

Zeitschrift: Pamphlet
Herausgeber: Professur für Landschaftsarchitektur, Christophe Girot, ETH Zürich
Band: - (2005)
Heft: 1: Aux Alpes, Citoyens! : Alpiner Mythos und Landschaftsarchitektur

Artikel: La perception de la montagne dans l'affiche touristique
Autor: Vonèche, Anne
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-965626>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

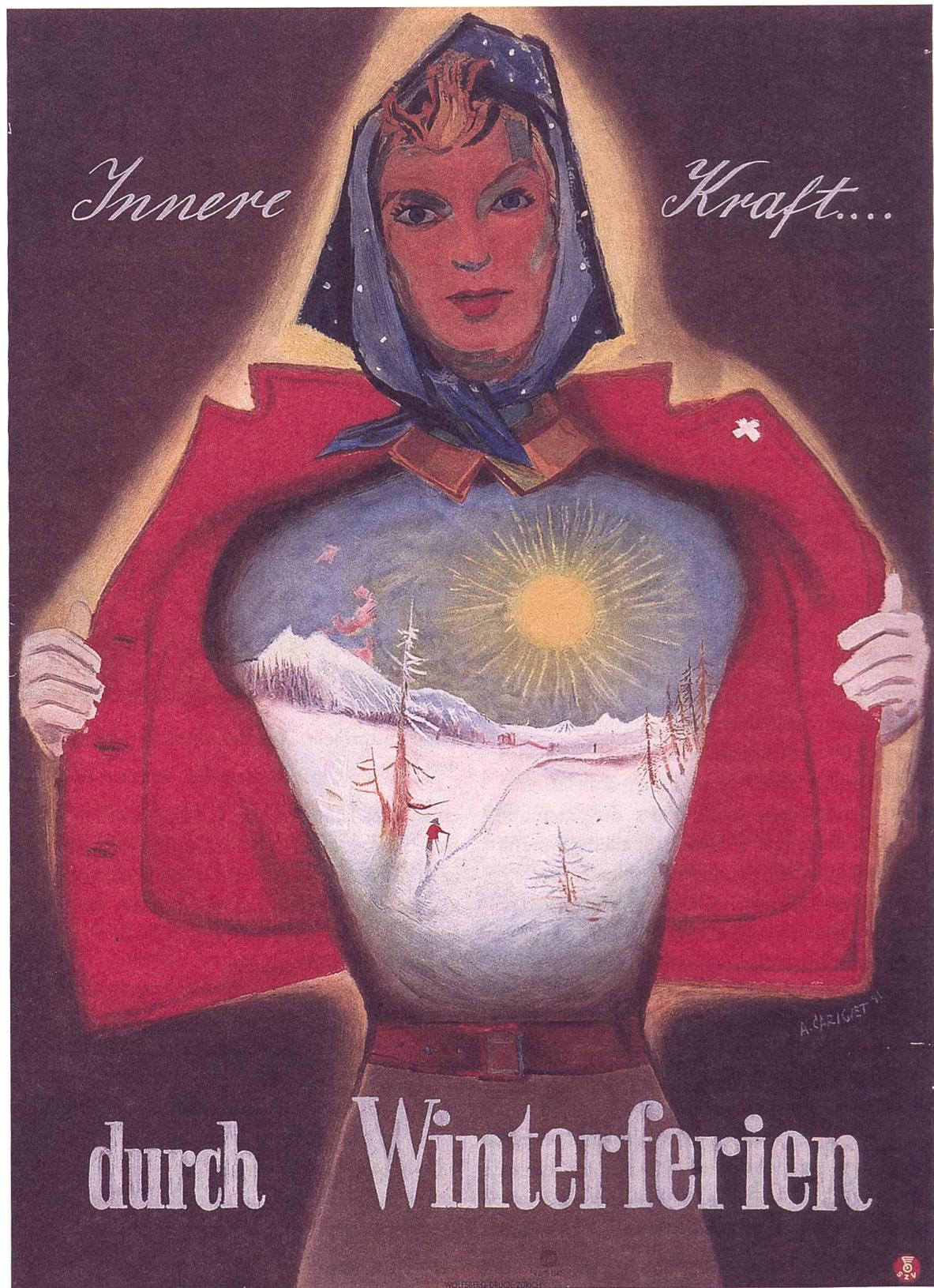
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Alois Carigiet 1941 (1)

LA PERCEPTION DE LA MONTAGNE DANS L'AFFICHE TOURISTIQUE

par Anne Vonèche

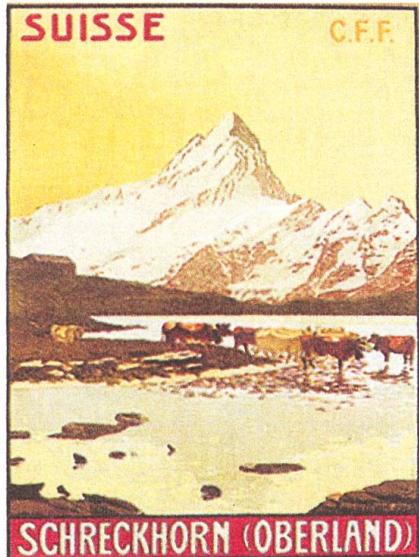
Introduction

L'histoire de la perception de la montagne est intéressante à plusieurs égards. Elle illustre, d'une part, comment tout paysage est le résultat d'une création culturelle. Elle démontre, d'autre part, la persistance de certaines visions.

