

Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural

Antoine Marsac, Anne-Marie Lebrun, Patrick Bouchet

DANS **MANAGEMENT & AVENIR** 2012/6 n° 56 , PAGES 134 À 153
ÉDITIONS **MANAGEMENT PROSPECTIVE ÉDITIONS**

ISSN 1768-5958

DOI 10.3917/mav.056.0134

Date de mise en ligne : 31/12/2012

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-management-et-avenir-2012-6-page-134?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



Distribution électronique Cairn.info pour Management Prospective Éditions.

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur cairn.info/copyright.

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.

Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural

par Antoine Marsac⁴⁴, Anne-Marie Lebrun⁴⁵
et Patrick Bouchet⁴⁶

Résumé

L'objectif de cet article est de proposer un dispositif d'analyse qui prenne en compte aussi bien les effets du tourisme en termes de développement durable et de valorisation des territoires que les expériences récréatives recherchées ou vécues par les touristes. Ce dispositif requiert une approche multi-échelle et pluridisciplinaire combinant l'apport des sciences de gestion à celui des sciences sociales. Il appréhende l'expérience touristique à travers l'analyse des discours des touristes et l'observation des interactions, l'analyse des usages des territoires couplée à l'étude des pratiques des prestataires. Une application de ce dispositif au tourisme itinérant en milieu rural est présentée et elle met en perspective le dilemme dans lequel sont pris les acteurs et parties prenantes pour s'engager dans une démarche d'aménagement durable face à la recherche d'expériences tous azimut de la clientèle qui peut être synonyme de destruction des richesses et/ou des potentialités des territoires pour les populations locales.

Abstract

The purpose of this paper is to provide an analytical device. This device must take into account both the effects of tourism in terms of sustainable development and valorization of territories than recreational experiences sought or lived by tourists. This scheme requires a multi-scale and multidisciplinary approach combining the contributions of management science and the social sciences. It captures the tourist experience through discourse analysis of tourists and observing of interactions, analyzing the uses of the territories, combined to the study of provider practices. An application of this scheme to rural itinerant tourism is presented and it puts into perspective the dilemma in which are caught actors and stakeholders to engage in a process of sustainable development face of research experiences of customers who can mean destruction of wealth and / or potentialities of the territories for local populations.

44. ANTOINE MARSAC, Maître de Conférences, Université de Bourgogne, Laboratoire Socio-psychologie et Management du sport, EA 4180, antoinemarsac@aol.com

45. ANNE-MARIE LEBRUN, Maître de Conférences, Université de Bourgogne, Laboratoire Socio-psychologie et Management du sport, EA 4180, Anne-Marie.Lebrun@u-bourgogne.fr

46. PATRICK BOUCHET, Professeur des Universités, Université de Bourgogne, Laboratoire Socio-psychologie et Management du sport, EA 4180, patrick.bouchet@u-bourgogne.fr

Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural

Suite au sommet de Rio de 1992, la problématique du développement durable se développe dans de nombreux pays (Leroux, 2010a) et s'étend au tourisme pour former le concept de tourisme durable. Selon la définition de l'OMT (2004), « le développement durable du tourisme requiert la participation, en connaissance de cause, de tous les acteurs concernés, ainsi qu'une forte direction politique pour assurer une large participation et l'existence d'un consensus. Le tourisme durable est le fruit d'efforts permanents et il exige le contrôle constant des effets de cette activité, ce qui suppose l'adoption, chaque fois qu'il y a lieu, des mesures préventives et/ou correctrices nécessaires ». Dès lors, les principes directeurs du développement durable et les pratiques de gestion durable du tourisme sont applicables à toutes les formes de tourisme dans tous les types de destination, y compris dans le tourisme rural. Rappelons que l'espace rural en France, qui n'a pas bénéficié de grands plans d'aménagement à l'instar du littoral ou de la montagne, s'est structuré de manière assez autonome, et donc de manière très différente selon les territoires et les prestataires présents. Le tourisme rural qui assure aujourd'hui une part non négligeable de l'activité touristique en France, comprend 28,5% des nuitées, étalées de façon assez régulière tout au long de l'année, même si 70% d'entre elles se font dans des hébergements non marchands, en résidence secondaire, chez des parents ou des amis (CNT, 2010).

