

Tourisme et production artistique en Valais dans la première moitié du XXe siècle

Autor(en): **Morand, Marie Claude**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zeitschrift für schweizerische Archäologie und Kunstgeschichte = Revue suisse d'art et d'archéologie = Rivista svizzera d'arte e d'archeologia = Journal of Swiss archeology and art history**

Band (Jahr): **41 (1984)**

Heft 2: **La Suisse dans le paysage artistique : le problème méthodologique de la géographie artistique = Die Schweiz als Kunstlandschaft : Kunstgeographie als fachspezifisches Problem**

PDF erstellt am: **14.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-168393>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Tourisme et production artistique en Valais dans la première moitié du XX^e siècle

par MARIE CLAUDE MORAND

pour J.-P. Fragnière

«On ne dira jamais assez le rôle primordial qu'a joué le tourisme dans la détermination de l'identité montagnarde», écrivait le sociologue valaisan BERNARD CRETZAZ en introduisant son étude sur la société anniviarde au XIX^e siècle. «Dans l'économie et la culture touristiques», explique-t-il, «le citoyen cherche à la montagne des éléments naturels – air, soleil, nature, neige – et des éléments culturels – vieille civilisation paysanne, vieilles fêtes, vieux rites, vieux villages et vieux objets offerts comme jouissance de vacances. Et parmi tout cela, aujourd'hui tout comme hier, le citoyen cherche inlassablement l'homme authentique, celui de la vraie race, de la vraie montagne, le vrai... Les montagnards l'ont compris. A cette demande du citoyen, ils offrent du vieux partout, de l'authentique et du vrai. Ils font revivre le passé, mais un beau passé. Ils le recréent; ils maintiennent la tradition telle qu'on la leur demande. Fantastique création touristique du passé et de la tradition! Celle-ci a joué comme marchandise offerte aux touristes et, plus profondément, comme identité de permanence et de retour pour les montagnards. Ils ont trouvé par une tradition revivifiée pour les besoins de la cause et, au moment où tout changeait, un lieu sécurisant d'enracinement¹.»

Le tourisme comme nouveau facteur d'identité! Conclusion paradoxale que confirme l'examen des publicités touristiques qui, dès la fin du XIX^e siècle et ce jusque dans les années 1960 au moins, n'ont cessé de montrer et de remonter aux montagnards comme aux citoyens une image de la montagne que la ville avait élaborée à son propre usage: femmes et enfants en costume, activités domestiques traditionnelles, travaux des champs, paysages avec vieux chalets au premier plan... Le Valais, plus encore que d'autres régions touristiques de l'arc alpin suisse, a été sensible à l'image que lui avait créée la ville, se différenciant notamment des Grisons dont la publicité touristique a choisi d'évoquer plutôt les loisirs sportifs du citoyen en villégiature que les coutumes de la société indigène². Affaire de marché; question de public. Justement. Car si l'empreinte du tourisme sur l'économie, le paysage, la mentalité, la culture et l'identité valaisanne est de loin plus profonde qu'en Oberland, au Tessin ou aux Grisons, si les rapports de domination centre-périphérie, ville-montagne, y sont plus marqués, ce n'est pas seulement parce qu'ils sont plus anciens, que la configuration géographique du Valais ainsi que son climat se prêtent admirablement au tourisme, mais surtout parce qu'ils résultent d'un choix politique qui a engagé le «vieux pays» tout entier.

I

Le 12 janvier 1913, MAURICE TROILLET, député conservateur de la vallée de Bagnes, est élu au Grand Conseil valaisan. Jusqu'en 1953,