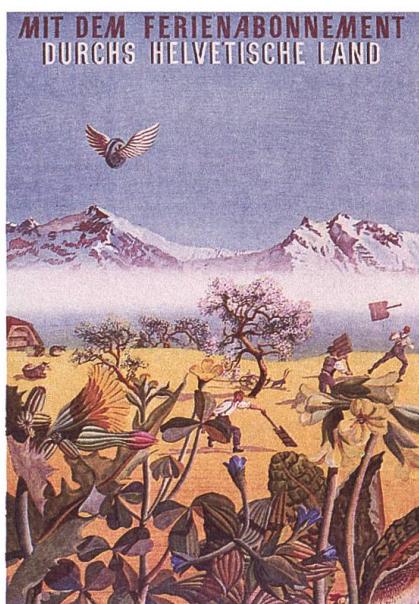
Si les Alpes sont aujourd'hui l'objet de l'admiration de nombreux touristes et souvent contemplées comme l'emblème de la Suisse, elles n'ont longtemps représenté qu'une barrière pleine de dangers sur la route du Sud. Considérées comme les résidus de la colère divine, comment expliquer autrement cet amas informe de roches et de glace, les Alpes inspirent alors, terreur et répulsion. Les voyageurs obligés de traverser les Alpes pour se rendre en Italie, les décrivent comme un pays affreux, désertique et inhospitalier. Cette aversion pour la montagne n'a pas seulement des causes objectives comme la rigueur du climat, la stérilité de la terre – on ne trouve que des rochers et de la neige et s'il y a de la végétation, ce ne sont que des conifères – les difficultés et les dangers du voyage, mais aussi des raisons religieuses. L'aridité du milieu alpin est, en effet, perçue comme le résultat d'une punition divine. Horace-Bénédict de Saussure rapporte la superstition suivante dans ses écrits: «Le petit peuple de notre ville et des environs donne au mont Blanc et aux montagnes couvertes de neige qui l'entourent le nom de montagnes maudites; et j'ai moi-même ouï dire dans mon enfance à des paysans que ces neiges éternelles étaient l'effet d'une malédiction que les habitants de ces montagnes s'étaient attirée par leurs crimes.»¹ Il n'est pas étonnant, dans ce contexte, que la montagne soit aussi le repaire de toutes sortes de monstres.

La montagne, quand elle ne donne pas lieu à la création de mythes fantastiques, ne suscite que de rares commentaires de la part des voyageurs étrangers. Aussi Joseph Addisson, un éminent essayiste, dramaturge et poète anglais, lorsqu'il se rend en Italie en 1701, ne mentionne-t-il qu'à peine les Alpes et la Suisse qu'il a pourtant dû traverser. De même son compatriote, l'historien Edward Gibbon – qui a vécu quelques années à Lausanne – ne parle pas du tout des Alpes à propos de son voyage en Suisse en 1755, alors qu'il décrit avec beaucoup de minutie et de subtilité les autres événements de son voyage. Bien qu'il ait traversé les Alpes, il ne les a tout simplement pas vues.²

Comment expliquer dans ce contexte orophobique le tableau «La pêche miraculeuse» de Konrad Witz (1444)? Ce tableau constitue la première représentation connue d'un paysage de montagne dans l'histoire de la peinture. Konrad Witz a peint, en arrière-fond de la scène biblique, l'environnement du lac Leman. On reconnaît, en effet, les montagnes qui entourent Genève. On notera cependant que ces montagnes sont peintes comme de très grandes collines, Witz ayant gommé toute aspérité de leur morphologie. On remarquera aussi que les proportions données au paysage ne correspondent pas à la réalité et que ce dernier est incomplet, le Mont-Blanc en est par exemple absent.³ La domestication du paysage genevois, l'effacement des montagnes abruptes montrent bien que la notion de paysage n'englobe, à l'époque, qu'un type de paysage, le paysage rural qui étend le concept de jardin à la campagne environnante. La sensibilité esthétique ne s'émeut qu'à la vue d'un territoire apprivoisé, dominé,



Plinio Colombi 1904 (2)



Hans Erni 1940 (3)

colonisé par l'être humain. Il faudra attendre le siècle des Lumières pour que cette vision de la montagne soit remise en question. Le XVIII^e siècle dans sa tentative de rationaliser le monde, s'efforce de combattre les superstitions de tous ordres pour les remplacer par une explication scientifique et logique des phénomènes les plus divers. Le thème de la montagne sera donc abordé d'un point de vue scientifique. Le géologue genevois, Horace-Bénédict de Saussure, part ainsi à l'ascension du Mont-Blanc en 1787 pour tenter de comprendre la géologie des phénomènes alpins. Parallèlement, un mouvement artistique se développe qui revalorise la montagne. Ses principaux représentants, Albrecht von Haller et Jean-Jacques Rousseau, en promouvant une image positive des Alpes, encouragent indirectement l'intérêt pour la Suisse et ses paysages.

