

## Co-création de valeurs partagées pour redynamiser une région de montagne à travers le tourisme nocturne : étude de cas en Suisse romande

Vincent Grèzes, Rafael Matos-Wasem et Sandra Grèzes

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rga/3881>

DOI : 10.4000/rga.3881

ISSN : 1760-7426

### Éditeur

Association pour la diffusion de la recherche alpine

### Référence électronique

Vincent Grèzes, Rafael Matos-Wasem et Sandra Grèzes, « Co-création de valeurs partagées pour redynamiser une région de montagne à travers le tourisme nocturne : étude de cas en Suisse romande », *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine* [En ligne], 106-1 | 2018, mis en ligne le 25 février 2018, consulté le 18 avril 2018. URL : <http://journals.openedition.org/rga/3881> ; DOI : 10.4000/rga.3881

---

Ce document a été généré automatiquement le 18 avril 2018.



*La Revue de Géographie Alpine* est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

---

# Co-création de valeurs partagées pour redynamiser une région de montagne à travers le tourisme nocturne :  tude de cas en Suisse romande

Vincent Grèzes, Rafael Matos-Wasem et Sandra Grèzes

---

## Contexte

- 1 Le tourisme est une branche phare de l'économie suisse, en particulier dans l'espace alpin. Secteur d'exportation par excellence, notamment en Suisse romande où la proportion des clients étrangers est particulièrement importante, l'industrie touristique a généré 4,7 % des recettes d'exportation en 2015 (Fédération suisse du tourisme, 2017). Pour la Confédération suisse, le tourisme doit affirmer son importance économique et gagner des parts de marché dans l'espace alpin, tout en respectant les principes du développement durable. La stratégie de croissance du Conseil fédéral pour la place touristique helvétique, définie en 2010, vise en effet à mieux exploiter le potentiel du tourisme en Suisse, afin de générer encore plus d'emplois et accroître la valeur ajoutée des régions. Comme les prestations touristiques sont fournies dans des systèmes de valeur ajoutée fragment s, les prestataires doivent donc faire preuve d'un grand esprit de coopération et d'innovation selon le rapport de la Confédération. C'est à ce niveau-là que la Haute  cole de Gestion et Tourisme, au travers de ses instituts de recherche appliquée, a défini l'objectif de concevoir des outils concrets pour stimuler la coopération par une mise en réseaux mieux coordonnée, favorisant ainsi également l'innovation.
- 2 L'industrie du tourisme en Suisse n'est pas seulement morcelée du point de vue spatial, elle est aussi structur e en petites entités. Les acteurs du tourisme restent dans des logiques de fonctionnement très individuelles qui ne permettent de répondre que

partiellement aux attentes de la clientèle, le touriste devant faire lui-même le lien entre les différents composants qui constituent son séjour. Cette atomisation des acteurs du tourisme est liée à une activité économique qui jusque-là a été plutôt florissante, le tourisme étant un secteur ayant relativement bien supporté la crise économique. En outre, le client devient de plus en plus exigeant dans un monde touristique dans lequel les offres se ressemblent de manière croissante.

- 3 Dans ce contexte, la Haute École de Gestion et Tourisme, à Sierre, a développé et conduit un projet de recherche impliquant ses instituts spécialisés en entrepreneuriat et management, et en tourisme, ainsi que les étudiants de l'option Développement de Produits et Services Touristiques (DETOPS) incluse dans la filière du Bachelor en Tourisme, s'adressant aux entreprises touristiques et industrielles régionales ainsi qu'aux organismes de soutien au développement régional. Cette recherche-action visait d'une part à diminuer le morcellement des acteurs touristiques face à une concurrence et à des modes de consommation renouvelés du fait de la digitalisation des prestations de service et, d'autre part, à créer des ponts entre les ressources touristiques régionales afin de renouveler les offres à la clientèle.
- 4 Cette étude a permis de tester une méthodologie de création de projets recherchant à faire émerger des idées de projets générant de la valeur partagée pour les parties prenantes, l'environnement et les communautés locales. Cette démarche constitue une réelle innovation, permettant de ne plus raisonner en fonction des frontières juridiques ou géographiques mais bien en fonction des attentes du client. Il s'est agi d'envisager des produits et services novateurs, dont dans le domaine du tourisme nocturne, reliant les parties prenantes de deux régions touristiques avec leurs clients, dans un esprit de valeurs aussi bien pour les consommateurs que pour l'environnement.

## État de l'art

- 5 Le développement de réseaux pour soutenir l'innovation constitue l'un des axes prioritaires de la Nouvelle politique régionale (NPR) de la Confédération helvétique, ainsi que le transfert de connaissances des réseaux pour la nouvelle politique régionale : « Les réseaux et les coopérations constituent la base de chaînes régionales de création de valeur ajoutée et peuvent être le point de départ de réseaux d'affaires. » (Regiosuisse, 2013).
- 6 Parallèlement, de nouveaux paradigmes de participation ont émergé dans le but de transformer les processus d'innovation, dont notamment l'*open innovation* (Chesbrough, 2006) et le *crowdsourcing* (Howe, 2006). Ces méthodes constituent des évolutions de techniques de participation et d'implication de la foule dans un processus de co-création et de génération d'idées, voire d'innovation, pour l'entreprise et les porteurs de projets. Les principales étapes visant à recueillir des idées reposent sur cinq étapes identifiées par Muhdi *et al.* (2011) (Fig. 1).

