

Série AlpFUTUR

Les fonctions de l'économie alpestre jugées par la population

Xenia Junge¹ et Marcel Hunziker¹

¹Institut fédéral de recherches sur la forêt, la neige et le paysage WSL, 8903 Birmensdorf, Suisse

Renseignements: Xenia Junge, e-mail: xenia.junge@wsl.ch, tél. + 41 44 739 24 84



Des touristes sur un alpage dans le Diemtigtal. (Photo: Xenia Junge, WSL)

Introduction

L'économie alpestre caractérise le paysage rural de la Suisse dans les régions d'estivage. Cette forme d'agriculture, d'un aspect encore très traditionnel, évoque souvent un mode de vie idyllique et symbolise l'identité nationale. On lui attribue donc une grande valeur sociale ainsi qu'une importante fonction identitaire pour la population suisse. En raison de la mutation des structures agricoles, l'agriculture a partiellement abandonné

la gestion des alpages. Il en résulte un embroussaillage et un reboisement de terres naguère utilisées comme pâturages alpestres (Baur *et al.* 2007).

Peu de données existent sur l'impact du changement de l'économie alpestre et donc de l'évolution du paysage alpin sur le plan socio-culturel. Il est tout de même admis que l'économie alpestre, ancrée dans la tradition et caractérisant la singularité des paysages alpins, revêt une importance particulière tant pour l'identité de la population des régions de montagne que pour celle de

la Suisse (p. ex. Schermer et Kirchengast 2006; Schütz 2010). Les coutumes et autres aspects culturels de l'économie alpestre sont certes décrits dans la littérature populaire (Maeder et Kruker 1983; Niederer 1996), mais leur signification actuelle pour le peuple suisse (p. ex. en tant que facteur générateur d'identité) est encore peu connue et n'est pas non plus évoquée dans les articles de loi sur l'agriculture (art. 104 CF).

On manque aussi de données sur les attentes de la population en ce qui concerne les prestations d'intérêt public de l'économie alpestre, comme la sauvegarde du paysage rural et le maintien de la biodiversité dans les régions d'estivage. A l'avenir, les paiements directs indemnisant les prestations d'intérêt public de l'agriculture devront être accordés de façon encore plus conséquente et mieux ciblée sur la base des attentes de la société, dans les régions d'estivage aussi (Lanz *et al.* 2010).

Dans le sous-projet AlpFUTUR 15 Société¹, l'importance accordée par la population aux diverses fonctions de l'économie alpestre (p. ex. les fonctions écologique, économique, culturelle) a donc été étudié; le rôle que joue cette économie dans la construction de l'identité du peuple suisse et de la population des régions de montagne a également été analysé. Il s'agissait en outre d'établir une distinction entre les points de vue des diverses parties prenantes (population suisse en général, touristes, population locale).

Méthodes

Sondage

Pour répondre aux questions énoncées ci-dessus, deux sondages écrits ont été réalisés dans le Diemtigtal, l'une des régions d'étude du projet AlpFUTUR, et un autre à l'échelle nationale. Un questionnaire standardisé a été utilisé à cet effet. Celui-ci a été complété par des analyses bibliographiques, des interviews d'experts semi-structurés ainsi que des interviews qualitatives plus approfondies avec des représentants des parties prenantes dans le Diemtigtal.

En automne 2010, 117 touristes ont été interrogés dans divers restaurants (alpins) du Diemtigtal. Puis au printemps 2011, 920 questionnaires ont été adressés par la poste à tous les ménages de la commune de Diemtigen. Un total de 273 questionnaires remplis ont été retournés (30% de réponses). Le questionnaire à l'échelle de la Suisse a été réalisé en ligne à l'automne 2011 et 1526 personnes y ont participé. La moitié d'entre

Résumé L'économie alpestre caractérise le paysage rural de la Suisse dans les régions d'estivage. Cette forme d'agriculture, d'un aspect encore traditionnel, revêt une grande valeur culturelle et joue un important rôle identitaire pour la population suisse.