cet homme va diriger la politique valaisanne et son emprise fut si forte sur les destinées du canton que certains historiens n'ont pas hésité à baptiser la première moitié du XX^e siècle en Valais, le «demi-siècle de Maurice Troillet³». Le programme du député bagnard qu'avait porté au pouvoir la petite paysannerie de montagne est simple: développer le Valais afin d'arrêter l'hémorragie des montagnards qui, lorsqu'ils n'émigrent pas en Amérique du Sud ou à Genève, viennent grossir les bourgs de la plaine du Rhône où les attend le chômage⁴. Pour réaliser ses objectifs, Troillet va favoriser systématiquement tout ce qui peut à ses yeux contribuer à maintenir la vie des populations montagnardes dans leurs villages d'origine. Son cheval de bataille: les routes. «Les routes reliant la montagne à la plaine», dira-t-il à la séance du Grand Conseil de février 1936, «s'il est une œuvre de grande portée sociale et économique, de nature à enrayer la dépopulation, à faciliter les échanges commerciaux, à faciliter l'exploitation des forêts et des propriétés foncières, à développer le tourisme, c'est bien celle que nous venons de citer. Les 11 millions dépensés dans ce but depuis 1927 ... représentent une plus-value de notre fortune nationale qui ne saurait être appréciée par des chiffres, car le bien-être et les facilités apportées au développement des générations futures sont des facteurs de valeur inestimable⁵.» En 1927 en effet, Troillet a fait voter au peuple le principe du réseau routier alpin; en 1932, lorsqu'il en dresse un premier bilan, 9 routes sont achevées, 6 sont sur le point de l'être, 16 sont en cours, 9 sont déjà votées et 24 attendent encore l'aval du parlement. Après les routes, Troillet s'attaque au problème de l'agriculture en plaine: endiguement du Rhône, drainage des zones marécageuses, création d'une école cantonale d'agriculture à Châteauneuf. Puis vient, juste avant la seconde guerre mondiale, le tour de l'industrie et des grands barrages (Dixence I, 1935).

Les résultats de cette politique de développement accéléré ne se font guère attendre. Contrairement aux prévisions de Troillet, les inégalités entre la montagne et la plaine se creusent, provoquant une nouvelle vague d'émigration que ni le travail saisonnier qu'offre dans certaines vallées la conversion de l'économie traditionnelle au tourisme, ni la promesse, jamais tenue, d'un mieux-être consécutif à l'installation des barrages^{5b} ne parviennent, jusque dans les années 60, à endiguer. Il est vrai que les difficultés n'ont pas manqué: au début des années 20, l'économie valaisanne a de la peine à se relever de la guerre. Le chômage est fort, le Rhône ne cesse de déborder et les touristes étrangers qui faisaient les beaux jours de Zermatt ou de Montana sont désargentés. Les nuitées sont en baisse, les hôtels ferment, ou brûlent si le propriétaire a pensé à récupérer la valeur d'assurance. Les bilans des chemins de fer de montagne se montrent décourageants. En 1923, on se demande même si l'on pourra sauver celui de la Furka. La reprise des années 27-30 est vite freinée

dès 1932 par les répercussions de la crise américaine. Devant les difficultés, les hôteliers, les communes intéressées par le développement touristique de leur région s'organisent, publient des dépliants illustrés, des guides, des affiches. En 1937, le Grand Conseil, prenant enfin acte de l'importance d'un tourisme bien géré pour l'économie valaisanne en difficulté, se donne les moyens d'une politique centralisée. Il crée l'Union Valaisanne du Tourisme (UVT), office cantonal chargé de la promotion touristique du Valais en Suisse et à l'étranger et, pour alimenter son budget, accepte, après bien d'autres cantons, l'imposition de la taxe de séjour. Aussitôt de nombreuses communes mettent sur pied des organismes locaux chargés de percevoir la taxe et de coordonner avec l'UVT la publicité touristique. Un an après, on compte déjà 39 sociétés de développement. La guerre cependant va ruiner tous ces efforts. A la fin du mois d'août 1939, les hôtels se vident en 24 heures. La brochure éditée par l'UVT à 51 000 exemplaires et le panneau publicitaire de 20 mètres sur 15 installé en gare de Zurich n'y changeront rien. Il faudra attendre les années 1950 pour que

s'amorce, avec l'exploitation de l'énergie hydro-électrique, la mutation économique qui permettra le «décollage» du tourisme valaisan, aujourd'hui principale ressource du canton. En 1953 déjà, lorsque Troillet quitte le Grand Conseil, les nuitées se montent à 1 152 041, le tourisme aérien se développe suite aux premiers atterrissages de Geiger sur les glaciers et les villages autrefois si compacts éclatent sous la pression des hôtels et des chalets de vacances. D'ailleurs le Conseil Fédéral qui proposait la même année une loi visant à freiner la construction hôtelière se voit opposer un non cinglant en Valais (à 45 000 voix de majorité). La prospérité générale autorise la création de nombreuses sociétés immobilières, on se met à goudronner les routes de montagne, on ressort le projet de l'autoroute Lausanne-Brigue et l'idée, activement soutenue par Troillet, de percer un tunnel sous le Grand Saint-Bernard, fait son chemin. Les stations d'hiver, celles qui rapportent le plus, s'équipent fébrilement de remontées mécaniques.