Les différentes approches scientifiques, artistiques ou sportives du XVIII^e siècle vont créer des images de la montagne qui sont encore utilisées aujourd'hui dans la propagande touristique. Pour illustrer ma démonstration, je me baserai essentiellement sur les affiches touristiques destinées à la propagande, à l'étranger. Ces affiches publiées par les Chemins de Fer Fédéraux (CFF), alors responsables de la propagande touristique à l'étranger avant la création de l'Office National Suisse du Tourisme (ONST) en 1918, ainsi que celles dudit office, représentent l'image officielle de la Suisse.

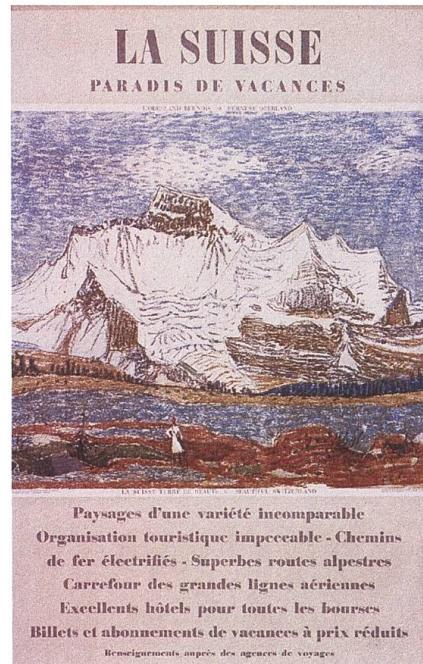
Il est aussi intéressant de souligner que la découverte de la montagne comme paysage, même si ses premiers admirateurs sont nés sur le territoire actuel de la Suisse – je pense à Haller, Rousseau et Saussure – est avant tout l'invention des Anglais. On se rappellera que ce pays connaît la révolution industrielle dès la fin du XVIII^e siècle. On peut donc déduire qu'il existe une corrélation entre la découverte d'un nouveau territoire et la naissance de l'industrie. L'amélioration de la cartographie, du réseau routier et des moyens de transport favorise l'engouement pour le voyage d'agrément qui se développe au XVIII^e siècle. Les aspirations

naturalistes et romantiques qui transforment peu à peu les rapports avec la nature, renforcent ce mouvement.⁴ Cet engouement pour le voyage d'agrément qui s'était d'abord développé sur le territoire britannique, s'étend rapidement au continent et à la Suisse en particulier. Les Alpes attirent les voyageurs dès les années 1780. Un nouveau type de littérature fait alors son apparition: le guide de voyage. Il a pour fonction première de faciliter le voyage en donnant toutes sortes d'informations. En attirant l'attention du voyageur sur certains sites, il dirige son regard. Il contribue ainsi à propager certaines visions de la Suisse.

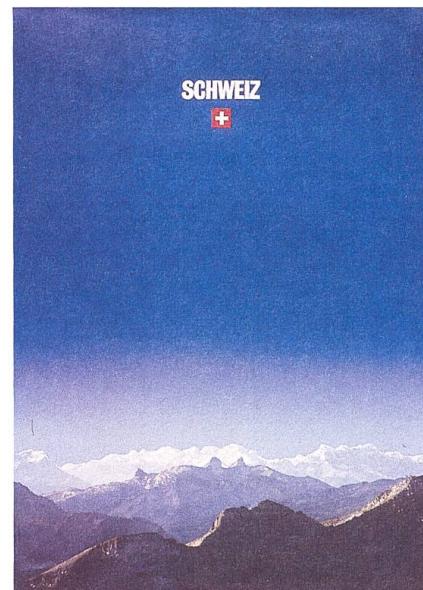
La montagne comme berceau de la démocratie

Le sentiment de répulsion et d'horreur suscité par les Alpes va se muer peu à peu en émerveillement devant la nature après la publication, en 1729, du long poème épique d'Albrecht Haller, «Die Alpen». Cet humaniste encyclopédique – il est mathématicien, botaniste et anatomiste – glorifie, en quarante-neuf strophes, la Suisse et ses montagnes comme un tout, où la pureté de la région alpine est perçue comme une manifestation des idéaux arcadiens perdus. Il voit, en effet, dans la haute montagne, le berceau de l'Age d'Or. Selon lui, celle-ci préserve de la corruption et permet de retrouver un esprit innocent.

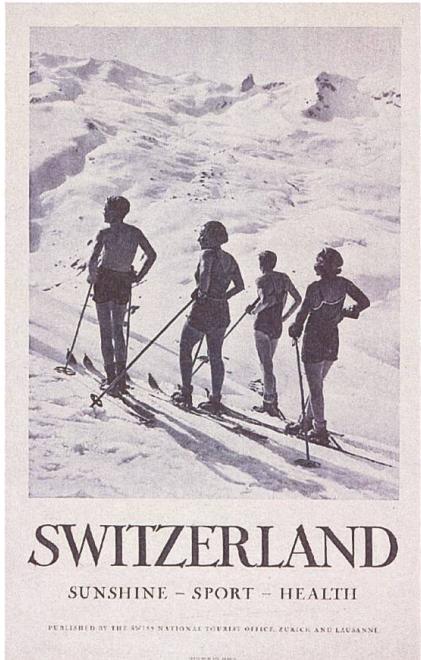
Cette idéalisation de la vie pastorale n'est toutefois pas nouvelle. On la trouve déjà chez Virgile dans son célèbre poème les «Bucoliques» (écrit en 37 av. J.C.). En Suisse, Beat de Muralt, avait préconisé en 1725 un retour à la simplicité naturelle. Cette idée est amplement reprise, notamment par Salomon Gessner, son successeur. L'apport de Haller est de faire de la Suisse un Eden préservé. Le poème d'Albrecht Haller – traduit dans presque toutes les langues et réédité plus de trente fois avant 1777 – influencera de manière décisive la perception de la Suisse par les voyageurs. En effet, «Die Alpen» ne fixe pas seulement les traits principaux de la beauté des Alpes, mais aussi les



