès. Le projet « Continuum écologique » met l'accent pour les prochains mois sur la préparation d'actions de sensibilisation pour 2010, proclamée année internationale de la biodiversité par les Nations Unies, sur la poursuite et la diffusion des instruments et des résultats réalisés jusqu'à présent, et sur la conception d'un réseau de compétences à l'échelle alpine. Il est également important de continuer à collaborer étroitement avec la Plateforme « Réseau écologique » de la Convention alpine et avec le Projet Econnect. Ces activités disposeront d'environ 270 000 euros pour mener les activités prévues jusqu'au début de l'année prochaine. ■

www.alpine-ecological-network.org (e)

cc.alps

Sensibilisation à l'honneur pour cc.alps au 2nd semestre 2009

Pour le second semestre 2009, la fondation suisse pour la nature MAVA mettra des moyens financiers supplémentaires à la disposition de cc.alps. Le point fort des activités portera sur la préparation et la diffusion des résultats de la phase de recherche. En particulier, la publication d'une série de cahiers thématiques intitulée « cc.alps compact » sera importante, tout comme la transmission des acquis grâce à la participation à des manifestations externes ou par le biais d'articles dans les médias appropriés. A l'automne est prévu un premier séminaire sur le transfert des connaissances. ■

www.cipra.org/fr/cc.alps

Comment concilier mise en scène personnelle et justice sociale ?

Voyez-vous, ce qui me dérange, finalement, dans toute cette mise en scène sur la montagne, c'est son côté élitiste. Tous ces symboles phalliques supposés enrichir le paysage alpin d'œuvres d'art en forme de tours : qui peut se permettre ce genre de chose ? Il n'y a encore et toujours que les milliardaires égyptiens et les oligarques russes, tandis que nous autres, nous n'avons aucune chance.

Je réclame donc la démocratisation de l'autoreprésentation ! Et il n'y a pas de doute que l'installation électrique est la formule la moins chère et la plus facile. On râlait tellement autrefois contre l'ennui et l'obscurité des paysages nocturnes, ou la monotonie des ciels étoilés dans les Alpes ! Heureusement, certains sites touristiques s'en sont rendu compte et éclairent au moins les pistes de ski. Les sportifs peuvent ainsi s'amuser aussi la nuit et les moins sportifs peuvent admirer un beau spectacle depuis leur hôtel, un verre de Vodka Red Bull à la main.

Mais, dans ce genre-là, on peut faire beaucoup mieux : nous avons, dans les Alpes, 61 « quatre mille » dont la mise en valeur nocturne pourrait être rehaussée optiquement par des œuvres d'art lumineuses personnalisées à des tarifs sociaux dégressifs et même à titre gratuit pour les chômeurs et les retraités. Imaginons, par exemple, que les intéressés puissent acheter trois jours d'éclairage du Weisshorn, passant en boucle le message « Johannes, je t'aime, signé Trixi ». Johannes se rendra alors à la montagne pour voir ça, et comme ça ne se voit que le soir, il devra aussi y passer la nuit. Dans sa joie, il sablera le champagne et ne pourra en aucun cas se montrer radin.

Le seul danger pourrait venir du côté des mauviettes qu'on voit marcher pieds nus ou en sandales Birkenstock, ou qui craignent l'eau froide. Ils affirmeront que certains bestiaux en perdraient le sens de l'orientation nocturne (ils n'ont qu'à dormir la nuit !) et que tout ça consomme beaucoup trop d'énergie. Dans ce cas-là, il n'y a plus qu'une chose à faire : démolir les Alpes, en vendre un morceau à chacun selon ses ressources financières sous forme de fragments de roches plus ou moins grands, pour que chacun puisse mettre en scène « ses » Alpes à sa manière à la maison. Johannes, par exemple, avec sa Trixi, aurait un mini-Matterhorn et un téléphérique jouet sur la table de nuit. On pourra ainsi enfin faire aboutir une revendication populaire des années 80 : les Alpes au panier – Vue dégagée sur la Méditerranée !

Ce que je ferai ensuite sans les Alpes ? Ne vous faites pas de souci, j'irai sur la Méditerranée vendre des cartes postales et d'autres souvenirs pieux d'un monde alpin intact. On pourra certainement très bien en vivre encore longtemps après la disparition des Alpes, car vous le savez : la nostalgie meurt en dernier. ■



Andreas Götz,
Directeur CIPRA International

© CIPRA International



Postcode 1

Zutreffendes durchkreuzen – Marquer ce qui convient Porre una crocetta secondo il caso					
Weggezogen; Nachsendefrist abgelaufen A démnagé; Délai de réexpédition expiré Traslocato; Termine di rispedizione scaduto	Adresse ungenügend insuffisante Indirizzo insufficiente	Un- bekannt Inconnu Scono- sciuto	Nicht abgeholt Non récl. Non ritirato	Annahme verweigert Refusé Respinto	Ge- storben Décédé Deceduto

Bande-annonce Alpenscène Nr. 92



Global Warming Protest ! © www.looku.com

Le changement climatique demande une action réfléchi

Que faisons-nous, nous les humains, pour atténuer le changement climatique ? Nous emballons les glaciers, rehaussons l'endiguement des cours d'eau, faisons du commerce de droits à polluer, augmentons l'exploitation de l'énergie hydraulique... Mais avons-nous une idée des répercussions de ces mesures climatiques sur la société, l'économie et l'environnement ? Après un an de recherches et une conférence internationale passionnante sur ce thème, la CIPRA livrera, dans le prochain numéro d'Alpenscène n°92, les premières réponses et propositions, pour mettre les mesures climatiques en accord avec les principes du développement durable. **Paraîtra fin automne 2009.**