II



Fig. 1 Ernest Biéler: Mère et enfant, tempera sur carton, 1907. Fondation Michel Lehner, Crans sur Sière.



Fig. 2 Ernest Biéler: Les moissons à Savièse, aquarelle, 1917. Fondation Michel Lehner, Crans sur Sière.

Quoiqu'il soit toujours difficile de mesurer avec précision l'impact de la publicité sur le marché, on ne peut s'empêcher de s'interroger sur le rôle qu'ont joué, dans cette extraordinaire réussite du tourisme valaisan, la publication et la diffusion pendant la première moitié du XX^e siècle d'une certaine image du Valais. Dès la fin du XVIII^e, gravures, guides et récits de voyages, produits pour la plupart dans les grandes villes étrangères pour un tourisme d'élite, aristocratique même, avaient répandu largement l'image d'une vallée pittoresque où la hauteur vertigineuse des montagnes côtoie les abîmes tourbillonnants des torrents. Pourtant, si efficace qu'ait été l'iconographie romantique des Alpes, les compagnies de chemin de fer et les hôteliers de la première moitié du XX^e siècle lui en préférèrent une autre, plus récente, mieux adaptée aux nouvelles conditions du tourisme où les anciens concepts du «sublime» et du «pittoresque» sont remplacés par les notions de «repos», de «confort», de «vacances». Aux glaciers sublimes mais traîtres, aux sentiers pittoresques mais dangereux et fatigants, tend à se substituer une image plus rassurante de la montagne: villages paisibles et ensoleillés au pied des cimes, travaux des champs, coutumes et rites locaux. Car, à côté du tourisme-alpinisme, du tourisme cultivé ou savant, s'est développé, en réponse aux exigences de la vie en ville, un tourisme de loisir. La croissance des agglomérations urbaines autour de 1900, les conditions de vie dictées par l'effort industriel, décuplent aux yeux de citoyens toujours plus nombreux l'attrait de la campagne, du paysage non urbanisé. Dans ce contexte, la diffusion de l'image d'un Valais non industrialisé, dont l'organisation sociale basée sur l'autarcie des communautés met en évidence le rôle des coutumes, de la tradition, – tel en somme que l'avait vu et «popularisé» Ernest Biéler, suivi par les artistes dits de l'École de Savièse, allait prendre toute sa signification.

A l'incitation de son collègue valaisan Raphaël Ritz, le peintre vaudois ERNEST BIELER fréquente Savièse dès l'année 1884. Aux alentours de 1900, il s'installe à Genève tout en se faisant construire un atelier à Savièse. Biéler jouit alors d'une solide réputation; il occupe même à l'époque une place enviée dans le champ artistique. Reconnu à Paris, où l'un de ses premiers tableaux à sujets valaisans, «Pendant la messe à Savièse» (1886), est exposé au Salon d'Autom-



Fig. 3 F. Conrad: Affiche pour les Chemins de Fer Jura-Simplon, litho, 1890, Berne, Bibliothèque Nationale.

ne de 1887, puis à l'Exposition Universelle de 1889 où il obtient une mention honorable, il bénéficie en Suisse de nombreuses commandes. Cette position vaut aux images qu'il produit du Valais de faire office de modèles, d'autant plus qu'elles rencontrent les attentes d'un public citadin (genevois surtout⁷), amateur nostalgique de cet «état de nature» qu'on suppose être celui des communautés de montagne, amateur des objets rustiques que Biéler se plaît à décrire dans ses tableaux ou à sculpter en compagnie de Marguerite Burnat-Provins. C'est un public déjà travaillé par ce goût pour le vernaculaire, pour l'observation des coutumes et des mœurs locales dont l'Exposition nationale de 1896 à Genève fut l'expression institutionnelle, un public prêt à entrer dans la logique du chalet-à-la montagne.