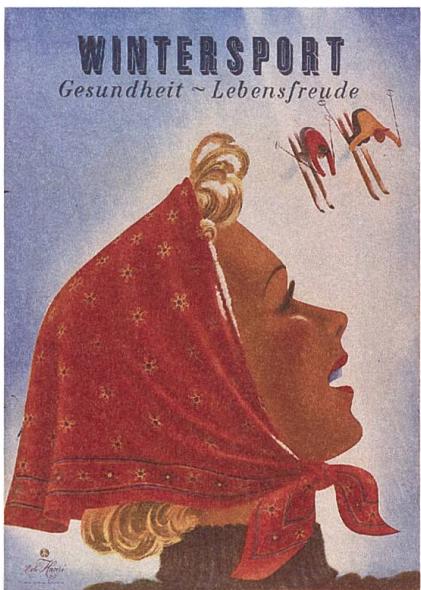
Alois Carigiet 1945 (4)



Beni La Roche 1977 (5)



Auteur inconnu 1933 (6)



Edi Hauri 1944 (7)

passages obligés d'un itinéraire qui sera ensuite codifié par les guides de voyage: Berne, Thoune, Interlaken, Lauterbrunnen, Grindelwald, la vallée de Hasli, le col du Grimsel, le Valais avec les bains de Loèche , puis le retour à Berne par le col du Gemmi. Le lac des quatre cantons, le Tessin et même les Grisons se greffent sur ce parcours en tant qu'options.⁵

Cette image idéalisée de la Suisse sera reprise par Rousseau dans son roman «Julie ou la nouvelle Héloïse», publié en 1761. Rousseau met surtout l'accent sur l'ordre moral qu'engendre la montagne. Celle-ci, en tant que paysage, semble l'intéresser moyennement. Il ne la décrit que fort brièvement dans son oeuvre. Le Mont-Blanc n'a droit, par exemple, qu'à trois lignes dans «Les Confessions». Pour Rousseau, ce qui caractérise la Suisse c'est sa vertu, tant sur le plan politique que social. La proximité des montagnes et le mode de vie qu'elle engendre préservent les habitants de la corruption. L'homme alpin, grâce au contact quotidien avec la nature, a su conserver son naturel bon et aimable. «L'homme naît bon, c'est la société qui le corrompt» nous dit Rousseau. L'homme des montagnes, vivant à l'écart des villes, ne peut être qu'un modèle de vertu, et la Suisse, pays de montagnes et de montagnards par excellence, ne peut constituer qu'une image de modèle démocratique dans une société européenne encore monarchique et dégénérescente.

Si le poème d'Haller a en quelque sorte créé le premier itinéraire touristique dans l'Oberland Bernois, le roman de Rousseau a créé celui de la région lémanique. A la suite de la lecture de «Julie ou la nouvelle Héloïse», des milliers de touristes se rendent dans cette région – Clarens et Meillerie en particulier – bientôt surnommée le pays de Julie. Le fait que la plupart des touristes se limitent aux régions décrites par Rousseau, tend à prouver que le paysage n'est perceptible que par un truchement artistique.⁶

La relation entre les montagnes et la démocratie sera soulignée dans l'oeuvre de l'écrivain français

Louis-Sébastien Mercier, quatre ans avant la Révolution française (1785). Après avoir vu, lors de son séjour en Suisse, la maquette des Alpes conçue par le général à la retraite Franz Ludwig Pyffer von Wyer, Mercier comprend soudain pourquoi le despotisme est impossible en Suisse. Il suffit aux sujets de gravir la montagne pour se retrouver au-dessus du tyran.⁷

Ces considérations politiques et morales n'ont malheureusement aucun fondement réel. Elles sont le fait de citadins et de gens de la plaine qui connaissent fort mal la haute montagne. Les Alpes servent simplement de toile de fond à la description d'une société idéale. On peut rapprocher cette attitude du concept du bon sauvage qui fera fortune au XIX^e siècle (cf. Chateaubriand). L'idéalisatoin de la vie pastorale et le retour à la nature qu'elle implique surviennent, en effet, à une époque où les prémisses de la révolution industrielle sont déjà perceptibles. Ils iront en s'accentuant.