Figure 1. Les cinq phases du processus de *crowdsourcing*



Source : Muhdi *et al.* (2011, traduction des auteurs)

- 7 Ces techniques de co-création proposent aux entreprises d'utiliser des connaissances et compétences externes afin d'accélérer leurs processus d'innovation. Toutefois, bien que la co-création ait conduit les organisations à concevoir de nouvelles manières d'impliquer et de collaborer avec les individus (Kotler *et al.* 2010), chacune propose un degré différent de collaboration. En somme, nombreuses sont les techniques de co-création dont un seul acteur semble à même de retirer des bénéfices.
- 8 Selon Porter et Kramer (2011), la création de valeurs partagées repose sur le fait que les besoins sociaux et environnementaux, et non plus les besoins économiques conventionnels, définissent les marchés. Kramer et Pfitzer (2016) affirment en outre que les entreprises doivent collaborer avec les gouvernements et des ONG, voire leurs rivaux pour capturer les bénéfices économiques résultant des progrès sociaux. De plus, Alberti et Giusti (2012) affirment que les *clusters* économiques constituent des ressources régionales permettant de soutenir l'innovation et de faciliter le transfert de connaissance. Basée sur ces considérations, notre recherche appliquée visait à répondre à la question suivante : Comment redynamiser une région touristique de montagne tout en soutenant la création de valeurs partagées ?

## Méthodologie

- 9 L'équipe de recherche a mis en œuvre une méthode innovante reposant sur un processus en deux grandes étapes. Tout d'abord, des ateliers de co-création alignés sur les cinq phases des campagnes de *crowdsourcing* avec un groupe de professionnels régionaux et des enquêtes auprès de la population résidente et des touristes ont été réalisés afin d'identifier une idée de projet répondant aux critères du projet : la création de valeurs partagées dans la région générant des bénéfices pour la population locale, les touristes, les professionnels et l'environnement (Tableau 1). La transformation de l'idée en projet a été effectuée au moyen du canevas de conception de modèles d'affaires proposé par A. Osterwalder et Y. Pigneur (2010) (Fig. 2).

Tableau 1 : Méthode de génération d'idées de projet de valeurs partagées

Phases clés de <i>crowdsourcing</i>	Tâches clés	Alignement du processus
1. Délibération	1.1 Analyse de l'approche globale de <i>crowdsourcing</i>	Les chercheurs ont conduit des entretiens et des analyses de forces et faiblesses individuellement avec les partenaires afin de comprendre leur profil d'innovation et leurs capacités respectives. Définition de objectifs de création de valeurs partagées.
	1.2 Réflexion sur la manière dont les problèmes peuvent être traités	
	1.3 Promotion de l'acceptation de la méthode	

2. Préparation	2.1 Clarification des attentes de l'entreprise	<p>Atelier 1 : Analyse des entretiens et discussion des synthèses avec les partenaires.</p> <p>Discussion et recherche de convergence avec tous les partenaires et formulation d'une question et de critères de sélection des meilleurs résultats.</p> <p>Discussion d'un plan de communication.</p>
	2.2 Définition d'une question	
	2.3 Formulation de la question	
	2.4 Réflexion sur le timing du projet et la durée des étapes	
	2.5 Définition des critères de sélection des idées	
	2.6 Attribution des ressources internes	
	2.7 Réflexion sur les stratégies utiles pour augmenter la participation	
3. Exécution	3.1 Regroupement des idées	Collecte d'idées 1 ( <i>Crowdsourcing</i> ) : Cette première campagne de collecte d'idées a été fermée au public pour recueillir uniquement les idées des partenaires dans un premier temps.
	3.2 Communication avec la communauté	Collecte d'idées 2 ( <i>Crowdsourcing</i> ) : Ce second tour de collecte d'idées a été ouvert au public. Les gens étaient invités à proposer de nouvelles idées et à évaluer les idées présentes sur une plateforme en ligne.
4. Validation	4.1 Sélection des outils de sélection des idées	Les partenaires, le public et les chercheurs ont évalué les idées.
	4.2 Définition d'une stratégie de classement	Atelier 2 : Les partenaires ont évalué les idées et sélectionné les meilleures en fonction de leur valeur économique estimée.
	4.3 Récompense des meilleures idées	Les partenaires ont récompensé le gagnant.
5. Application	5.1 Interprétation des résultats et planification de leur mise en œuvre	Atelier 3 : Les partenaires, guidés par les chercheurs, ont conçu le modèle d'affaires et la carte d'empathie avec les segments clients.
	5.2 Management des effets marginaux	

Source : Adapté de Grèzes *et al.* (2016, traduction par les auteurs).