Les touristes et habitants de la région du Diemtigtal, l'une des régions d'étude du projet AlpFUTUR, ont été interrogés, afin d'étudier quelles fonctions de l'économie alpestre sont appréciées par les diverses parties prenantes de la population et dans quelle mesure cette économie est source d'identification. En outre, un sondage a été réalisé dans l'ensemble de la Suisse. Une grande importance est attribuée à l'entretien du paysage, notamment en vue de maintenir la diversité des espèces et la valeur récréative, ainsi qu'aux produits de l'économie alpestre. Les offres touristiques dans les Alpes sont un peu moins bien cotées. Les habitants des régions de montagne s'identifient davantage à l'économie alpestre que les autres participants à l'enquête et accordent plus d'importance à toutes ses fonctions.

Cette étude sert de cadre d'action à la mise en œuvre, dans les régions d'estivage aussi, des contributions à la qualité du paysage axées sur les attentes de la société.

¹Ce projet de recherche a été soutenu financièrement par l'Office fédéral de l'environnement (OFEV).

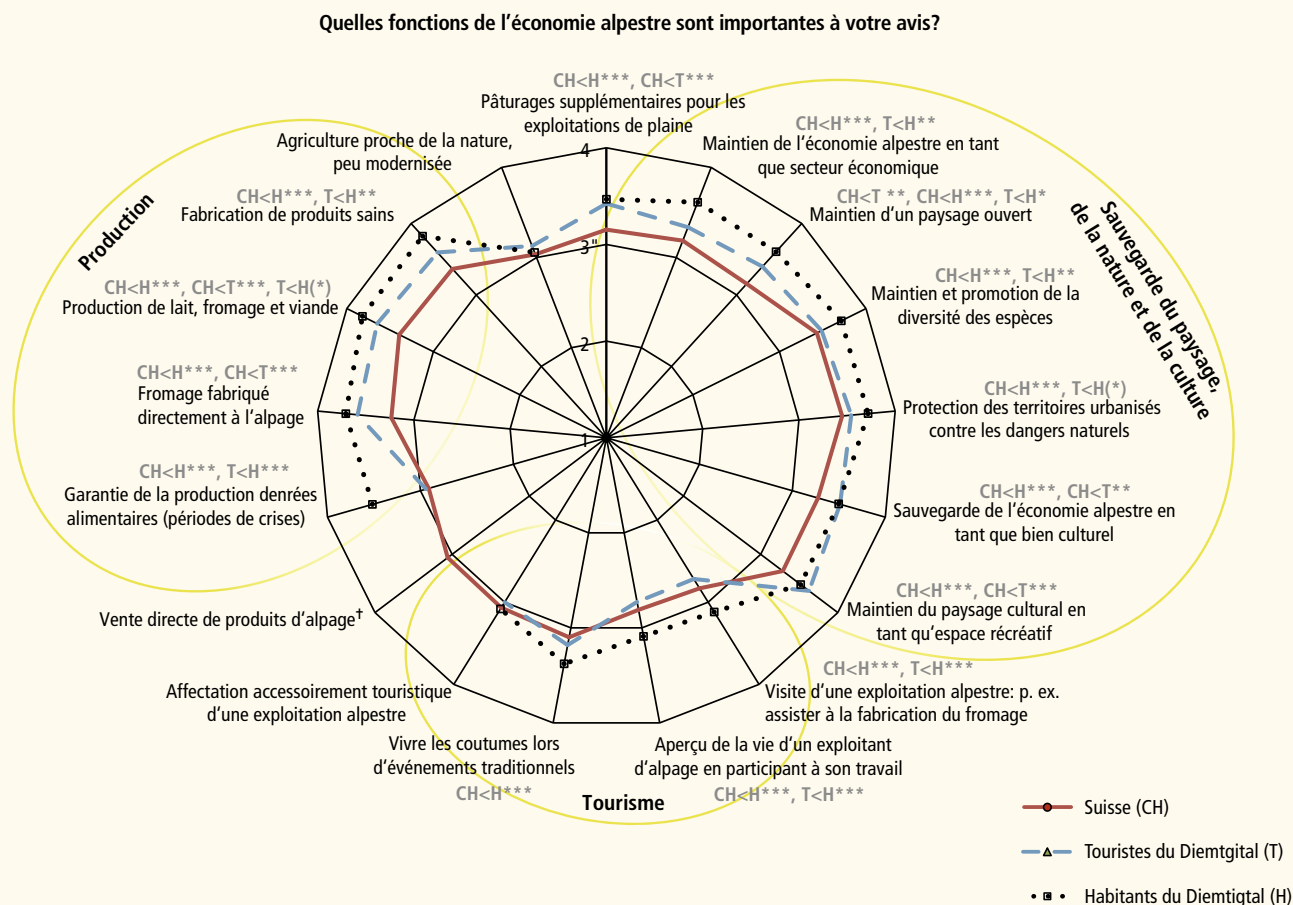


Figure 1 | Fonctions de l'économie alpestre avec la valeur moyenne accordée par la population suisse, les touristes du Diemtigal et les habitants du Diemtigal.

Valeurs de l'échelle: 1 = pas important, 2 = peu important, 3 = assez important, 4 = important. Les différences entre les groupes sont indiquées en gris (*) $p < 0,10$, * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$. Les items du questionnaire ont été classés dans des dimensions supérieures (entourées de jaune). La formulation des items est partiellement abrégée dans la figure. †N'a été pris que dans le questionnaire à l'échelle de la Suisse.