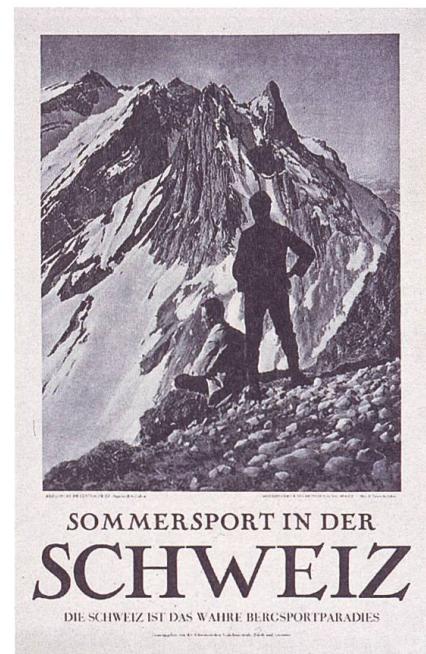
La montagne guérisseuse ou der Zauberberg

Si la montagne permet une régénération morale au contact intime de la nature, comme le prétend Rousseau, elle peut aussi être très bénéfique sur le plan physique. Le séjour en Suisse va, par conséquent, être recommandé pour soigner toutes sortes de maux. J. G. Ebel, dans un guide qu'il publie en allemand en 1793 et qui sera largement traduit par la suite, loue les mérites thérapeutiques d'une visite en Suisse. Il souligne la pureté extrême de l'air et de l'eau, les effets curatifs de l'altitude ainsi que les bénéfices des longues promenades dans une campagne paisible.

Le XIX^e siècle reprend l'idée d'un voyage en Suisse comme remède à tous les maux dans de nombreux écrits. Une nouvelle d'Adrien de Sarrazin, par exemple, intitulée «Le Spleen» et publiée en 1813, raconte l'histoire d'un jeune Anglais souffrant de dépression. On lui conseille alors de se rendre en Suisse. Après un séjour chez des paysans, dans la vallée de Lauterbrunnen, il guérit. On retrouve ici, les grandes idées de Rousseau. A



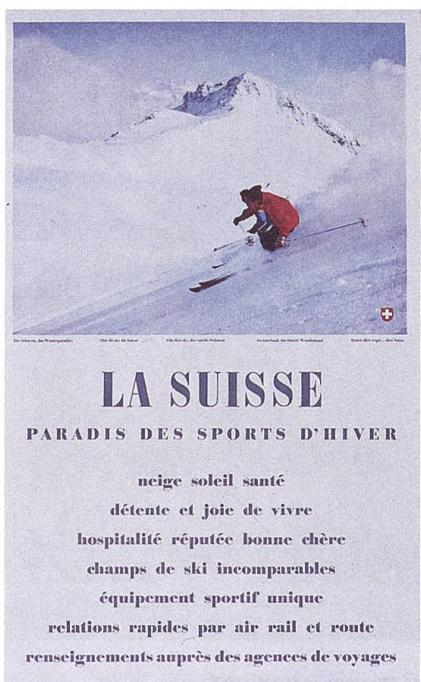
Philipp Giegel 1961 (8)



K. Treuer 1927 (9)



Eric Hermès 1930 (10)



Auteur inconnu 1956 (11)

la suite de cette expérience, ce jeune homme devient lui-même un berger. Il mène dès lors, une vie paisible et heureuse au contact de la nature.⁸ Au début du XXe siècle, les mouvements pour la santé par la nature prennent un nouvel essor. La médecine naturelle s'est déjà développée durant la première moitié du XIXe siècle, en insistant sur les vertus curatives des plantes et l'utilisation thérapeutique et prophylactique du soleil et de l'air. Le Suisse Arnold Rickli (1823–1906) est par exemple, convaincu que la nature grâce à son action bienfaisante, peut soigner. Il prône ainsi les bains de soleil, l'hydrothérapie et l'alimentation végétarienne. Lorsqu'il ouvre en 1855 une station climatique en Haute-Carinthie, à Velde, ses patients vivent dans un cadre de verdure, complètement nus. Les progrès de la bactériologie à la fin du XIXe siècle confirment ses intuitions. En 1902, le Dr. Oscar Bernhardt expérimente, dans son institut à St Moritz, les bienfaits de l'action du soleil dans le traitement des maladies infectieuses. L'année suivante, s'ouvre à Leysin la première clinique pour le traitement héliothérapeutique de la tuberculose. Plus de trente institutions analogues seront créées de sorte qu'on parlera, à juste de titre, de la Suisse comme du sanatorium de l'Europe («Kurhaus Europas»).

Dans les années trente du XXe siècle, les théories des hygiénistes qui préconisent l'air, le soleil et le mouvement, sont largement répandues. La montagne, outre ses vertus thérapeutiques dans le traitement de la tuberculose, s'avère un excellent moyen prophylactique comme le suggère la publicité. Les visages bronzés, les corps en mouvement se multiplient. La montagne devient un terrain de jeu.

La montagne dominée

Le premier sport pratiqué dans les montagnes fut l'alpinisme. L'ascension du Mont-Blanc que le savant genevois Horace-Bénédict de Saussure entreprit pour des raisons scientifiques – son but était d'étudier la géologie alpine – est aussi un exploit sportif. Il marque un autre rapport avec la

montagne. Objet de vénération, de spectacle et d'émotion, elle se transforme à présent en un objet d'expérimentation et de conquête. Elle cesse d'être ce monde mystérieux et menaçant pour devenir le lieu où l'être humain peut démontrer ses qualités tant scientifiques que physiques et morales.