La définition du tourisme durable (OMT, 2004) se focalise en particulier sur la gouvernance territoriale du tourisme durable (Van der Yeught, 2009) et s'intéresse assez peu aux touristes puisque dans l'esprit de l'OMT « le tourisme durable devrait aussi satisfaire, au plus haut niveau possible, les touristes, et qu'il représente pour eux une expérience utile en leur faisant prendre davantage conscience des problèmes de durabilité et en encourageant parmi eux les pratiques adaptées ». Les destinations touristiques doivent prendre en compte la transformation structurelle de la demande des touristes aujourd'hui plus sensibles à la qualité de l'expérience vécue et à la protection de l'environnement naturel (Cuvelier, 2000 ; Nadeau, 2000 ; Ritchie et Crouch, 2000 ; Leroux, 2010b). A cet égard, le visiteur, qu'il soit touriste ou excursionniste, doit être au centre du développement touristique territorial quelque soit le milieu d'accueil. C'est lui qui imagine le produit ou les produits qu'il désire consommer, car avant même d'exister, le produit touristique aura en effet été imaginé, planifié, rêvé par un voyageur potentiel. C'est donc bien la reconstitution du corps et de l'esprit qui est en jeu pour l'individu dans cette consommation à travers un projet intentionnel (parfois existentiel), celui-ci ne se limitant pas à la détente et au divertissement et faisant parfaitement écho au déplacement et à l'altérité (Knafou, 2002). Les régions réceptives doivent faire savoir à ce voyageur qu'elles peuvent (ou non) satisfaire ses désirs et lui concocter des séquences de consommation propices à lui faire vivre diverses expériences recherchées.

Les formes que prennent les produits touristiques sont pratiquement infinies et en perpétuelle évolution. La littérature anglo-saxonne spécialisée rassemble volontiers sous le vocable de « *recreation* » les activités relatives au tourisme et aux loisirs (Graburn, 1989 ; Iso-Ahola, 1980). L'importance de cette notion de récréation réside dans la possibilité, d'une part, de dépasser les problèmes sémantiques (entre loisirs, tourisme, jeux...) et, d'autre part, de donner du sens aux pratiques des touristes vues comme des passe-temps éphémères ou des passions dévorantes. Les formes de tourisme sportif itinérant se caractérisent par les déplacements hors du lieu de résidence à des fins itinérantes et de découverte des territoires via les pratiques sportives et récréatives (rafting, canoë, saut à l'élastique...) où les itinéraires « doux » supplantent les déplacements motorisés dans une approche de tourisme durable. En milieu rural, il s'inscrit dans le marché du tourisme sportif à l'interface du tourisme culturel, du tourisme de nature et du tourisme durable. Dans le cadre du tourisme itinérant durable, quelle expérience touristique le visiteur cherche-t-il à vivre en milieu rural ? Minimale, on pourrait se demander, dans un premier temps, s'il désire vivre une expérience liée à la nature, à la culture ou une combinaison des deux (Graburn, 1989) ? S'il désire une activité liée à la nature, décidera-t-il de s'adonner à une pratique active comme le VTT, le golf ou la voile, ou à une activité plus passive liée au bien-être (wellness) comme le spa, les massages... ? Ces attentes « expérientielles » sont propres à chaque individu et demeurent floues jusqu'à ce qu'elles aient pris forme et aient été consommées sur un territoire.

L'objectif de cet article est de proposer un dispositif d'analyse qui prenne en compte aussi bien les effets du tourisme en termes de développement durable et de valorisation des territoires que les expériences récréatives recherchées et vécues par les touristes.