- 10 Par la suite, les étudiants de la formation DETOPS ont appliqué une méthode de conception de services (Fragnière *et al.*, 2012) pendant un semestre d'études, afin d'élaborer des propositions de services en lien avec l'idée de projet de valeurs partagées. Cette méthode repose sur un processus en quatre phases :
1. une démarche ethnographique incluant l'observation et l'entretien avec les parties prenantes afin de s'imprégner des besoins et des attentes de chacun ;
  2. une démarche de modélisation des processus des services et des relations des personnes dans la démarche du projet : l'élaboration d'un script et de scénarios afin de rendre tangibles les attributs des services envisagés ;
  3. le prototypage des services et leur test lors de représentations théâtrales pour jouer les services et tester leur adéquation et faisabilité en situation réelle ;
  4. le développement de modes opératoires et l'intégration *in situ*.

## Principaux résultats

- 11 Dans un premier temps, les phases de *crowdsourcing* ont permis de collecter 65 idées émanant des professionnels et des personnes privées (résidents, touristes et excursionnistes). Dans un second temps, les professionnels, la population locale et les touristes ont sélectionné le projet de développement d'un parc aux étoiles dans la commune, afin de renforcer la protection de l'environnement tout en offrant aux visiteurs une expérience inédite. Le principe de ce projet consiste à éteindre les éclairages publics à certaines heures de la nuit pour faciliter aux gens l'observation des étoiles depuis les villages. Des manifestations itinérantes seront organisées dans les différents villages de la commune sélectionnée, à savoir Anniviers, et seront combinées avec de nouveaux services (animations, restauration, transport, information, sécurité) permettant de dynamiser l'activité économique locale.
- 12 La situation périphérique de la région du Valais central, en Suisse, et le relatif éloignement des localités concernées permettent d'envisager de bonnes perspectives d'obscurité. La situation est idéale pour cela : le territoire administratif est par ailleurs l'un des plus grands de Suisse<sup>1</sup>.

## Discussion

- 13 Nous présenterons des considérations concernant la position du projet dans un contexte historique afin d'envisager son caractère innovant, puis nous présenterons des réflexions en lien avec les effets économiques, sociaux et écologiques de ce projet.

## Considérations historiques

- 14 Quelque deux siècles en arrière l'on vivait encore au rythme du soleil et des saisons. La nuit régnait et les gens se couchaient de bonne heure. Vu l'absence quasi absolue de lumière éclairant les routes, les chemins et les rues, il était préférable de ne pas se déplacer la nuit, aussi bien pour des raisons de repérage que de sécurité. Ou alors à l'aide d'un flambeau ou d'une lanterne.

- 15 L'homme a de tout temps lutté contre l'obscurité, mais les moyens à disposition ont longtemps été fort modestes. Des tentatives ont d'abord été déployées dans les villes et les bourgs à l'aide de torches, de lumignons et de lampes à huile. Des points névralgiques ont ainsi été éclairés et à proprement parler mis en lumière. Et, comme l'affirme Anne Cauquelin, « il suffit (...) qu'un lieu soit éclairé pour qu'il accède à l'existence » (1977, 23). Une percée importante a eu lieu à l'aide du gaz d'éclairage (initialement du gaz de houille), tout d'abord dans les centres urbains anglais et étasuniens dès la première moitié du XIX<sup>e</sup> siècle (en Suisse, 1843 à Berne, 1844 à Genève, 1856 à Zurich [Illi, 2011]), ce qui n'a pas manqué de contribuer à l'éclosion de distractions nocturnes (Savoy, 1987). Un impact bien plus important a été apporté par l'arrivée de l'électricité et ce de manière décidée à partir de 1880 environ. Ainsi, la première exposition internationale d'électricité de Paris s'est déroulée en 1881 (Savoy, 1987). L'éclairage électrique a démarré dans les villes pour gagner progressivement les espaces de montagne (photo 1), qui nous intéressent ici, en notant toutefois que les lieux touristiques, aussi bien de plaine que de montagne, ont souvent été pionniers en la matière. Le plus souvent grâce à l'initiative d'acteurs technophiles et pour le moins intrépides.

Photo 1. Électriciens sur un poteau électrique. Törbel (Valais), env. 1940-1950



© Max Kettel, Médiathèque Valais – Martigny.

- 16 Il serait passionnant d'aborder les conséquences que l'électrification a entraînées au fil du temps sur les perceptions, les représentations et les comportements collectifs dans les zones touristiques de montagne. En s'aidant par exemple des méthodes de l'histoire orale, comme l'a fait Florian Blumer-Onofri pour ce qui est du demi-canton suisse de Bâle-Campagne au cours de la période 1900-1960. Cet auteur a non seulement abordé la technification du quotidien mais aussi, encore plus original, la banalisation de la

technique, en l'occurrence de l'électricité, en utilisant la perspective culturelle (Blumer-Onofri, 1994).