Qu'est-ce que les œuvres de Biéler donnent à voir du Valais? Des images de la vie quotidienne à la montagne, choisies non pas pour révéler les conditions particulières de ces communautés, mais pour leur effet d'harmonie, pour leur caractère quasi «classique» de sérénité nostalgique dont témoigne, entre autres, cette «Mère et enfant» (fig. 1) aujourd'hui dans la Fondation Lehner. A noter l'attention minutieuse accordée aux caractéristiques bandes décoratives valaisannes sur le châle qui emmaillote l'enfant et sur la tranche de la table. Les activités des paysans qui intéressent Biéler sont sélectionnées selon le même critère: «Les moissons à Savièse» (fig. 2) montrent combien l'effet bucolique, le caractère emblématique

de la représentation sont privilégiés par le peintre. Si les compositions de Biéler suscitent l'admiration, elles sont cependant moins recherchées que les «types saviésans», série de portraits des principaux personnages de la commune, dont le critique genevois PAUL SEIPPEL – le premier à nommer Biéler et ses amis l'«Ecole de Savièse» – disait: «Pour peindre des êtres si loin de notre humanité cosmopolite, l'artiste a dû remonter jusqu'à assez près des primitifs; il s'est efforcé de traduire leur naïveté par un art très savant et très vaste⁸.» On ne saurait mieux illustrer les rapports de domination de la ville sur la montagne!

Ernest Biéler n'était pas seul à Savièse. D'autres artistes ont suivi son exemple et venaient passer régulièrement quelques semaines, voire quelques mois sur le plateau. Ils sont tous citadins, Genevois pour la plupart ou installés depuis longtemps à Genève. Quoique venus d'horizons culturels divers, ils pratiquent à Savièse la même veine iconographique: scènes champêtres, travaux des champs, femmes en costume, cérémonies religieuses; certains d'entre eux, tels le Français Edouard Vallet («La terre») ou le Neuchâtelois Eugène Gilliard («La procession des pénitents»)⁹, le traduisent parfois dans un vocabulaire stylistique quelque peu inspiré des recherches de l'avant-garde.

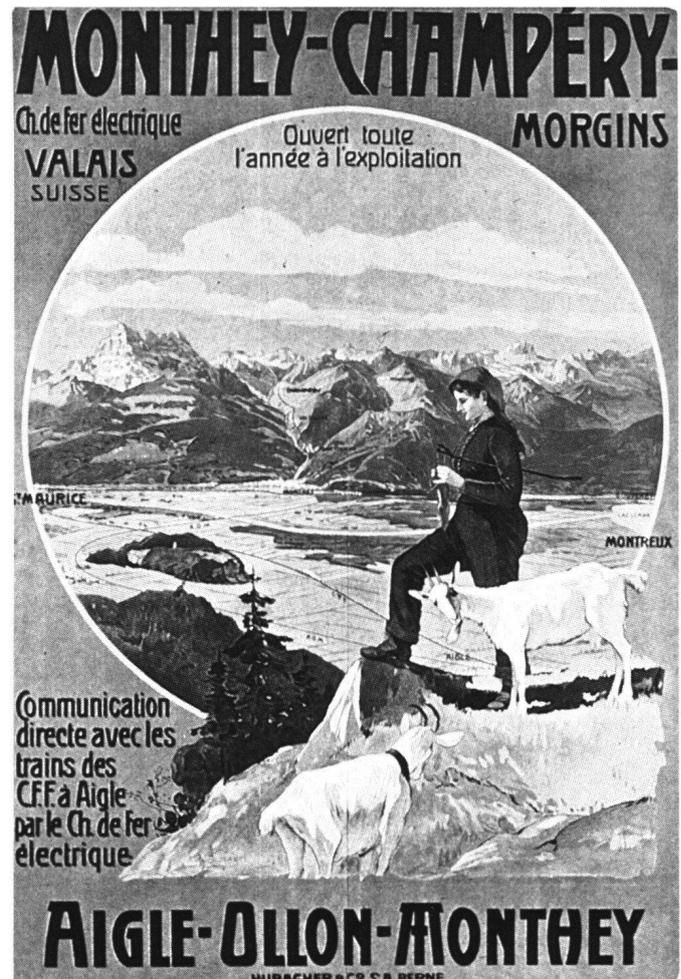


Fig. 4 Anton Reckziegel: Affiche pour le chemin de fer Aigle-Ollon-Monthey-Champéry, litho, 1908. Berne, Bibliothèque Nationale.