Une première partie présentera les fondements de ce dispositif qui requiert une approche multi-échelle et pluridisciplinaire combinant l'apport des sciences de gestion à celui des sciences sociales et impliquant des méthodologies hybrides. Une deuxième partie présentera l'intérêt de ce dispositif d'analyse pour le développement durable des territoires ruraux face aux problèmes de coordination des actions, à la profusion de produits récréatifs et aux risques de destruction des richesses et/ou des potentialités des territoires. Une dernière partie sera consacrée à une application du dispositif d'analyse au tourisme itinérant en milieu rural.

1. Les fondements d'un dispositif d'analyse des expériences récréatives en milieu touristique rural

Les produits récréatifs peuvent être regroupés en trois grandes catégories d'expériences. D'abord, les produits thématiques qui réfèrent à des expériences

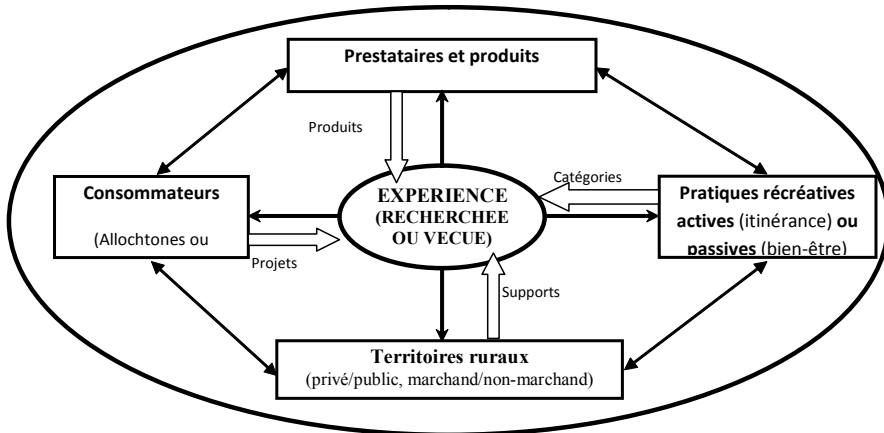
Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural

de voyage typées comme l'agrotourisme, le tourisme culturel, le tourisme urbain, le tourisme de luxe, etc. Ensuite, les produits destinations qui conduisent à expérimenter une région, une ville ou même un site (une attraction, un centre de villégiature, etc.). Enfin, le produit activité qui se focalisera sur un sport (le golf par exemple) ou un événement (un congrès ou un festival par exemple). Le choix de l'expérience touristique recherchée, donc du produit, serait en amont du processus décisionnel conduisant au choix d'une région ou d'un site de destination (Bouchet et Lebrun, 2009). Ces produits récréatifs forment des ensembles plus ou moins grands, plus ou moins flous, à l'intérieur desquels la grande majorité des visiteurs qui rêvent de partir en voyage sont susceptibles de se retrouver. Ces produits sont en continuelle mouvance selon les effets de la mode, de l'innovation et de l'imagination des touristes et des promoteurs. Au-delà d'un positionnement sur la simple base de produits nature ou culture, les régions en milieu rural ont tout avantage à préciser le type de produit qu'elles désirent mettre en marché quitte à réduire le marché touristique potentiel, mais augmenter leurs chances de pénétrer les segments visés.

1.1. Un positionnement théorique multi-échelles, pluridisciplinaire et interculturel

Notre positionnement théorique à la fois multi-échelles, pluridisciplinaire et interculturel, l'accent est mis sur les expériences vécues par les individus et co-produites par la société, entre déterminisme et individualisme, entre induction et déduction. Cette conceptualisation subjective et objective de la réalité sociale sert à l'élaboration de dispositifs théoriques explicatifs qui s'affinent et évoluent chaque jour. Dans ce cadre, nous défendons l'idée que les expériences recherchées ou vécues par les consommateurs (les usagers) dans des territoires supports donnés (ici en milieu rural) sont la résultante d'interactions entre leur projet (personnel ou groupal), les pratiques récréatives potentielles (actives ou passives) et les productions des prestataires (biens ou services). C'est donc dans une perspective interdépendante que s'inscrit notre proposition de dispositif d'analyse des expériences récréatives en milieu rural (cf. Figure 1) où chaque élément (consommateurs, pratiques, prestataires, territoires) est souvent étroitement lié aux autres, mais ils peuvent être étudiés séparément ou pris deux à deux. Ce dispositif d'analyse des expériences récréatives en milieu rural doit permettre de comprendre l'abondance et la diversité des produits actifs (comme l'itinérance) et passifs (comme le bien-être) offerts ou consommés aujourd'hui, tout en s'interrogeant sur leur pérennité eu égard à des perspectives de développement plus responsables et citoyennes des territoires, des prestataires (associatif, public et commercial), des acteurs et des populations présentes en milieu rural.