- 17 L'éclairage électrique ne s'est imposé que progressivement, d'abord à l'aide de lampes à arc (inventées en 1841, Londres et Paris dès 1850) et ensuite par des ampoules à filament (l'invention date de 1854). Il a tout d'abord été objet ponctuel de curiosité et de spectacle lors d'expositions, de foires et autres fêtes patriotiques. Un éclairage à arc a été utilisé pour la première fois en Suisse, en septembre 1877, lors d'une exposition agricole à Fribourg (Savoy, 1987). Un deuxième éclairage à arc de type Jablochkoff, dispendieux, a fait fureur à l'hôtel Engadiner Kulm, à St-Moritz, en 1878-1879, grâce à l'initiative de l'hôtelier Johannes Badrutt, après sa visite de l'exposition universelle de Paris en 1878. Badrutt avait un goût prononcé pour l'innovation et s'attendait à un impact publicitaire de son initiative. De l'électricité produite par une turbine mue par une cascade permit d'éclairer le hall, la salle à manger, la cuisine et un salon annexe (Savoy, 1987). Ce n'est que par la suite que l'on a vu apparaître des installations d'éclairage permanentes dans des commerces et certains établissements prestigieux.
- 18 Dans un deuxième temps, s'est imposé l'éclairage électrique des rues, une fois que les investissements nécessaires ont été trouvés et que les habitants se trouvent rassurés par cette nouveauté échappant à l'entendement des non-initiés. La présence d'une phase de transition au cours de laquelle ont coexisté l'éclairage au gaz et la lumière électrique (à lampes à arc ou à ampoules électriques) a également pu retarder l'apparition des réverbères électriques. Ce n'est que bien plus tard que l'éclairage électrique a connu une diffusion quasi universelle dans les maisons privées, après avoir investi celles des acteurs aisés et modernisateurs, ouverts à l'innovation technique. Les stations touristiques font partie des premiers lieux à éclairer leurs rues à l'aide de la « fée électricité », à l'enseigne de Loèche-les-Bains et de Davos dès 1889 (Savoy, 1987), de Zermatt dès 1892. Initialement, la présence de l'éclairage électrique s'est bornée à quelques points isolés (Blumer-Onofri, 1994), y compris dans les villes et destinations courues par les visiteurs qui vont éclairer prioritairement les monuments et les lieux emblématiques et à intérêt touristique. Pour paraphraser Cauquelin, « la mise en valeur [touristique] signifie exploitation [touristique] et partant économique » (1977, 43).
- 19 Afin de permettre la diffusion de l'électricité, des centrales hydro-électriques furent implantées progressivement çà et là, généralement grâce à des initiatives privées, en commençant par les zones touristiques (Lucerne en 1886, Riviera lémanique en 1887) (Savoy, 1987). Comme l'affirme Savoy (1987), il existe un lien évident et fort entre lieux de villégiature et éclairage électrique de par le biais de l'implantation des centrales ou en cas de localisation favorable à proximité d'une chute ou d'un cours d'eau pouvant être exploités (photo 2), avant que ne se développe le transport à distance de courant électrique permettant de faire fi des contraintes géographiques. En éclairant des monuments historiques ou des géosites, certains acteurs touristiques n'ont pas hésité à mettre sur pied des sortes de « sons et lumières » avant la lettre, tels qu'aux Chutes du Rhin, à Schaffhouse, en 1887, ou au Pont du Diable, à Uri, en 1897, afin de « retenir les étrangers » (Savoy, 1987). Des projets d'illumination plus récents ont fait l'objet de controverses et n'ont parfois pas été réalisés, comme celui prévu au Cervin, en 1988.

Photo 2. Transport d'un générateur. Bramois (Valais), 1914



20 © Charles Krebsler, Médiathèque Valais – Martigny.

21 En Suisse, pays précoce et situé dans le « peloton de tête des pays les plus électrifiés » (Paquier, 2010), la lumière électrique s'est imposée au détriment de l'éclairage au gaz avec l'apparition des ampoules à filament métallique au début du XX<sup>e</sup> siècle. Mais aussi à la survenue de la Première Guerre mondiale et aux difficultés croissantes au niveau des importations d'énergies fossiles (rationnement et hausse des prix) qui en ont résulté (Savoy, 1987). Par la suite, et pour des raisons d'accessibilité et de baisse des coûts, la « houille blanche » a également favorisé cette transition, tout comme les côtés pratiques de la lumière électrique (éclat, régularité de la luminosité, simplicité et propreté). Dans les années vingt, la majorité des villes suisses étaient en possession d'un réseau d'éclairage électrique public (Savoy, 1987). La profusion lumineuse telle que nous la connaissons de nos jours est somme toute plus récente encore et est à rattacher aux suites de ce que Savoy (1987) appelle la « phase d'accoutumance » à l'électricité ainsi qu'à l'apparition de la société de consommation de masse. À tel point que l'éclairage électrique joue de nos jours un rôle incontournable en ce qui concerne les dimensions ludique et de consommation de la « ville nocturne » de plus en plus investie par la sphère publicitaire et économique, comme l'a magistralement montré Anne Cauquelin, au point que l'éclairage « exprime » la structure marchande de la ville diurne » (Cauquelin, 1977, 34). Sans oublier que l'électricité en général exerce également un impact sur la production en prolongeant les journées de travail (Savoy, 1987) en nous affranchissant des rythmes biologiques et organiques...

