

## Projet 15

### Butiner au Pays du Mont-Blanc Suisse

### 4<sup>ème</sup> Prix du Développement Durable Touristique 2004

contact [alina.darbellay@bluewin.ch](mailto:alina.darbellay@bluewin.ch)

# **BUTINER AU PAYS DU MONT BLANC**

## **Synthèse**

A l'époque où le tourisme de masse traverse une crise et où les préoccupations pour l'environnement se font entendre de plus en plus, il est judicieux de chercher des alternatives dans le tourisme lent. Le concept du tourisme lent, lancé par Mountain Wilderness, s'inspire de 'slow food' (nourriture lente) développé en Italie. Un tel tourisme se définit par cinq critères : enracinement régional ; respect de l'environnement naturel ; qualité des relations humaines ; authenticité ; satisfaction au niveau de cinq sens. Un projet comme Butiner demande relativement peu d'investissements. Il espère cependant apporter un vrai soutien à la vie des populations de montagne, en valorisant le savoir-faire local, en cherchant des solutions respectueuses de la nature et en développant un travail en réseau.

## **Faiblesses auxquelles le projet entend apporter une solution (art. 2)**

1. Difficulté d'appliquer sur le terrain les principes du développement durable tels que définis dans la Charte du développement durable du canton du Valais, comme aussi dans l'Agenda 21.
2. Difficulté de trouver un équilibre entre utilisation et protection de la montagne dans la région du Mont-Blanc.
3. Difficulté de collaborer entre les différents secteurs : agriculture, commerce, tourisme, culture et patrimoine.
4. Manque de travail en réseau entre les différents prestataires touristiques.
5. Concentration des revenus économiques résultant du tourisme de masse et leur mauvaise répartition dans l'économie locale.
6. Méconnaissance de la part des visiteurs de la richesse naturelle et de la vivacité culturelle de la région, traditionnellement une région de passage (GstBernard).

## **Interventions envisagées (sur la base des critères d'évaluation art. 3)**

## **Faisabilité économique du projet et impact sur le développement économique local.**

En contraste avec le tourisme dur qui néglige et bouscule l'économie et la culture locales, le tourisme lent soutient et stimule précisément ce qui est unique pour l'univers local. La multifonctionnalité des branches comme l'agriculture et l'économie forestière est aussi encouragée.

Dans un premier temps, l'impact économique local de Butiner sera modeste au sens de son montant, mais appréciable au point de vue redistributif. Les revenus de ce projet reviennent en effet directement vers le prestataire. Cet aspect permet la pérennité des petites et moyennes entreprises (PME) de la branche touristique au niveau local. Un effort pour utiliser les ressources locales, surtout le bois (pour le chauffage, la construction) , devrait soutenir l'économie forestière locale ne serait-ce déjà qu'à une petite échelle.

L'impact du projet augmentera avec :

- le développement et la sophistication de l'offre; par exemple, offres tout-en-un (paquets touristiques), pique-niques, et autres produits pour lesquels la collaboration en réseau est essentielle
- la densification du réseau
- la génération d'une plus-value marketing grâce à la marque Butiner, définie selon les critères clairs et approprié par les prestataires.

## **Mise en oeuvre et insertion sociale.**

Les partenaires du projet sont des entreprises enracinées dans la région. Elles ont accumulé de l'expérience dans leur domaine, de façon individuelle. Les gens concernés ce sont des experts et le Butiner va à leur rencontre. L'innovation du projet réside dans la proposition de travailler en réseau, de communiquer, d'utiliser les ressources des uns et des autres (par exemple, les propriétaires de chambres d'hôtes qui se procurent les produits du terroir chez les producteurs), d'échanger l'information et les expériences (par exemple, entre les gérants des alpages) et de se transmettre les hôtes (leur recommander d'autres points de la marque Butiner). En permettant l'entrée en contact entre les différentes branches (agriculture, culture, hébergement, transport), une consolidation sociale et une meilleure compréhension inter-sectorielle en résultent. On peut parler du développement d'un éco- et agri-tourisme culturel qui rassemble et non pas divise les prestataires.

