

Les épicéas de Puy-Saint-Vincent

ou

Une plaquette venue d'ailleurs

On savait déjà que les stations mentaient sur leurs kilométrages de pistes, en voici maintenant une qui ment carrément sur son environnement !



L'environnement réel occulté : Station de Puy-Saint-Vincent dans son écran doré de mélèzes, au profit d'un environnement « d'ailleurs et de nulle part » au milieu des épicéas

La plaquette de l'hiver 2013-2014 de la station de **Puy-Saint-Vincent** est disponible dans les offices de tourisme. On pourrait lui décerner un bon point si toutes les photos avaient été prises à **Puy-Saint-Vincent** (1). Malheureusement, ce n'est pas le cas et les Alpes du Nord avec leurs chalets de bois cossus et leurs épicéas (2) sont en trop bonne place pour que ce ne soit pas un choix délibéré. Pourtant, le **Pays des Écrins**, d'une part, a tous les atouts paysagers nécessaires pour que l'on n'aille pas chercher chez les autres ce que l'on a ici, et, d'autre part, dispose de suffisamment de photographes de talents sans être obligé d'aller puiser dans une banque d'images (2) des photos passe-partout, utilisées à toutes les sauces.

« On oublie souvent que le choix iconographique de ce genre de document participe de l'image que l'on veut donner de son territoire. » Or, **Puy-Saint-Vincent** n'assume pas ses mélèzes en privilégiant les épicéas d'ailleurs. La station devrait au contraire se mettre en valeur au lieu de se banaliser. En se différenciant et non en se fondant dans le même moule que tout le monde. Dans ce cas, autant aller en vacances où sont effectivement les épicéas, si c'est ce que l'on veut promouvoir !

La beauté des paysages du **Briançonnais** sous la neige n'a vraiment rien à envier à celle des Alpes du Nord et il est consternant que « les épicéas de **Puy-Saint-Vincent** » traduisent [espérons-le encore, inconsciemment ou à l'insu de son plein gré] la façon dont la station veut être perçue.

On oublie aussi généralement l'aspect identitaire que représente une brochure. Elle est certes destinée aux touristes, mais aussi aux habitants et à ceux qui y travaillent. Ils doivent s'y reconnaître. Mais comment s'y reconnaître si les paysages, les hors-piste et les remontées mécaniques viennent d'ailleurs ?

Puy-Saint-Vincent semble « ailleurs et nulle part » à la fois. La situation en **Vallouise** et dans le **Pays des Écrins** est complètement occultée et les paysages vus de la station ou des villages sont ignorés. Le cadre paysager, la beauté de ses villages, et la localisation en **Vallouise** sont au contraire des atouts importants de **Puy-Saint-Vincent** qu'il apparaît essentiel de mettre en valeur dans une plaquette de présentation. D'où, cette

impression « d'ailleurs et de nulle part ». Presque une station indoor ou nocturne, avec rien que quatre pages sur la station de nuit. Et la station, et les pistes de jour, elles ressemblent à quoi ?

Les photos d'ailleurs, l'absence de photos des paysages locaux, la non-mention du cadre vallouisien et 'écrinois' donnent effectivement l'impression d'une volonté, consciente ou inconsciente, d'être « ailleurs et finalement nulle part ».

En réalité, il s'agissait de produire une brochure à bas coût (3) sans se soucier de la mise en valeur de la station et de son environnement. Il s'agit d'un simple produit industriel, comme celui-ci (vignette Gîtes et chambres d'hôte en bas de page) ou encore cet autre. Doit-on en conclure que *communiquer une image de marque et traduire une identité* n'intéressent tout simplement pas la station de **Puy-Saint-Vincent** ? En tout cas, le loupé est énorme...(4).

Puisse-t-elle ne pas s'inscrire dans une politique de communication à bas coût corrélée à un positionnement touristique de bas de gamme pour la station de **Puy-Saint-Vincent**, tel que l'illustrent la e.réputation de ses résidences de tourisme et leur remplissage *low cost* en dehors des périodes scolaires !

Trois questions préalables nécessitaient des réponses concernant : (i) « l'image que **Puy-Saint-Vincent** veut donner, aux visiteurs, aux habitants et au personnel », car, bien entendu, il faut viser les trois ; (ii) « son identité qui à la fois la différencie des autres sites touristiques et fédère ses parties prenantes », en allant au-delà de la simple station de ski ; (iii) « son intégration dans la stratégie touristique globale du **Pays des Écrins** et de **la Vallouise** », pour une dynamique commune et des bénéfices réciproques. En tout cas, il n'est pas possible d'en rester au raisonnement implicite suivant : « ni notre station, ni notre village, ni notre vallée ne sont des arguments touristiques ; seuls le plan des pistes, le kilométrage des pistes et les tarifs des forfaits le sont... » (5). À ce niveau, on est dans les spécifications du service minimal de base que tout le monde propose, la station est banalisée, on n'est pas dans la promotion touristique.

La plaquette étant éditée, on peut maintenant apprécier comment il a été répondu à ces trois questions (6).

Vallouimages

Vallouise

02 novembre 2013

révisé 06 novembre 2013

complété 08 novembre 2013

Notes :

1. Quelle est la remontée à bulle de la page 14 et où se trouve le hors-piste récupéré de la page 18 ?
2. Photos libres de droits issues de la banque d'images Fotolia.
3. Parmi les raisons du couac, il y a l'abattage que doivent faire les personnels des agences de communication, « plus pressés qu'un citron » (Stratégies et France Info). On ne doit pas s'étonner dans ces conditions qu'il n'y ait ni le recul, ni la disponibilité nécessaires pour faire du bon boulot. Raison de plus, bon sang, pour faire travailler les agences locales, qui n'ont pas besoin d'une longue et coûteuse analyse préalable pour connaître le sujet à promouvoir et trouver les photos qui conviennent.
4. Comme l'indiquent les réactions, dont une forte proportion de locaux.
5. Les phrases entre guillemets sont d'un ami qui se reconnaîtra.
6. C'est trop facile aussi de se reporter sur les bénévoles. Ah non, les bénévoles ne sont pas en cause, ils font au mieux, avec leurs moyens. Il faut plutôt regarder du côté de la stratégie de la station (en particulier les réponses aux trois questions préalables), et des moyens alloués.

Document de référence :

[Orientations touristiques du Pays des Écrins - Atouts et Faiblesses](#), Vallouimages, octobre 2012.