Cette pratique s'affirme clairement dès les années 1830 sous l'influence des alpinistes britanniques qui imposent un véritable modèle d'action. Elle correspond à une mentalité victorienne dominée par les valeurs que les élites bourgeoises ont sues mettre en évidence à travers la révolution industrielle: travail, persévérance, abnégation, précision. Ces valeurs débouchent sur l'apparition d'activités qui en expriment toutes les facettes, les activités sportives notamment. L'alpinisme permet ainsi de donner la pleine mesure d'une personnalité.⁹

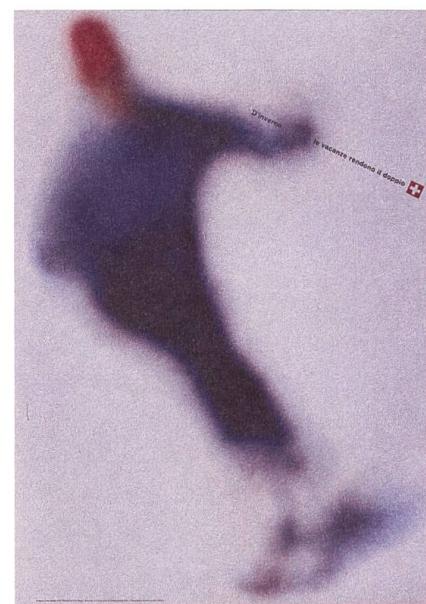
Cet enthousiasme pour la conquête est partagé par le public. Les conférences d'Albert Smith sur ses ascensions au Mont-Blanc rencontrent un énorme succès. 200 000 personnes y assistent en 1852 et 1853. Elles deviennent une des attractions les plus populaires de Londres.¹⁰ De même, l'ascension du Cervin en 1865 a un énorme retentissement. Des récits en sont publiés dans les revues des clubs alpins.¹¹

L'alpinisme tient cependant très vite à se distinguer du tourisme ordinaire. L'alpiniste recherche le dépassement de soi-même. Il a ainsi des sentiments élitaires symbolisés, en 1857, par la création de l'Alpine Club. Il publie un journal «L'Alpine Journal», qui rend compte des randonnées, des courses etc. – et décrit les nouveautés dans l'équipement. Son but est d'accumuler les connaissances alpines, de systématiser les conquêtes, de constituer un inventaire géographique et géologique précis et d'améliorer les techniques d'ascension.¹²

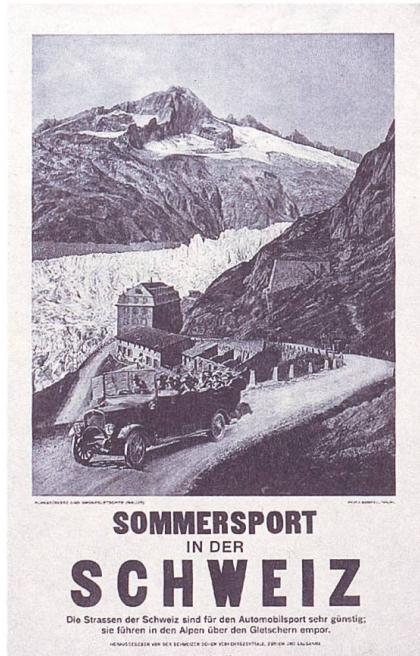
Parallèlement, la conquête de la montagne se poursuit sur un plan technique. L'invention du chemin de fer à crémaillère par Niklaus Riggengbach, en 1871, rend le sommet du Rigi accessible à tous ceux qui peuvent se payer un billet de train.



Philipp Giegel 1980 (12)



Franz Fässler 1962 (13)



Auteur inconnu 1922 (14)



Herbert Leupin 1939 (15)

Le succès est tel que plus de 60 lignes de montagne sont édifiées entre 1870 et 1910, dont celle du Gornergrat en 1898 et celle de la Jungfraujoch en 1912. La montagne n'est pas seulement escaladée, elle est aussi transpercée. Les travaux pour le percement du tunnel du Gothard ont déjà commencé. Ils seront achevés entre 1872 et 1880.¹³ Le tunnel du Simplon sera ouvert en 1906 et sera uniquement consacré à la circulation de locomotives électriques.

Le thème de l'alpinisme comme argument publicitaire, s'il est très tôt utilisé par les CFF qui organisent de nombreuses conférences sur ce sujet au début du siècle, n'est jamais représenté dans les affiches avant les années 1920. La vision idyllique de la montagne du début du siècle correspondant à la vision rousseauiste fait place à présent à une vision beaucoup plus conquérante. La montagne n'est plus un paysage que l'on contemple, mais un élément naturel que l'on domine. Si Gustave Doré dépeint un homme écrasé par la masse de la montagne, l'affiche de l'Office du tourisme montre un homme, les poings sur les hanches, dans une attitude victorieuse. Cette attitude s'applique aussi à d'autres sports notamment au ski. Ce sport, s'il est synonyme de plein air, de soleil et de vitesse, a aussi une symbolique virile très forte. Il suffit de penser aux marques laissées par les skieurs dans la neige vierge.