Fig. 5 Albert Nyfeler: Affiche pour le service de publicité des chemins de fer Bern-Lötschberg-Simplon, litho, 1946, Zurich, Kunstgewerbemuseum.

Du reste, l'iconographie valaisanne de la petite colonie d'artistes ne plaisait pas seulement au public citadin, genevois ou vaudois. Dès la fin de la première guerre mondiale surtout, le Valais réserve une place de choix¹⁰ à ces images des traditions et de la vie montagnardes, images-vitrines rassurantes et efficaces, réconfortantes quoiqu'idéalisées, d'un Valais désormais en pleine fièvre du tourisme. Les associations d'hôteliers et les compagnies de chemin de fer exploitant le territoire valaisan comprirent les premières le profit qu'elles pouvaient tirer de l'utilisation d'une image si bien accordée aux besoins d'évasion et de détente des citadins et si respectueuse en apparence de l'identité de la montagne. Cependant, bien que les œuvres élaborées à Savièse puissent être considérées comme les modèles du répertoire publicitaire destiné à «vendre» le Valais en ville, les artistes de Savièse n'ont pas été les protagonistes directs de cette histoire. Les graphistes, les peintres qui ont travaillé pour les chemins de fer alpestres, l'hôtellerie ou les sociétés de développement, n'étaient pas, à l'exclusion de Raphy Dallèves et d'Edouard Vallet, «membres» de l'Ecole de Savièse. Ils en recueillirent l'héritage ou, comme Edmond Bille, en partagèrent les préoccupations.

Les premiers témoignages de cette nouvelle iconographie publicitaire remontent au tout début du siècle. Les traditionnelles représentations de montagnes célèbres qui avaient fait la fortune des compagnies ferroviaires de la fin du XIX^e (fig. 3), où l'on n'avait pas peur de faire voisiner le Mont-Rose avec le Cervin et les Dents-du-Midi afin de renforcer l'impact de l'image, se font plus rares, remplacées qu'elles sont par la silhouette caractéristique des Valaisannes en costume (fig. 4). Dans les années 20, ce type d'image inspiré des œuvres de l'Ecole de Savièse devient la règle: affiche de



Fig. 6 Raphy Dallèves: Tirage en carte postale d'une affiche pour la «Walliser Herbstfest» des 29 et 30 octobre 1921, s. d. (aux environs de 1940?). Exemplaire de la Bibliothèque cantonale de Sion.



Fig. 7 Ateliers Simplon, Lausanne: couverture du guide édité par l'association pour le développement et la sauvegarde de l'industrie hôtelière, litho, 1927. Exemplaire de la Bibliothèque cantonale de Sion.



Fig. 8 Eric Hermès: couverture (recto) du guide de l'association hôtelière du Valais, litho, 1933. Exemplaire de la Bibliothèque cantonale de Sion.

la semaine valaisanne à Zurich, d'Edouard Vallet (1927), affiche de l'UVT, du Genevois Eric Hermès (1939), affiche du Bern-Lötschberg-Simplon, du peintre bernois installé au Lötschental Albert Nyfeler (1946, fig. 5).

Pour les guides, les dépliants d'hôtel, les cartes postales (fig. 6), on utilise le même registre (guide de l'association pour le développement et la sauvegarde de l'industrie hôtelière [1927], des Ateliers Simplon à Lausanne, [fig. 7] voire les mêmes artistes (guide de l'association hôtelière valaisanne (1933), d'Eric Hermès, [fig. 8]). Ce guide présente d'ailleurs une innovation intéressante et qui va faire date: à l'image «saviésanne» – estivale – du Valais s'associe, au dos, celle des champs de neige équipés pour les sports d'hiver (fig. 9). Editée par l'UVT, *En Valais, Revue du Tourisme et Liste des Etrangers*, paraît de 1926 à 1939 avec une jaquette en couleurs dont la réalisation est confiée à un peintre. Edmond Bille, dont l'activité au service du tourisme valaisan mériterait une étude particulière, inaugure la série jusqu'en 1933 (fig. 10), suivi par Hermès, 1933-1936, puis par Raphy Dallèves, 1936-1939.