elles a été contactée par le panel en ligne de l'Institut de sondage LINK et l'autre moitié par le Panelbiz, tous deux représentatifs pour la Suisse. Les variables socio-démographiques comprenaient l'âge, le sexe, le degré de formation, le domicile et la région linguistique ainsi que le rapport avec l'agriculture, les alpages et les régions de montagne.

Dépouillement

Des analyses factorielles ont été réalisées pour découvrir les liens entre les variables de chaque bloc de questions. Cette méthode permet de regrouper les variables fortement corrélées sous forme de facteurs (dimension supérieure). Il est ainsi possible de donner une meilleure vue d'ensemble des liens observés entre les variables. Afin de comparer les valeurs des moyennes entre les parties prenantes, des analyses de variances ont été effectuées à l'aide des comparaisons multiples post hoc.

Résultats

Fonctions de l'économie alpestre

Presque toutes les fonctions mentionnées dans le questionnaire sur l'économie alpestre ont été jugées assez importantes, tant par la population suisse que par les touristes et la population locale du Diemtigal. Les habitants et touristes de la vallée accordent plus d'importance à toutes ces fonctions, ou à presque toutes pour les touristes, que la population suisse (fig. 1). Dans la figure 1, chaque fonction a été classée dans les trois dimensions «production», «sauvegarde du paysage, de la nature et de la culture» et «tourisme». Ce classement thématique est étayé par une analyse factorielle qui n'est pas présentée plus en détail dans cet article (Junge et Hunziker 2013).

Pour la population suisse, la dimension supérieure «sauvegarde du paysage, de la nature et de la culture»,