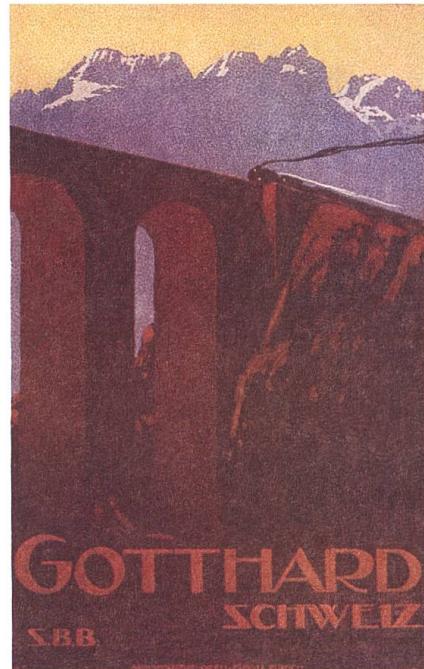
Tous les motifs de conquête vont être désormais représentés: on retrouve dans les affiches de cette période principalement des locomotives ou des autocars traversant des vallées ou débouchant de tunnel. L'homme imprime partout sa marque. Ce n'est sans doute pas par hasard si ce thème fait son apparition après la première guerre mondiale, et notamment dans la publicité des CFF. Les CFF tentent, en effet, de restaurer la confiance perdue lors de la guerre. Les ponts comme l'a montré Jacques Gubler dans son livre «Nationalisme et Internationalisme dans l'architecture moderne suisse» sont un symbole du fédéralisme; ils relient les vallées entre elles. Ebranlée par la guerre, la Suisse proclame, par affiche interposée, sa cohé-

sion et son dynamisme. La nature est vaincue par le savoir-faire de ses ingénieurs. L'apparition, dans certaines affiches, de trains électriques – la Suisse est le premier pays d'Europe à avoir électrifié son réseau – souligne le progrès technique.

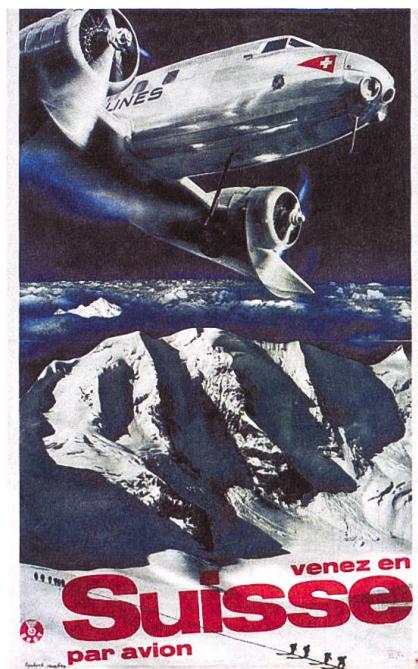
Ceci est particulièrement clair dans l'affiche d'Anton Trieb de 1925. Au centre de l'affiche s'élève un pont dont les dimensions rivalisent avec celle de la montagne. L'effet de grandeur est encore souligné par la perspective montante. Les piliers du pont paraissent soudain être un ouvrage colossal: l'homme fait concurrence à la nature.

La représentation des routes a la même fonction. Elles relient l'ensemble du territoire. Leur dessin serpentin, particulièrement apprécié des graphistes, rappellent le «S» de la Suisse comme le montre très clairement l'affiche d'Herbert Leupin. L'homme ne domine pas seulement la montagne, il la surplombe, comme le montrent le téléphérique et l'avion: dans ces deux affiches de Herbert Matter, la montagne disparaît, l'homme se rapproche du ciel.

Il faut ici souligner le caractère proprement sexuel de cette domination de la montagne qui commence avec l'alpinisme. Ce sport strictement élitiste exige des qualités considérées alors comme spécifiquement masculines tels que le courage, le goût de l'aventure et du risque ou le souci de la précision et de l'exactitude. De même, l'édification de ponts et de routes ou la construction de chemins de fer et d'avion sont la manifestation d'un savoir considéré comme typiquement masculin... Cette opposition entre nature et culture, donc entre élément féminin et masculin, parcourt tout le XIX^e siècle. Le désir d'assouvissement de la nature et donc de la femme, atteindra son apogée, comme le montre Simon Schama dans son livre «Landscape and Memory» (New York 1995) au mont Rushmore, lorsque le sculpteur Gutzon Borglum grava dans le granit le visage des quatre présidents américains significatifs pour l'histoire des USA en 1927 (George Washington, Thomas Jefferson, Abraham Lincoln et Théodore Roosevelt).



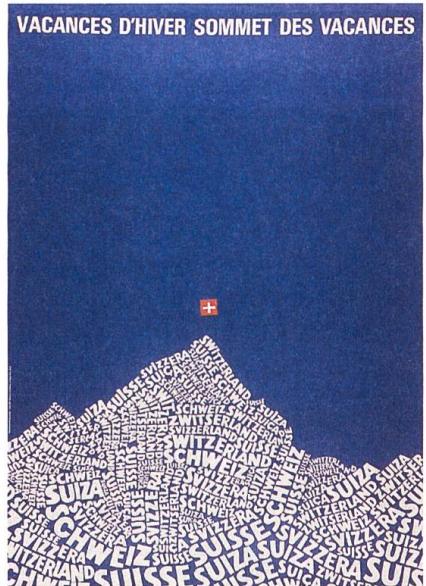
Anton Trieb 1925 (16)



Herbert Matter 1935 (17)



Hans Aeschbach 1943 (18)



Peter Kunz 1967 (19)

La montagne, ma patrie

L'exploit de Borglum au mont Rushmore a une forte connotation politique. Il prouve la puissance de l'Amérique. De même, au siècle précédent, les sommets conquis par les Anglais démontraient l'invincibilité de l'empire britannique. Les montagnes suisses, comme nous le savons, ne sont pas neutres.