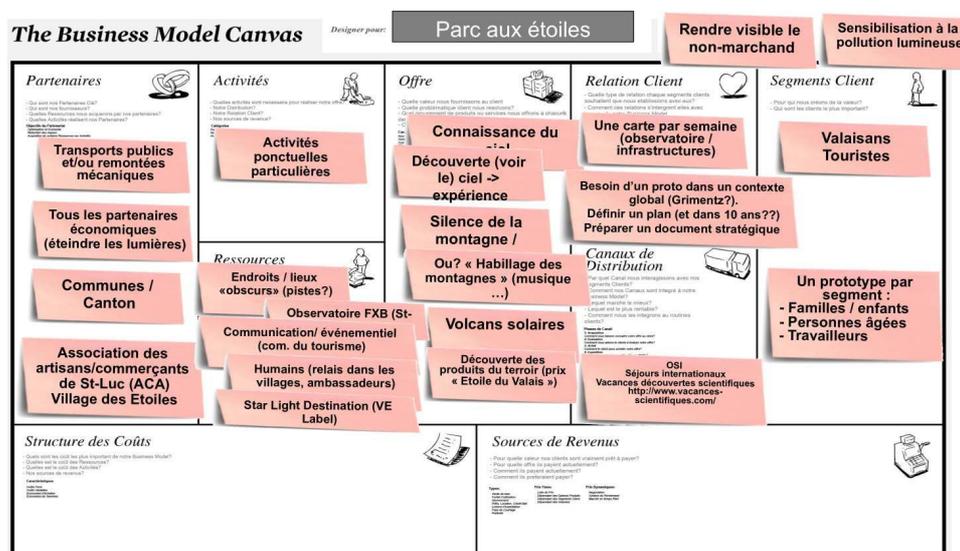
22 À présent, dans un monde de plus en plus concurrentiel, les destinations touristiques veulent à tout prix se démarquer des autres. D'autre part, la demande touristique se segmente de plus en plus, notamment dans le sillage du développement d'internet. Il existe par conséquent une demande croissante pour des offres atypiques, comme celles

rattachées au tourisme nocturne, à l'exemple du « tourisme de ciel étoilé » (*dark sky tourism*) ou des « parcs aux étoiles ». Des études scientifiques montrant l'impact négatif de la lumière artificielle sur le rythme circadien des animaux, y compris celui des humains, ont fait surgir des propositions visant à limiter la puissance de l'éclairage public, voire à restreindre sa durée journalière de fonctionnement. Nombreuses personnes ressentent cette même nécessité, d'autant plus que la « conquête de la nuit » permise par l'éclairage artificiel contribue à la hausse du stress que d'aucuns ressentent. Dès les débuts de l'électrification, n'a-t-on pas parlé de « vie électrique » ou utilisé le terme électricité comme synonyme de « progrès libérateur », mais aussi de « rapidité » ? (Savoy, 1987). Ceci rend encore plus pertinentes les nouvelles offres de tourisme de ciel étoilé.

## Considérations économiques

- 23 L'illustration suivante (Fig. 2) représente le modèle d'affaires co-créé par les professionnels impliqués dans le projet, suivant les idées proposées par la population contactée lors du processus de *crowdsourcing*. Pour les visiteurs, ce projet offrirait une nouvelle expérience en créant une réserve d'obscurité qui deviendrait un lieu idéal d'observation du ciel. Pour la commune, le projet renforce les compétences locales en incorporant les meilleures pratiques en matière d'économies d'énergie. Ce modèle d'affaires repose sur le développement des ressources locales : les espaces sombres (dus à la localisation dans une vallée étroite), l'observatoire astronomique local, les spécialistes locaux (p. ex. un astronome), la communication renforcée par les instances régionales de marketing et des labels spécialisés.
- 24 Bâti sur ces capacités, le modèle d'affaires en question propose des valeurs de découverte du ciel et des étoiles, des expériences (découvertes astronomiques, produits locaux, activités inédites liées au silence, concerts nocturnes) pour un public varié (p. ex. les touristes, les familles, les personnes âgées et les actifs). L'expérience des visiteurs sera augmentée par la fourniture de cartes du ciel hebdomadaires par les partenaires (camps scientifiques, transports publics, artisans et associations locales). Pendant cette phase de conception du projet, les éléments portant sur les flux de revenus et la structure des coûts n'ont pas été traités en raison du temps à disposition lors des ateliers et de la nécessaire répartition des revenus en fonction de l'implication ultérieure respective de chaque partenaire.