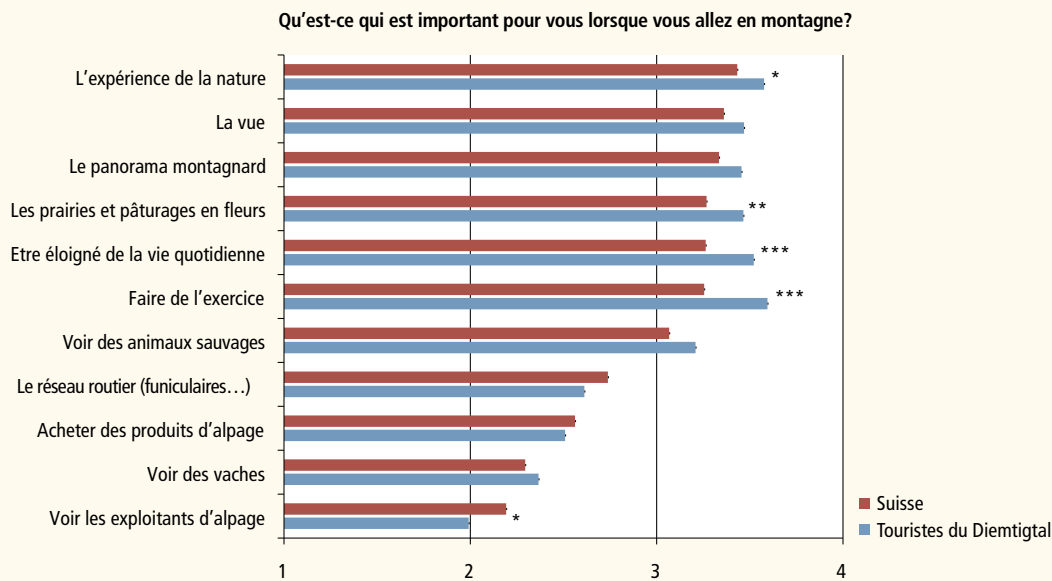


Figure 2 | Aspects importants pour les personnes interrogées qui se rendent en montagne.

La valeur moyenne de la population suisse est en rouge et celle des touristes du Diemtigtal en bleu.

Valeurs de l'échelle: 1 = pas important, 2 = peu important, 3 = assez important, 4 = important.

Niveau de signification: * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

alliée au maintien de la diversité des espèces, est l'une des principales fonctions de l'économie alpestre, suivie par la production agricole. Les offres touristiques ont un peu moins d'importance. La population du Diemtigtal apprécie surtout les fonctions économiques, mais aussi le maintien d'un paysage ouvert et de la diversité des espèces. Les touristes se situent entre la population suisse et celle du Diemtigtal; ils estiment cependant que les offres de tourisme d'alpage sont les moins importantes, alors qu'ils trouvent primordial de conserver le paysage rural comme espace récréatif.

Contrairement à la valeur généralement élevée attribuée aux fonctions de l'économie alpestre, le contact avec cette économie joue un rôle relativement mineur lors d'une visite en montagne: expérience de la nature, scénarios et diversité des espèces sont plus importants que les aspects de l'économie alpestre, tant pour la population en général que pour les touristes (fig. 2).

L'économie alpestre dans son rôle générateur d'identité

L'économie alpestre est un élément marquant de la typicité ou singularité suisse. La population du Diemtigtal, tout comme celle de la Suisse en général, se rallie largement à l'affirmation que «l'économie alpestre appartient à la Suisse» et que «les alpages et chalets d'alpage

sont typiquement suisses» (valeur moyenne suisse: 4,48 respectivement 4,05, valeur moyenne de la population du Diemtigtal: 4,88 respectivement 4,68 sur une échelle de 5 degrés; 1= pas du tout 5= tout à fait; cette question n'a pas été posée aux touristes du Diemtigtal).

Des analyses factorielles ont aussi été réalisées afin de déceler les liens entre les variables décrivant les différentes fonctions de l'économie alpestre générant une identité. Les dimensions supérieures suivantes ont été créées à cet effet: «L'économie alpestre marque l'identité personnelle» (facteur 1) et «L'économie alpestre forge la singularité de la Suisse et un sentiment d'identité nationale collective» (facteur 2) (tabl. 1).