Figure 1. L'expérience au cœur d'un dispositif d'analyse des pratiques récréatives des consommateurs dans des territoires ruraux



Dans cette vision de la construction sociale de l'expérience récréative, notre dispositif d'analyse invite à une multipolarité théorique fédérant ou associant des notions qui, entièrement autonomisées les unes des autres, perdent de leur rendement heuristique. L'articulation et l'enrichissement des théories issues des champs du comportement du consommateur et des « sciences du social » par le biais de la notion d'expérience participent de cette volonté de cohérence générale. De plus, par ce dispositif d'analyse, il est nécessaire de rassembler les dimensions cognitives, affectives, sociales des consommateurs, dimensions qui sont trop souvent en rapport de dominance les unes envers les autres, voire opposées selon les situations. Il est notamment faux de prétendre que le comportement de l'individu est tantôt individuel (psychologique) et tantôt social (sociologique et anthropologique). En fait, les sciences du social sont des manières différentes d'étudier l'individu en société, la première mettant l'accent sur l'individu et ses particularités, les secondes sur ce que l'individu a de commun avec d'autres individus dans un même contexte socioculturel. L'intérêt du recours à un dispositif d'analyse hybride est de pallier la faiblesse des objectifs trop intuitifs, tout en gardant des instruments d'exploration et de découverte d'informations nouvelles et tout en faisant progresser les systèmes de validation (Andréani et Conchon, 2002). Cette hybridation renforce et améliore les objectifs d'étude, et panache les techniques de recueil d'informations, ce qui a pour conséquence d'enrichir les solutions et de confirmer les données.

1.2. Des indicateurs d'analyse sous forme de continuums

De façon conventionnelle, les touristes ont été traditionnellement classifiés en fonction du motif et de la durée de leurs séjours et de leurs déplacements (Dumazedier, 1988 ; Gray, 1970...). D'autres ont essayé d'identifier quelques

Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural

tropismes fondamentaux (eau, soleil, nature, altérité, voyage, etc.) dans les comportements humains. Ainsi, l'optimum éco-touristique (Leroux, 2010b), qui incorporent les méta-principes de l'écotourisme utilisés par Gagnon et Lapointe (2006), montre qu'il est possible de concilier développement durable et développement économique du tourisme. L'explosion de la consommation récréative (tourisme et loisir), la multiplicité sans cesse renouvelée de ses formes et de son offre, imposent une transformation des indicateurs d'analyse habituels. Pour analyser l'expérience récréative, sur la base d'un lien social marchand ou non marchand particulier, l'acte de consommation doit être considéré davantage en termes d'engagements problématiques qui s'accordent (ou non), ce qui renvoie aux travaux de l'ethnographie (Goffman, 1973, 1974, 1991) et de l'ethnologie de la relation marchande (Sciardet, 1996 ; Weber, 2000 ; Testart, 2001). Cinq dimensions fondamentales semblent structurer les expériences actives ou passives dans les territoires ruraux, en sachant qu'elles sont pondérées de manière sensiblement différente selon leur nature, leur mode d'organisation et leur modalité de pratique :