Les associations d'hôteliers ou les compagnies de chemin de fer qui ont recours à un programme iconographique différent, non dérivé des «prototypes saviésans», sont rares. Chez les hôteliers, seuls les Seiler, riches manitous de l'hôtellerie de luxe et hommes politiques de renom¹¹, recrutent des graphistes, tel le Neuchâtelois Eric de Coulon, dont ils attendent une mise en page et un contenu résolument modernes (fig. 11). Au répertoire stylistique hérité de l'avant-garde que l'on rencontre aussi dans les œuvres d'Hermès ou de Peikert, s'ajoute chez Coulon une thématique publicitaire qui vise délibérément un public international acquis aux valeurs de la modernité: la représentation des commodités de l'hôtel et du site – restaurant, salle de bal, chemin de fer, patinoire, etc. – y rend caduque la description des coutumes et costumes locaux (fig. 12/13).

Le cas des Seiler reste cependant une exception. La majorité des hôteliers et des sociétés intéressées au développement du tourisme valaisan a si bien renchéri sur l'image d'un Valais pittoresque mais mythique, que dans les années 1960 encore, la photographie publicitaire la reprend à son compte¹².



Fig. 9 Eric Hermès: couverture (verso) du guide, voir fig. 8.

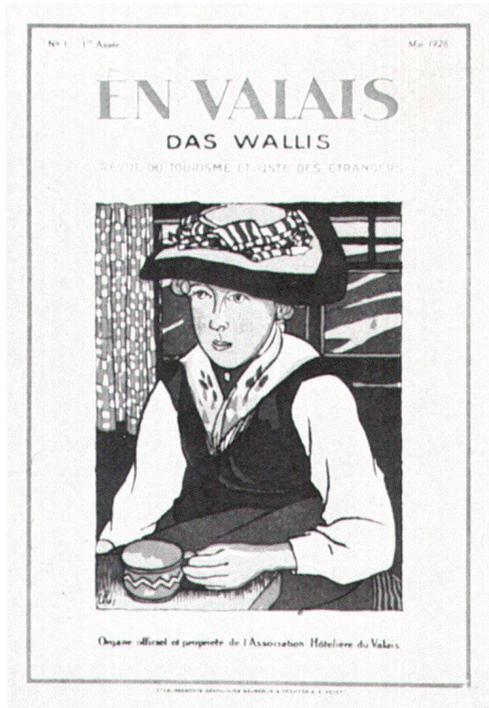


Fig. 10 Edmond Bille: couverture du 1^{er} numéro de la revue *En Valais*, mai 1926. Exemplaire de la Bibliothèque cantonale de Sion.



Fig. 11 Eric de Coulon: Affiche pour le chemin de fer Zermatt-Gornergrat, litho, 1928. Zurich, Kunstgewerbemuseum.

Les conséquences d'un tel monopole sont de plusieurs ordres. En développant le potentiel industriel, en traçant des routes, en stimulant le tourisme, l'administration Troillet a définitivement rompu avec les modes de vie traditionnels des sociétés montagnardes dont la publicité touristique chante par ailleurs les valeurs. Ces valeurs, cette image mythique et idéalisée d'un Valais qui n'existe plus, ont été largement intériorisées, grâce à la remarquable permanence thématique du répertoire publicitaire, par la conscience collective valaisanne, produisant ainsi une distorsion dans l'approche qu'ont la plupart des Valaisans de leur identité régionale. Car, si cette image s'est révélée extraordinairement efficace pour le développement du Valais, si, comme l'a noté BERNARD CRETTEZ, elle sert encore de «lieu d'enracinement», elle a cependant, en retour, empêché la population de produire une représentation correcte de sa propre situation. L'image à vendre a été trop prédominante dans cette première moitié du XX^e siècle, et a servi les intérêts financiers de trop de Valaisans eux-mêmes (du promoteur immobilier au paysan qui voit tout à coup décupler le prix de ses maigres pâtures) pour que la collectivité valaisanne puisse s'en faire une autre.