Les habitants du Diemtigtal accordent une plus grande importance que la population suisse aux dimensions «L'économie alpestre marque notre identité personnelle» et «L'économie alpestre forge la singularité de la Suisse» (fig. 3). D'après un indice donnant une valeur moyenne par facteur de toutes les variables avec une saturation factorielle de plus de 0,5 (tabl. 1), la population suisse en général ne s'identifie que moyennement à l'économie alpestre sur le plan personnel, mais elle tend à approuver que cette économie forge la singularité de la Suisse (fig. 3). Dans l'ensemble de la population également, un sentiment d'identité nationale collective est

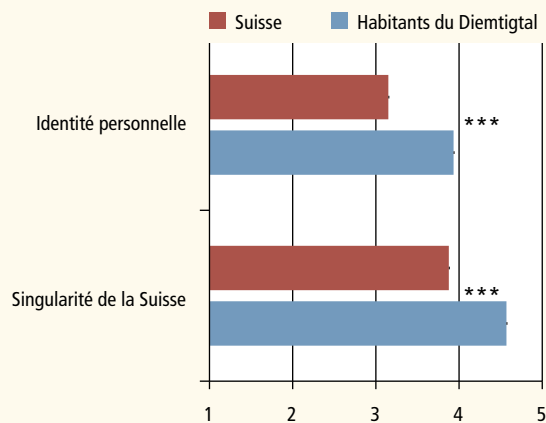


Figure 3 | Indice pour la notation moyenne des dimensions «L'économie alpestre renforce l'identité personnelle» et «L'économie alpestre forge la singularité de la Suisse». Les valeurs moyennes ont été calculées pour les variables avec une saturation factorielle supérieure à 0,5.

Valeurs de l'échelle: 1 = ne correspond pas du tout à mon point de vue, 2 = plutôt pas, 3 = ni oui ni non, 4 = plutôt, 5 = tout à fait.

Niveau de signification: *** $p < 0,001$

révélé par la saturation factorielle pour «sentiment patriotique» et «fierté de l'économie alpestre» dans la dimension «singularité» (tabl. 1).

Discussion

Pour la population, les principales fonctions de l'économie alpestre sont le maintien de la diversité des espèces et d'un paysage favorable aux activités récréatives, ainsi que la fabrication des produits d'alpage. Cette option se recoupe avec ses attentes et ses préférences envers l'agriculture dans son ensemble. L'écologie, les espaces récréatifs et la production de denrées alimentaires ont une grande valeur pour la population (Huber *et al.* 2007); celle-ci préfère aussi les paysages agricoles riches en espèces plutôt que le contraire (Junge *et al.* 2011). En ce qui concerne la production examinée dans cette étude, les produits (sains) de haute qualité et les méthodes de production spécifiques des alpages, comme les fromages produits sur place, sont appréciés. Böni et Seidl (2012) relèvent aussi l'attrait pour ces produits, notamment le fromage d'alpage, ainsi que la valeur particulière attribuée aux précieux composants et aux méthodes de production (travail manuel, caractère naturel).

Les aspects culturels et sociaux de l'économie alpestre, comme les offres touristiques ou les manifestations traditionnelles, sont un peu moins bien placés dans cette étude. Les offres de tourisme d'alpage ne sont cependant pas considérées comme *pas importantes*, mais elles sont classées comme étant *moins importantes* que les fonctions classiques de l'économie alpestre (production et entretien du paysage), notamment par les touristes du Diemtigtal. Les offres touristiques gagnent toutefois en importance en tant que pilier de l'économie alpestre. Le tourisme d'alpage est de plus en plus demandé d'après les consommateurs interrogés par Böni et Seidl (2012), mais ce tourisme devrait être simple et authentique. Du point de vue touristique toutefois, les résultats de notre étude semblent montrer que le paysage alpin est plus important: pour les touristes qui se rendent en montagne, l'expérience de la nature et du paysage est davantage appréciée que le contact avec l'économie alpestre, dont l'une des fonctions principales est de maintenir un paysage rural en tant qu'espace récréatif.