## **Défense de la culture et de l'identité locale.**

La culture agro-pastorale vivante, chargée d'histoire mais également touchée par les défis d'aujourd'hui, reste au cœur du projet. Le touriste qui butine est une personne qui cherche à découvrir la région, ses spécificités, son caractère unique et qui prend son temps pour entrer en contact avec les habitants pour un enrichissement mutuel. Il s'intéresse à connaître la vie du passé révélée par les petits musées ou les moulins. Il veut aussi découvrir la vie à l'alpage, goûter les produits du terroir, visiter les expositions contemporaines dans les villages et participer à ces fêtes enracinées dans la tradition et en transformation constante, comme la désalpe. C'est à travers ces expériences que le touriste entrevoit l'âme de l'endroit. Par sa curiosité et son intérêt, il envoie un message de respect et renforce l'identité et la culture locales. La valorisation touristique du patrimoine passe donc à travers le contact individuel entre les hôtes et les prestataires, la découverte des lieux expressément culturels (moulins, musées, expositions) mais aussi à travers les découvertes de la culture vivante (alpages, fêtes, travaux saisonniers).

La collaboration avec des groupes de danse et de chant locaux et de l'extérieur partageant l'esprit Butiner, est prévue à partir de 2004.

### **Préservation et mise en valeur de l'environnement.**

Un touriste qui butine entre dans une relation tout à fait privilégiée avec la nature : il se déplace en transport en commun et surtout il marche. Il suit les sentiers, il explore, il admire, il se fatigue, il se repose chez l'habitant ou dans les alpages, il mange des produits locaux. Il n'a pas besoin d'infrastructures coûteuses et intrusives. Il recherche le face-à-face avec la nature et il encourage une attitude respectueuse envers l'environnement.

En gardant la coordination du projet, Mountain Wilderness espère aider au processus d'approfondissement de la sensibilité environnementale des prestataires. Pour le réseau Butiner, le respect de l'environnement naturel reste une préoccupation fondamentale. En fait, c'est un des cinq critères sur la base desquels les prestataires ont été acceptés. Nous espérons qu'avec le temps, les groupes d'intérêt (les gérants des alpages, les propriétaires des chambres d'hôtes, les commerçants etc.) vont développer leurs propres normes par rapport à l'environnement dans des domaines comme, par exemple, l'énergie, la technologie, l'approvisionnement et les transports. Nous espérons évoluer ensemble dans la direction de la gestion la plus écologique possible.

### **Durabilité avec la mise en évidence de l'équilibre entre le développement économique et les aspects sociaux, culturels et environnementaux touchés par le projet.**

La durabilité du projet est assurée par :

1. la participation des petites et moyennes entreprises enracinées dans l'économie locale
2. la collaboration entre différents secteurs (agriculture, culture, transport, hébergement)
3. le travail en réseau
4. l'engagement à long terme de l'association MW, soutenu par les pouvoirs politiques des communes concernées
5. l'impact redistributif du projet
6. le respect de l'environnement naturel inscrit au cœur du projet
7. la valorisation active de la culture vivante de la région
8. le caractère participatif et responsabilisant du projet

## **Description du projet**

### **Synthèse**

Une abeille qui butine est l'image d'un tourisme lent en accord avec la nature : un bon miel se fait en prenant le temps qu'il faut pour savourer et se délecter des saveurs environnantes. Le projet Butiner au pays du Mont-Blanc s'inspire de cette vision en proposant aux visiteurs une autre facette du massif du Mont-Blanc, hors des sentiers battus pour découvrir les produits, les saveurs, le patrimoine bâti et les expositions culturelles qui permettent de véritablement vivre cette région.

### **Objectifs principaux du projet**

1. Sensibiliser tous les acteurs économiques de la région à ce type de tourisme et les encourager à oeuvrer dans le même sens en étroite collaboration.
2. Créer un réseau d'offres (produits du terroir, culture et patrimoine, hébergement proche de la nature) comme une base pour :  
Phase 1 - la publication (en français et en allemand) d'un dépliant avec les offres situées sur une carte ;  
Phase 2 - le développement d'une série d'offres tout-en-un (paquets touristiques) (de 3 à 6 jours) en partenariat avec les acteurs locaux (qui apparaissent dans le dépliant) et les institutions touristiques régionales ou nationales.