L'héritage n'a pas été moins lourd dans le champ de la production artistique. Le poids de l'«image saviésanne» du Valais n'est sans doute pas étranger aux difficultés rencontrées jusqu'à aujourd'hui par les promoteurs et les amateurs d'art moderne. Que l'on songe aux déboires qu'ont valu à Mgr. Mariétan l'estime qu'il avait à l'endroit des poètes comme Max Jacob et la protection qu'il accorda à l'architecte Alberto Sartoris! Que l'on se remémore le scandale de Lourtier et ses prolongements qui ont fini par contraindre Sartoris à modifier son église dans un style plus conforme aux attentes des supporters anachroniques du «Heimatstil»! Que l'on feuillette les pages dédiées à la chapelle de Finhaut, décorée par Cingria, dans l'introuvable et très écouté *Observateur de Genève*! Que l'on se rappelle enfin les méfiances qui entourèrent l'œuvre de Severini au couvent des Capucins de Sion (sans parler des réticences soulevées par la construction du couvent lui-même)! Dans ce débat, dans cette version locale de la querelle des Anciens et des Modernes, la position assumée par les institutions – les musées, l'école des Beaux-Arts, la presse spécialisée et la ligue de protection du patrimoine – a sans doute été déterminante. De fait, le refus d'accorder une quelconque valeur à ce qui était architecture d'avant-garde, par exemple, a notamment favorisé la multiplication de bâtiments médiocres, réalisés en stricte conformité avec les lois du marché et de la rentabilité foncière, sans grand souci de leur intégration topographique.

Quant au patrimoine artistique et artisanal, la logique du tourisme lui a conféré des valeurs esthétiques et historiques nouvelles en en faisant un témoignage – désormais rare et recherché – d'une époque révolue. Très rapidement ce patrimoine a été transformé en marchandise. Du pillage par les antiquaires, aux ventes consenties entre autres au Musée National à Zurich par des curés désargentés, intéressés ou ignorants, en passant par le démontage-remontage d'anciens chalets pour les USA, le patrimoine valaisan s'est ainsi trouvé dispersé juste au moment où certains Valaisans prenaient conscience qu'ils avaient une histoire et pas seulement un paysage, et que les objets qui portaient étaient les supports matériels et symboliques de leur identité.

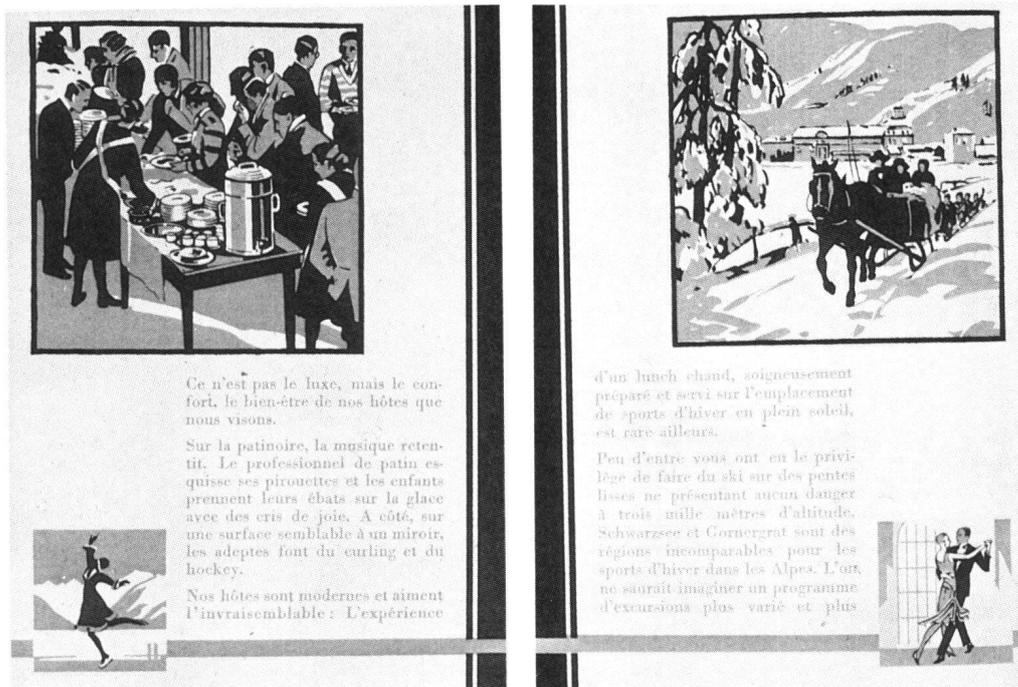


Fig. 12 Eric de Coulon: double page du guide *Les sports d'hiver à Zermatt*, édité par les hôtels Seiler, 1930. Exemplaire de la Bibliothèque cantonale de Sion.