La population du Diemtigtal accorde plus de valeur non seulement aux fonctions de production, mais aussi aux fonctions touristiques – probablement aussi au point de vue économique. Kianicka *et al.* (2006) constatent également que les aspects de l'économie locale sont davantage appréciés par les gens de la région que par ceux de l'extérieur. Pour de nombreux habitants des régions de montagne, l'économie alpestre est une part de leurs bases existentielles – soit directement pour l'exploitant soit indirectement en tant que branche de l'exploitation liée à d'autres branches similaires. Pourtant, outre la production, la multifonctionnalité de l'économie alpestre est plus importante pour la population du Diemtigtal que pour les Suisses et les touristes: en effet, cette dernière place au plus haut degré le maintien d'un paysage ouvert, en particulier celui de la diversité des espèces. La valeur écologique et esthétique des alpages riches en espèces est ancrée dans l'esprit de la population locale; elle est considérée comme un «produit» de l'économie alpestre dont on est fier – c'est ce qui ressort des interviews qualitatives réalisées avec les représentants locaux au cours des interrogations préalables.

Les valeurs accordées par les touristes se situent généralement entre celles de la population locale et de la population suisse, mais elles se recoupent parfois avec l'une ou l'autre. En se rendant dans une région alpine, les touristes créent une relation personnelle avec ces lieux et donc aussi avec le paysage alpin et l'économie alpestre. Dès lors, leur point de vue se rapproche de celui de la population locale; toutefois, des intérêts tou-

Tableau 1 | Coefficients de corrélation pour le rapport entre les aspects reflétant une fonction génératrice d'identification à l'économie alpestre et deux facteurs extrapolés d'une analyse factorielle. Plus la corrélation des variables avec les facteurs est forte (saturation factorielle), plus elle contribue à expliquer le facteur. Seules les corrélations dépassant l'indice 0,3 sont représentées. Variance globale expliquée = 61,5 %; méthode de rotation: Varimax.

Fonction génératrice d'identification à l'économie alpestre	Facteur 1 «identité personn.»	Facteur 2 «singularité suisse»
L'économie alpestre caractérise ma conception de vie	0,832	
L'économie alpestre est très importante pour moi	0,796	0,324
L'économie alpestre forge ma personnalité	0,796	
Je ressens un profond sentiment d'appartenance à l'économie alpestre	0,748	0,356
Si l'économie alpestre devait être abandonnée, une part importante de moi-même disparaîtrait	0,737	
L'économie alpestre me fascine	0,605	0,441
Je suis attaché à l'économie alpestre depuis mes séjours à l'alpage dans mon enfance	0,592	0,339
Si l'économie alpestre devait être abandonnée, cela m'inquiéterait sérieusement	0,577	
Les alpages et les chalets d'alpage sont typiquement suisses		0,813
L'économie alpestre appartient à la Suisse		0,794
La vue des pâturages d'alpage éveille en moi un sentiment patriotique ¹	0,451	0,669
L'économie alpestre renforce mon sentiment patriotique	0,547	0,654
Je suis fier de l'économie alpestre suisse / dans le Diemtigtal	0,476	0,579
Valeur propre	4,84	3,15
Variance (%)	37,3	24,2

¹N'a été utilisé que pour l'indice «Singularité».

ristiques ainsi qu'une certaine distance subsistant entre les touristes et la région, peuvent aussi les conduire à penser comme l'ensemble de la population suisse (Kianicka *et al.* 2004).

L'identification à l'économie alpestre sur le plan personnel semble jouer un rôle secondaire pour la population en général, mais l'économie alpestre éveille un sentiment d'identité nationale. En tant que bien culturel et forme d'économie souvent très traditionnelle et d'apparence originelle, l'économie alpestre peut représenter un symbole patriotique lorsqu'elle est considérée comme un élément forgeant l'identité locale ou aussi nationale (Kianicka *et al.* 2006, Schermer et Kirchengast 2006; Kirchengast 2008; Walter 2009; Schütz 2010). D'après cette étude, la population locale s'identifie nettement mieux avec l'économie alpestre que la population suisse. De par l'attachement

à leur lieu et leurs intérêts économiques, les habitants des régions de montagne ont un lien beaucoup plus étroit et un sentiment d'appartenance plus fort avec l'économie alpestre. Ce sentiment joue un rôle essentiel lors de la construction et de la consolidation de l'identité personnelle et locale (Twigger-Ross et Uzzell 1996; Kianicka *et al.* 2006).