Figure 2 : Modèle d'affaires du Parc aux étoiles



Source : Données des auteurs.

- 25 Les effets économiques attendus reposent essentiellement sur le regroupement et les offres combinées de produits et services locaux lors de la création du Parc aux étoiles, de manière itinérante, à une fréquence mensuelle, dans les différents villages de la vallée.
- 26 Le bilan énergétique lié à la consommation, notamment d'électricité, induite par les nouveaux produits et services développés pour renforcer l'offre de base d'observation du ciel permettra également de réaliser une estimation du coût et des économies d'énergie globales du projet. Ceci pourrait aider à fournir des exemples documentés aux autres communes souhaitant adopter le projet pour réaliser des économies énergétiques voire même budgétaires liées à la réduction de la consommation d'électricité. Finalement il s'agit de créer un exemple de bonne pratique adaptable à d'autres régions et communes intéressées.
- 27 Des exemples similaires ayant rencontré le succès, notamment en France, sont plutôt nombreux. Le concept a tendance à se développer et à essaimer en raison des économies en matière de dépenses énergétiques constatées par les communes et de l'attractivité du concept pour la population locale et les visiteurs. En 2015, 202 communes françaises, dans 61 départements, étaient labellisées « Villes et Villages Étoilés » par l'ANPCEN. Un panneau informe les visiteurs à l'entrée du village des efforts déployés par la commune, par l'attribution d'une étoile par année de participation au programme. Ce label permet aux visiteurs de s'informer sur les pratiques écologiques et l'implication du lieu dans un projet astronomique, touristique et environnemental inédit.
- 28 D'autres expériences dans le monde ont été recensées<sup>2345</sup> et des recommandations visant à développer des réserves d'obscurité ont été formulées<sup>678</sup>. Toutefois, l'état de la littérature scientifique dévoile très peu de recherches produites sur le thème des activités nocturnes créant de la valeur partagée, a fortiori en matière de protection de l'environnement et des économies énergétiques. Force est de constater que la plupart de la littérature se concentre encore sur l'investigation de la nuit comme continuité des activités de jour, ou sur les activités noctambules classiques que sont les festivals ou les discothèques de plein air.

## Considérations sociales

- 29 La proposition d'un parc aux étoiles vise à créer d'une part des liens entre les acteurs professionnels en créant un événement permettant de proposer des produits et des services à une clientèle renouvelée. D'autre part, il s'agit également d'engager la population dans cette activité en créant un lieu et une occasion de se retrouver dans la nature lors d'un événement exceptionnel et hors normes.
- 30 Par ailleurs, les étudiants de la formation DETOPS ont posé les bases de nouvelles relations entre les partenaires en effectuant des observations et des entretiens avec des partenaires potentiels, notamment dans les thématiques liées au transport, à la billetterie, à l'accueil aux différentes animations complétant l'offre d'observation des étoiles, à la restauration et aux activités à réaliser après l'événement. Ces actions permettent en effet de tisser des liens inédits ou renouvelés entre les parties prenantes dans le contexte de ce nouvel événement. Une occasion est ainsi également donnée à la multiplication et au renforcement des rencontres touristiques entre les habitants et les visiteurs, ce qui, au-delà des considérations purement environnementales, compte également dans l'atteinte d'un véritable tourisme durable.

## Considérations écologiques

- 31 Les effets écologiques attendus reposent essentiellement sur la diminution de la pollution lumineuse et de la consommation énergétique. En effet, alors que la diminution de la consommation énergétique est assez bien acceptée au sein de la population, du moins sur le plan du discours, la réduction de la pollution lumineuse semble encore nécessiter des actions de sensibilisation. Les effets de la pollution lumineuse sur la faune et sur la flore sont encore relativement peu connus du grand public et ce malgré les campagnes de conscientisation d'organismes tels que les associations Ciel Noir<sup>9</sup> ou encore Lamper<sup>10</sup>. De plus, cette thématique fait partie des considérations de l'Office fédéral (suisse) de l'environnement (OFEV)<sup>11</sup>.
- 32 Il a été possible de réaliser deux images prises du ciel afin d'identifier le potentiel de réduction de pollution lumineuse : l'une lors d'un événement normal, et l'autre lors de l'extinction des lumières à l'emplacement du « Parc aux étoiles » (Fig. 3-4).

**Figure 3 : Situation d'éclairage normal**



Source : Données des auteurs

**Figure 4 : Situation d'éclairage réduit**



Source : Données des auteurs

## Conclusion

- 33 D'une manière générale, le projet et ses résultats préliminaires ont été a priori bien accueillis. La mise en œuvre du parc était programm e au mois de juillet 2017, mais les conditions météorologiques n'ont pas permis de réaliser la première observation prévue. Les principaux acteurs impliqués, à savoir les responsables de l'observatoire astronomique régional et les représentants communaux aux affaires touristiques, sont toutefois enthousiasmés par le projet, et nous ne doutons pas que le parc pourra voir le jour dans un avenir proche.
- 34 Les principales limites et difficultés rencontrées jusqu'ici dans la réalisation de ce projet reposent sur l'identification d'un leadership en dehors de l'équipe de recherche, d'une colonne vertébrale digitale et physique permettant de coordonner les différentes parties

prenantes, ainsi que sur la fixation d'un agenda commun et d'un système de mesure des résultats.