NOTES

- 1 BERNARD CRETTEZ, *Nomades et sédentaires, communautés et communes en procès dans le Val d'Anniviers*, Genève, Editions Grounauer, 1979, p. 13.
- 2 Cf. le catalogue de l'exposition *Graubünden im Plakat. Eine kleine Geschichte der Tourismuswerbung von 1890 bis heute*, tenue à Coire au Bündner Kunstmuseum, du 10.7. au 4.9.1983.
- 3 Titre de la biographie en 3 volumes consacrée à Troillet par MAURICE GUEX et publiée à Martigny en 1971 dans la collection «Bibliotheca Vallesiana».
- 4 En effet la plaine est régulièrement inondée par le fleuve dont la canalisation non encore achevée rend difficile l'agriculture et problématique l'installation d'industries.
- 5 Cité par ANDRÉ GUEX, *Le demi-siècle de Maurice Troillet* (cf. note 3), 2^e vol., p. 89.
- 5b La construction des barrages profita peu à l'économie indigène et aux entreprises locales en particulier, les concessions ayant été cédées pour la plupart à des sociétés et des groupes financiers d'autres cantons. D'autre part, dans le contexte de crise des années 30, la main d'œuvre locale était engagée à de très bas salaires.
- 6 L'industrialisation effective du Valais qui permet le développement du tourisme notamment dans les domaines de l'équipement routier et ferroviaire, dans les installations mécaniques de transport (téléphériques, funiculaires), est soigneusement écartée de la propagande touristique qui n'a pas intérêt à la faire valoir. L'industrie n'est présente dans la publicité touristique que sous les formes du confort: trains rapides, ponts, télécabines, comme des moyens d'atteindre le mieux possible la montagne, ses paysages rebelles et sa vie traditionnelle.
- 7 On peut se demander pourquoi les Genevois ont préféré aux alpes savoyardes plus proches, aux alpes vaudoises ou bernoises, les alpes valaisannes. L'émigration valaisanne à Genève (jusqu'à la fin de la seconde guerre mondiale, c'est la seule ville industrialisée de Suisse romande), très forte déjà à la fin du XIX^e siècle, a certainement créé des liens, suscité un intérêt dont témoignent, par exemple, la passion de l'industriel genevois Georges Amoudruz pour les objets valaisans et savoyards ainsi que les réflexions de WALDEMAR DEONNA sur la valeur du

patrimoine valaisan: «Nous avons estimé utile d'acquérir, en 1928, quelques témoins de l'art populaire du Valais, dont nos collections possèdent déjà des spécimens, dans l'intention de constituer un jour au Musée d'Art et d'Histoire, si nous disposons de la place nécessaire, une salle réservée à cet art local, si typique, qui maintient immuables dans ses formes et son décor tant de survivances d'un passé très ancien» (Art rustique valaisan, in *Genava* 7, 1929, p. 217).

⁸ *Journal de Genève*, 26.11.1907.

⁹ Reproduits dans: MICHEL LEHNER, *Les peintres de Savièse*, Genève, Skira, 1982, pp. 77 et 99.

¹⁰ En 1943 la décoration de la salle du Grand Conseil à Sion sera confiée à Ernest Biéler.

¹¹ La famille Seiler est propriétaire de l'hôtel du glacier du Rhône et du grand hôtel de Zermatt.

¹² Cf. le catalogue de l'exposition réalisée par BERNARD WYDER au Manoir de Martigny: *Le Valais à l'affiche, I: l'affiche touristique*, du 19.6 au 19.9.1977. Le catalogue reproduit de nombreuses affiches des années 60 ayant pour thème des Valaisannes en costume.

CREDITS PHOTOGRAPHIQUES

Fig. 1 et 2: Fondation Michel Lehner, Crans sur Sierre.

Fig. 3 à 12: Dominique Quendoz, Monthey.

(Les droits de reproduction restent chez les propriétaires des œuvres mentionnées dans les légendes).