Conclusions

Au terme de la phase de développement de la politique agricole prévue pour 2014, les paiements directs seront ciblés de façon encore plus conséquente sur les besoins de la société. Selon les résultats de cette étude, les contributions à la qualité du paysage et à la biodiversité seront axées sur les besoins actuels de la société dans les régions d'estivage également.



Sondage sur un alpage dans le Diemtigtal. (Photo: Xenia Junge, WSL)

Le paysage des régions d'estivage a une plus grande valeur que les offres de tourisme d'alpage pour la population suisse. Cette dernière ne s'identifie guère non plus, sur le plan personnel, à l'économie alpestre qui caractérise pourtant la singularité de la Suisse et anime un sentiment d'identité nationale collective. La «suisstitude» de l'économie alpestre, tout comme l'importance assez élevée accordée à toutes les fonctions économiques des alpages, signifie qu'on attribue à cette économie une valeur idéologique forgée par des images, des symboles et des objets publicitaires suggérant le «paradis de nos ancêtres» (Kirchengast 2008; Schütz 2010). Cela pourrait être une autre raison expliquant pourquoi les offres de tourisme d'alpage qui ne correspondent pas à l'image typique d'une agriculture purement traditionnelle sont moins bien cotées. Il serait donc important pour ce tourisme de sauvegarder le caractère authentique de l'économie alpestre, tel que le public suisse le demande.

La haute estime portée à la production économique de ces régions montre que les produits d'alpage ont un potentiel de création de valeur qui pourrait gagner en importance à l'avenir. Cette tendance se constate aussi dans l'étude sur les produits d'alpage (Böni et Seidl 2012). Grâce à leur valeur ajoutée, les exploitations d'alpage pourraient contribuer au développement régional.

ALPFUTUR
www.alpfutur.ch

Riassunto

Le funzioni dell'economia alpestre dal punto di vista della popolazione

Il paesaggio antropico delle zone di estivazione alpine è caratterizzato dall'economia alpestre. Essendo una forma d'economia tradizionale, gran parte della popolazione svizzera ne attribuisce un alto valore culturale e una forte capacità d'identificazione.

Per poter esaminare quali funzioni dell'economia alpestre sono apprezzate da diversi gruppi d'interesse nella popolazione e in che misura essa favorisce l'identità si è condotta un'inchiesta, rappresentativa presso turisti e popolazione residente nella regione di studio «Diemtigtal» del progetto AlpFUTUR. Lo studio ha evidenziato la maggiore importanza attribuita ai prodotti alpini e alla funzione di tutela del paesaggio, in particolare per la conservazione della biodiversità e per scopi ricreativi, mentre risulta meno importante l'aspetto agrituristico. I risultati dell'inchiesta dimostrano anche che i residenti della zona di montagna danno più importanza a tutte le funzioni e si identificano maggiormente con l'economia alpestre. Questo studio fornisce una base conoscitiva per la prevista introduzione di contributi per la qualità del paesaggio nelle zone di estivazione.