Elles vont effectivement servir de ciment identitaire entre les cantons. Avant 1798, date de la proclamation de la République Helvétique installée par les Français, la Confédération helvétique n'a pas vraiment d'existence comme entité politique. Le «Corps helvétique», expression consacrée pour désigner l'ensemble des cantons, est fait d'alliances enchevêtrées sans unité institutionnelle. Aussi parle-t-on par commodité de langage de la Suisse comme «être géographique».

Cette expression adoptée par les observateurs extérieurs paraît largement acceptée à l'intérieur des cantons au XVIII^e siècle. Les élites des Lumières aiment, en effet, se voir comme «suisses», la Suisse étant alors perçue comme le berceau de la liberté. Les grands mythes historiques de l'époque héroïque, le serment du Grütli et l'histoire de Guillaume Tell très prisés renforcent ce sentiment. Ils donnent en effet l'image d'une Suisse éprise de liberté et prête à tout pour défendre sa liberté.¹³ L'effigie de Tell sera d'ailleurs adoptée comme sceau officiel par la République helvétique.

Le discours patriotique se centre désormais sur la nature. Cascades, air pur, lacs et paysages préalpins sont les topoï les plus prisés. La montagne devient le paysage suisse par excellence. Lors de la création de l'Etat fédéral en 1848, la mythologie alpestre fait partie des références obligées.

Cette image est reprise dans les manuels scolaires. Ceux-ci montrent une image très traditionnelle de la Suisse en ignorant complètement le monde urbain et industriel au profit de la vie simple et rude des montagnards. Bien que la Suisse doive sa prospérité aux villes et aux activités urbaines, les manuels scolaires représentent la Suisse véritable comme une Suisse alpestre. Le mythe de la vie

pastorale est ainsi sans cesse réactivé. L'habitant des Alpes s'illustre par sa vertu, sa force de caractère, sa vie simple soumise à l'ordre naturel des choses. Les Alpes éduquent, en effet, à l'égalité: «Impossible d'y être très riche, à cause des modiques ressources du pays, impossible d'y être très pauvre, parce que la vie y est telle qu'il suffit d'y habiter quelque temps pour apprendre à se contenter de peu.»

Si les Alpes déterminent la constitution démocratique du pays, elles forment aussi un refuge et une barrière contre l'étranger. Ce mythe sera fort utilisé pendant la deuxième guerre mondiale dans la stratégie du réduit. En construisant une identité nationale basée sur le refus de l'autre,

elles contribuent au renfermement de la Suisse sur elle-même.

Conclusion

Dans cet article, j'ai tenté de démontrer que les images de la montagne créées au XVIIIème siècle ne se sont pas modifiées au cours du temps. Leur utilisation récurrente, au point d'en faire des clichés, pose la question de la perception du paysage et de la Suisse elle-même, les unes et l'autre étant si étroitement liées. Est-il possible d'avoir une autre vision de la Suisse? Cette question amène automatiquement à se demander s'il est possible d'imaginer une identité suisse sans montagne?

Ce texte a été déjà publié dans la revue **Anthos**, 3/2002, pp. 25–28.

- 1 Cité par A. Corbin, in: **Court traité du paysage**, Paris 1997, p.88
- 2 F. Walter, **Les Suisses et l'environnement**, Genève 1990, p. 41
W. Hauptmann, **La Suisse sublime vue par les peintres voyageurs 1770–1914**, Milan 1991, p. 13-14
cf. A. Corboz: «Sur l'élasticité du paysage alpestre dans la peinture», in: **Quand la montagne a aussi une histoire: mélanges offerts à J. F. Bergier**, M. Körner & F. Waller (éds.), Berne 1996
- 3 L. Tissot, **Naissance d'une industrie touristique**, Lausanne 2000, p. 17
- 4 F. Walter, op. cit., p. 40
- 5 W. Hauptmann, op. cit., p.17
- 6 S. Kunz, B. Wismer, W. Denk (sous la direct.), **Die Schwerkraft der Berge 1774–1997**, Frankfurt am Main 1997, p. 34
- 7 W. Hauptmann, op. cit., p. 19
- 8 L. Tissot, op. cit., p. 49
- 9 L. Tissot, op. cit., p. 50
- 10 F. Walter, op. cit., p. 93
- 11 L. Tissot, op. cit., pp. 88-91
- 12 F. Walter, op. cit., p. 101
- 13 F. Walter, op. cit., p. 56

Crédit photographique:

Affiches pages 1-4, 6-15, 20, 21: Bibliothèque Publique et Universitaire, Genève
Affiches 5, 16-19: Plakatsammlung, Museum für Gestaltung Zürich