### **Objectifs sous-jacents**

Le projet suit les lignes directrices de l'Agenda 21 local (en particulier les chapitres : 4, 13, 14, 15, 27, 32). Il doit contribuer à un développement durable dans la région, en soutenant les objectifs suivants:

- promouvoir et développer l'intérêt pour un tourisme respectueux de l'environnement, de la culture et du patrimoine
- tourisme lent: inciter les gens à passer du temps sur place au lieu de n'y faire que passer, déplacements à pied ou en transports publics
- convivialité, ouverture, accueil dans la région où le touriste se sent bien et a envie de rester (contre-exemple: séjour à La Fouly mais souper à Verbier)
- créer des points de rencontre entre la population et les touristes qui permettent des échanges respectueux
- donner une ouverture sur le patrimoine, la culture et les activités régionales
- soutenir une économie et une agriculture durables (main d'oeuvre locale, éviter l'exode)
- développer un label pour des offres de qualité
- rendre accessibles ces offres à des personnes ne connaissant pas la région

## **Etendue**

Le projet devrait englober toute la région du Mont-Blanc, créant ainsi des liaisons et interactions entre les trois pays (la Suisse, la France, l'Italie), tout en initiant un tourisme respectueux des particularités locales. Partageant cette perspective avec l'Espace Mont Blanc, nous espérons collaborer avec eux, dès que leur étude de base sera acceptée et les lignes de travail futures établies. Cependant, dans une première étape, nous nous sommes concentrés sur le côté suisse du territoire de l'EMB, c'est-à-dire: Mont Chemin- Sembrancher, Val d'Entremont, Val Ferret-Champex, Vallée du Trient, Martigny.

## **Public-cible**

Toutes les personnes fréquentant la région et souhaitant mieux connaître ses particularités:

- touristes suisses et étrangers
- alpinistes, grimpeurs, autres sportifs de montagne
- randonneurs du tour du Mont-Blanc (TMB) et du Tour des Combins (TDC)
- gens de passage, voyageurs vers d'autres destinations

## **Contenu**

a) La liste d'adresses offrant produits et services selon les critères suivants:

1. Régionalité – offre enracinée dans le patrimoine naturel et culturel de l'endroit.

2. Respect de l'environnement naturel – technologie appropriée, transport réfléchi, production la plus biologique possible.
3. Authenticité – pas de pseudo-folklore ni de 'Fun Park'.
4. Qualité des relations humaines – bon accueil et ouverture vers l'autre .
5. Satisfaction au niveau des cinq sens – beau à voir, bon à manger, aimable à entendre, vrai à toucher et agréable à sentir.

La liste est ouverte à tous les fournisseurs de produits et de services souhaitant promouvoir leur offre dans le sens des objectifs ci-dessus. Elle est susceptible d'évoluer par l'initiative même des fournisseurs.

La liste contient des offres dans les catégories suivantes:

1. produits régionaux (produits de la Corbeille d'Entremont et artisanat)
2. hébergement (logement chez l'habitant, alpages)
3. culture, expositions (art local, histoire, nature)
4. excursions, sites intéressants (sentiers didactiques, gorges)

b) Propositions de liaisons entre les offres, en principe à pied et sur des sentiers permettant de découvrir d'autres aspects de la culture et du patrimoine (constructions typiques, lieux historiques, flore et faune)

### **Supports**

a) Dépliant contenant:

- la carte avec les propositions d'itinéraires entre les offres
- les adresses détaillées des offres avec une petite description
- liste des manifestations locales
- cabanes et refuges de la région

b) Site internet, [www.butiner.ch](http://www.butiner.ch), contenant les informations du dépliant et des offres tout-en-un. En plus: carte interactive, description complète, photos, liens et contact par mail. Les sponsors figurent également sur le site avec un lien.

c) Divers: exposition et présentation dans les offices du tourisme et divers lieux culturels de la région ; articles dans le journal MW-News et la presse locale ; affiches publicitaires.