Bibliographie

- Aigner, S. & Egger, G., 2010. Tourismus – ein wirtschaftliches Standbein für die Almwirtschaft in Österreich. Jahrbuch des Vereins zum Schutz der Bergwelt (München), 74./75. Jahrgang. 17–28.
- Baur P., Müller P. & Herzog F., 2007. Alpweiden im Wandel. *Agrarforschung* 14 (6), 254–259.
- Böni R. & Seidl I., 2012: Alprodukte und Alpdienstleistungen: Ergebnisse einer Nachfrageerhebung bei Konsumenten und einer Befragung von Käsehändlern. Bericht aus dem AlpFUTUR Teilprojekt 10 «Alprodukte – Untersuchung bestehender Märkte und Identifikation von Innovationen und ihrer Potenziale» WSL, Birmensdorf. 61 p.
- Huber R., Haller Th., Weber M. & Lehmann B., 2007. Land(wirt)schaft 2020: Was erwartet die Gesellschaft? *Agrarforschung* 14 (9), 406–411.
- Junge X. & Hunziker M., 2013. Gesellschaftliche Ansprüche an die Alpwirtschaft und Alplandschaft. Schlussbericht des AlpFUTUR-Teilprojektes 15 «Gesellschaft». Institut fédéral de recherches WSL, Birmensdorf.²
- Junge X., Lindemann-Matthies P., Hunziker M. & Schüpbach B., 2011. Aesthetic preferences of non-farmers and farmers for different land-use types and proportions of ecological compensation areas in the Swiss lowlands. *Biological Conservation* 144, 1430–1440.
- Kianicka S., Gehring K., Buchecker M. & Hunziker M., 2004. Wie authentisch ist die Schweizer Alpenlandschaft für uns? *Bündner Monatsblatt* 2004 (2), 196-210.

Summary

Functions of alpine farming from the perspective of the Swiss public

Alpine summer farming shapes the cultural landscape in the Alps. Since this form of agriculture still has a very traditional appearance, a high cultural value and identity-forming aspects are attributed to alpine farming. To investigate which functions of alpine farming are valued by different stakeholders and to what extent alpine farming is identity-forming, questionnaire surveys with tourists as well as residents of the AlpFUTUR case-study area Diemtigtal and a Swiss-wide online-survey have been conducted. The production function of alpine farming as well as landscape management, especially for the conservation of species diversity and for recreation, received high importance ratings, whereas alp-touristic offers are slightly less important. Mountain residents put more importance on all functions of alpine farming and identify themselves more strongly with alpine farming. This study offers a basis for society-oriented landscape quality payments, which will be introduced in the alpine pasturing area as well.

Key words: multifunctionality of alpine summer farming, society, public goods, Swiss identity, cultural landscape.

- Kianicka S., Buchecker M., Hunziker M. & Müller-Böker U., 2006 Locals' and Tourists' Sense of Place. *Mountain Research and Development* 26 (1), 55–63.
- Kirchengast C., 2008. Über Almen – zwischen Agrikultur und Trashkultur. Innsbruck University Press, Innsbruck, 138 p.
- Lanz S., Barth L., Hofer C. & Vogel S., 2010. Développement du système des paiements directs, *Recherche Agronomique Suisse* 1 (1), 10-17.
- Maeder H. & Kruker R., 1983. Hirten und Herden. Walter-Verlag, Olten. 211 p.
- Niederer A., 1993. Alpine Alltagskultur zwischen Beharrung und Wandel. Haupt (éd.), Berne. 518 p.
- Schermer M. & Kirchengast C., 2006. Perspektiven für die Berglandwirtschaft. In: *alpine space – man & environment*, vol. 1: Die Alpen im Jahr 2020 (Eds. R. Psenner, R. Lackner). Innsbruck University Press, Innsbruck. 41–55.
- Schütz M., 2010. Die Alp als Ort der Gegenkultur. Lizentiatsarbeit, Universität Basel. 129 p.
- Twigger-Ross C. L. & Uzzell D. L., 1996. Place and identity processes. *Journal of Environmental Psychology* 16, 205–220.
- Walter F., 2009. Die Alpen und die schweizerische Identität (Kap. 5.2). In: *Alpen* (éd. J.-F. Bergier). Dictionnaire historique de la Suisse. Accès: <http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/d/D8569.php> [18.3.2013]

²Cette publication est disponible sous www.alpfutur.ch/publikationen.