- 35 De recherches ultérieures porteront sur la mesure des impacts économiques de l'extinction des lumières avec le soutien de l'Office fédéral de l'environnement et de l'Office fédéral de l'énergie (OFEN). Le processus utilisé pour générer l'idée de projet proposant la création de valeurs partagées pourra par ailleurs être reproduit dans d'autres situations et appliqué à d'autres problématiques.

---

## BIBLIOGRAPHIE

Alberti, F. G., & Giusti, J. D., 2012.– Cultural Heritage, Tourism and Regional Competitiveness: The Motor Valley Cluster. *City, Culture and Society*, 3(4): 261–273, online access: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ccs.2012.11.003>

Blumer-Onofri, F., 1994.– *Die Elektrifizierung des dörflichen Alltags. Eine Oral History-Studie zur sozialen Rezeption der Elektrotechnik im Baselbiet zwischen 1900 und 1960*. Liestal : Verlag des Kantons Basel-Landschaft.

Cauquelin, A., 1977.– *La ville, la nuit*. Paris: Presses Universitaires de France, collection La politique éclatée.

Chesbrough, H., 2006.– Open Innovation: A New Paradigm for understanding industrial innovation. In: Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., & West, J., eds. *Open Innovation: Researching a New Paradigm*. Oxford University Press.

Fédération suisse du tourisme, 2017.– *Le Tourisme suisse en chiffres 2016, Chiffres structurels et de branche*. Berne : FST.

Fraginière, E., Nanchen, B., & Sitten, M., 2012.– Performing Service Design Experiments Using Ethnomethodology and Theatre-Based Reenactment: A Swiss Ski Resort Case Study. *Service Science*, 4(2): 89-100.

Grèzes, V., Girod Lehmann, B., Schnyder, M., & Perruchoud, A., 2016.– A Process for Co-Creating Shared Value with the Crowd: Tourism Case Studies from a Regional Innovation System in Western Switzerland. *Technology Innovation Management Review*, 6(11): 32-39, online access: [timereview.ca/article/1033](http://timereview.ca/article/1033)

Howe, J., 2006.– The Rise of Crowdsourcing, *Wired Magazine*. Retrieved online at: [www.wired.com/2006/06/crowds/](http://www.wired.com/2006/06/crowds/)

Illi, M., 2011.– Éclairage. *Dictionnaire historique de la Suisse*. [www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F16232.php](http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F16232.php)

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I., 2010.– *Welcome to marketing 3.0*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Kramer, M. R., & Pfitzer, M. W., 2016.– The Ecosystem of Shared Value. *Harvard Business Review*, 94 (10): 80–89.

Muhdi, L., Daiber, M., Friesike, S., & Boutellier, R., 2011.– Crowdsourcing: an alternative idea generation approach in the early innovation process. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 14(4): 315-332.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y., 2010.– *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons.

Paquier, S., 2010.– Electrification. *Dictionnaire historique de la Suisse*. [www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F13845.php](http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F13845.php)

Porter, E. M., & Kramer, M. R., 2011.– Creating Shared Value. How to Reinvent Capitalism – and Unleash a Wave of Innovation and Growth. *Harvard Business Review*, 89(1/2): 62-77.

Regiosuisse (2013.– *Réseaux de coopération dans le développement régional*. Berne : Secrétariat d'Etat à l'Economie.

Savoy, M., 1987.– *Lumières sur la ville. Introduction et promotion de l'électricité en Suisse. L'éclairage lausannois, 1881-1921*. Lausanne : Université de Lausanne, Faculté des lettres, Etudes et mémoires de la section d'histoire, 8/88.

Schumpeter, J., 1934.– *The Theory of Economic Development*. Boston : Harvard University Press.

Swiss Tourism Federation, 2017.– *Swiss Tourism in Figures 2016, Structure and Industry Data*. Berne: STF.

## NOTES

1. La commune d'Anniviers a une superficie de 253 km<sup>2</sup> et s'inscrit comme l'une des quatre plus grandes communes de Suisse. Ce territoire compte une faible densité de population (11 habitants par km<sup>2</sup>), ce qui engendre relativement peu de pollution lumineuse. De plus, la topographie de la région protège de la pollution lumineuse : le Val d'Anniviers est une vallée entourée de hautes montagnes. La vallée est à proximité de bassins de population comme le Vallon de Réchy et les villes de Sierre, Sion, Viège et Brigue.