- le rapport au corps et à l'esprit : types d'engagement corporel (ascétique/hédoniste, intense/faible...) et/ou intellectuel (enrichissement, découverte, expertise...) des individus au regard de l'objet ou du lieu de consommation ;
- le rapport à autrui : relations intra-groupales (composition, type de relation) et extra-groupales (fermé/ouvert, dense/lâche...) et sociabilités (affiliation/accompissement, ethnicité/classe sociale...) développées autour de la consommation touristique ;
- le rapport au temps : usages (saisons, week-end, moments privilégiés...), durée (courts ou longs séjours) et sens symbolique (ordinaire/extraordinaire, vacances/travail) du temps de pratique ;
- le rapport à l'espace : usages et sens symbolique des lieux (proximité/lointain, familier/inhabituel ; naturel/artificiel ; urbain/rural/montagnard/littoral/désertique...) et des déplacements (court/long ; rassemblement/culte ; pédestre, cycliste, fluvial...) ;
- le rapport aux « us et coutumes » : principes, usages ou rituels qui régissent les modes d'organisation et/ou les modalités de consommation (règles, style, objet, langage, participation, idoles...) qu'il est également possible de saisir par la recherche documentaire spécialisée (presse et Internet).

Les expériences des consommateurs dans les territoires ruraux peuvent se distinguer selon ces cinq rapports (au corps et à l'esprit, à l'espace, au temps, aux autres et aux us et coutumes) en fonction des finalités des pratiques récréatives et de continuums de différenciation (cf. Tableau 1). Ces continuums (théoriques et méthodologiques) ne peuvent donc être dits « vrais » ou « faux » en général, mais « vrais » ou « faux » dans une certaine mesure, sous certaines conditions, dans certaines circonstances qu'il s'agit justement de mieux expliciter pour leur donner une plus grande rigueur scientifique (Corcuff, 1995).

Tableau 1. Dimensions des expériences récréatives, leurs finalités et leurs continuums de différenciation

Dimensions des expériences récréatives	Finalités	Continuums de différenciation (en termes de rapport à)
<i>Corporelles et Intellectuelles</i>	Forme-Santé Sensation Performance Découverte Connaissance Accomplissement	Lenteur ↔ Vitesse Intensité Extrême ↔ Intensité Faible Hédonisme ↔ Ascétisme Apprentissage Long ↔ Bénéfice Instantané Jouissance Immédiate ↔ Jouissance Différée
<i>Spatiales</i>	Aventure Découverte Authenticité Sensation Esthétisme Connaissance	Accessible ↔ Inaccessible Fonctionnel ↔ Interactif Sécurisé ↔ Risqué Mythique ↔ Traditionnel Typique ↔ Atypique Naturel ↔ Artificiel Itinérance ↔ Sédentarisation
<i>Temporelles</i>	Aventure Découverte Authenticité Sensation Sacrifice	Fonctionnel ↔ Vécu Contemplatif ↔ Interactif Sécurisé ↔ Sauvage Mythique ↔ Habituel
<i>Sociales</i>	Interaction sociale Affirmation de soi Reconnaissance sociale	Solitude ↔ Sociabilité Intégration ↔ Classification Groupe formel ↔ Groupe informel Individualisme ↔ Solidarité
<i>Us et Coutumes</i>	Respect Contact	Permis ↔ Déviant Prescrit ↔ Co-construit Accueil ↔ Rejet

L'objectif est alors de reconstruire de façon abstraite des formes d'expériences récréatives qui possèdent leurs propres « principes » de fonctionnement issues des caractéristiques et des contraintes du territoire et des modes de coordination des actions concrètes des protagonistes. La mise en évidence des usages et des rituels sont donc au cœur de l'analyse inductive (et interprétative) des formes d'expérience et de leur dynamique. Ils correspondent, d'après Segalen (1998), à un ensemble d'actes formalisés, expressifs, porteurs d'une dimension symbolique. Ils se caractérisent par une configuration spatio-temporelle spécifique, par le recours à une série d'objets et de signes emblématiques, par des systèmes de comportements et de langages spécifiques, dont le sens codé constitue l'un des biens communs d'un groupe ou d'une communauté. Si l'échange et les expériences tiennent au rapport au temps et aux autres, il semble nécessaire de compléter l'interprétation par la prise en compte des rapports aux objets, à la valeur des produits et à l'espace (Testart, 2001). En effet, le consommateur, qui n'est pas un acteur passif réagissant à des stimuli mais un concepteur et un