2. Extinction des feux à Sydney (Australie) : <http://www.24matins.fr/topnews/une-heure-pour-la-planete-extinction-des-feux-a-sydney-et-en-asie-299525>

3. Extinction des feux en Normandie (France) : [www.paris-normandie.fr/nature/en-normandie-des-villes-eteignent-la-lumiere-pour-voir-les-etoiles-BF6263605#.V4GHkI4TBQo](http://www.paris-normandie.fr/nature/en-normandie-des-villes-eteignent-la-lumiere-pour-voir-les-etoiles-BF6263605#.V4GHkI4TBQo)

4. Concours du label « Villes et villages étoilés » de l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) : [www.anpcen.fr/index.php?id\\_rub=19](http://www.anpcen.fr/index.php?id_rub=19)

5. Réserve internationale de ciel étoilé du Mont-Mégantic : <http://ricemm.org/reserve-de-ciel-etoile/>

6. [http://www.topstreetlight.ch/francais/home\\_fr.html](http://www.topstreetlight.ch/francais/home_fr.html)

7. Agence suisse pour l'efficacité énergétique (ANPCEN) : [http://www.anpcen.fr/index.php?id\\_rub=&id\\_ss\\_rub](http://www.anpcen.fr/index.php?id_rub=&id_ss_rub)

8. Agence suisse pour l'efficacité énergétique (ANPCEN) : [http://www.anpcen.fr/docs/20160207215004\\_st8ba7\\_doc187.pdf](http://www.anpcen.fr/docs/20160207215004_st8ba7_doc187.pdf)

9. International Dark-Sky Association : <http://www.darksky.org>

10. Agence suisse pour la protection de l'environnement nocturne : [lamper.ch](http://lamper.ch)

11. <http://www.bafu.admin.ch/lumiere>

---

## RÉSUMÉS

Une vallée relativement périphérique des Alpes valaisannes, le Val d'Anniviers, a été au cœur d'un projet de recherche appliquée censé redynamiser son tourisme. En effet, la Haute École de Gestion et Tourisme, à Sierre, Valais (Suisse), via ses instituts de recherche en entrepreneuriat, management et tourisme, a développé une démarche de co-création réunissant un large spectre d'acteurs institutionnels, économiques, touristiques et de la société civile et permis de concevoir une offre touristique inédite pouvant intéresser une partie de la clientèle potentielle. Ce produit, à savoir la création d'un « Parc aux étoiles », prétend à un succès certain non seulement de par la localisation et la topographie favorables des lieux pour l'observation du ciel étoilé, mais aussi étant donné la présence, à St-Luc, village situé dans la vallée en question, d'un observatoire et d'un Sentier des planètes, qui reproduit le système solaire à l'échelle humaine. Par ailleurs, l'on constate une demande en hausse pour des offres originales impliquant la décélération, la réduction du stress et un certain retour à la nature. Ce sont des tendances que l'on retrouve dans l'offre de tourisme de ciel étoilé proposée, laquelle vise à faciliter l'observation des astres par le biais de la réduction de la pollution lumineuse. Cet article présente la méthodologie employée dans ce processus de co-création en l'insérant dans les contextes historique, économique, social et environnemental afin qu'elle puisse être reproduite ailleurs, en tenant compte des conditions locales.

The Val d'Anniviers, a relatively peripheral valley in the Valais Alps has been at the heart of an applied research project seeking to reinvigorate its tourism. In fact, the School of Management and Tourism in Sierre via its Entrepreneurship, Management and Tourism Research Institutes, has set into motion a process of co-creation bringing together institutional, economic and tourism actors from the region enabling the conception of a novel tourism offer which could be of interest to part of the potential clientele. The product, the creation of the "Star Park", is a likely candidate for success thanks not only to a location and a topography conducive to star gazing but also thanks to the presence of the village of St. Luc situated in the same valley, as well as an observatory and a trail of the planets which reproduces the solar system on a human scale. What is more, there is a clearly increasing demand at present for original products involving deceleration, stresslessness and going back to nature, all trends which are to be found in the proposed starry sky offer which aims to facilitate star gazing by reducing light pollution. This article presents the methodology used in this co-creation process within its historical, economic, social, and environmental contexts so that it may be reproduced elsewhere with regard for local conditions.

## INDEX

**Mots-clés :** Alpes suisses, électrification, touristification, tourisme nocturne, co-création de valeurs partagées

**Keywords :** Swiss Alps, electrification, touristification, night tourism, co-creation of shared values

## AUTEURS

### VINCENT GRÈZES

Haute  cole de Gestion & Tourisme, HES-SO Valais-Wallis. Université des Sciences Appliquées de Suisse occidentale.

Vincent.Grezes@hevs.ch

### RAFAEL MATOS-WASEM

Haute  cole de Gestion & Tourisme, HES-SO Valais-Wallis. Université des Sciences Appliquées de Suisse occidentale.

Rafael.Matos@hevs.ch

### SANDRA GRÈZES

Haute  cole de Gestion & Tourisme, HES-SO Valais-Wallis. Université des Sciences Appliquées de Suisse occidentale.

Sandra.Grezes@hevs.ch