créateur de ses propres expériences, attend une aide de la part des prestataires dans la coproduction de l'expérience. Lors de la réalisation d'un séjour touristique, le touriste peut participer à plusieurs étapes de la coproduction et intégrer une étape de la chaîne de valeur du service, et contribuer ainsi à la création de valeur d'une expérience de consommation (Carton, 2007). Le consommateur garde une initiative et une autonomie dans sa consommation (Benavent et Evrard, 2002) et sa participation afin de co-construire son expérience en « rusant » (De Certeau, 1980) avec les dispositifs contraignants ou déterministes produits par les offreurs. En état de réception sensorielle, il développe un cadre d'action plus ou moins structuré et modulable pour faire face aux situations aussi bien habituelles qu'imprévues.

1.3. Une approche multi-échelles et des méthodologies hybrides et qualitatives

L'approche qualitative peut non seulement offrir une solide base à une stratégie managériale ou marketing sophistiquée, mais elle peut apporter une réponse à des questions complexes où bute souvent (malgré les progrès statistiques) l'approche quantitative parce qu'elle n'accède qu'à la mémoire centrale et aux souvenirs exempts de tout refoulement. Le croisement des méthodes qualitatives favorise la prise en compte de dimensions diverses, la confrontation et la complémentarité des éléments découverts (pratique/représentation, individuel/collectif, observé/déclaré, en situation/hors situation). Les techniques quantitatives sont dès lors plus employées en complément des méthodes qualitatives. Leur finalité est de pondérer ou de généraliser la diversité des résultats ou la validité d'un construit (échelle, modèle structural...) sur des échantillons réellement représentatifs. Généralement, la méthode consiste à sélectionner les éléments des discours ou des observations les plus pertinents de l'enquête qualitative pour construire des questions fermées et leurs modalités de réponse. Elle permet de montrer l'importance respective des catégorisations, des segmentations et des typologies construites en qualitatif. Cette complémentarité d'analyse mobilise ainsi plusieurs grilles de lecture afin d'appréhender une réalité complexe (Hetzl, 2002). Selon l'échelle d'observation sollicitée (Desjeux, 2002), certaines techniques sont plus utilisées que d'autres en raison de leur pertinence et de leur richesse d'informations (cf. Tableau 2).

Tableau 2. Echelles d'observation, objets d'étude et usages de la notion d'expérience dans le dispositif d'analyse des pratiques récréatives

Echelles d'observation	Objets d'étude	Usages de la notion d'expérience
Méso-sociale	Communautés, pratiques, prestataires, territoires	Les productions (ou orchestrations) d'expériences
Micro-individuelle	Motivation, représentation, attitude, choix, satisfaction, fidélité	La recherche d'expériences
Micro-interactionniste	Pratique effective, interaction, rituel	L'expérience vécue en situation réelle (ou expérience située)

Au niveau « méso-social », les principaux objets d'étude portent essentiellement sur des communautés de consommateurs ou de résidents, des pratiques récréatives (actives ou passives), des prestataires particuliers (associatifs, publics ou commerciaux), des territoires spécifiques (site touristique, parcs de loisirs, Parc Naturel Régional...). A ce niveau, il s'agit ici de mettre en place une double approche méthodologique quantitative et qualitative. Au niveau « micro-individuel », les principaux objets d'étude portent essentiellement sur les motivations, représentations, attitudes, choix, satisfactions et fidélité des consommateurs de pratiques récréatives (actives ou passives) présents dans les territoires ruraux, ou à proximité ou en dehors pour analyser leur attractivité. Au niveau « micro-interactionniste », les principaux objets d'étude portent essentiellement sur les pratiques récréatives (actives ou passives) effectives, les interactions consommateurs-offreurs, les us et coutumes, les rites ou rituels... L'observation des pratiques en situation réelle permet de comprendre les comportements effectifs des usagers et des personnels (animateurs, responsables...) ou autres personnes (habitant, autre touriste...) en contact.

2. Du dispositif d'analyse des expériences récréatives des consommateurs au tourisme durable dans les territoires ruraux

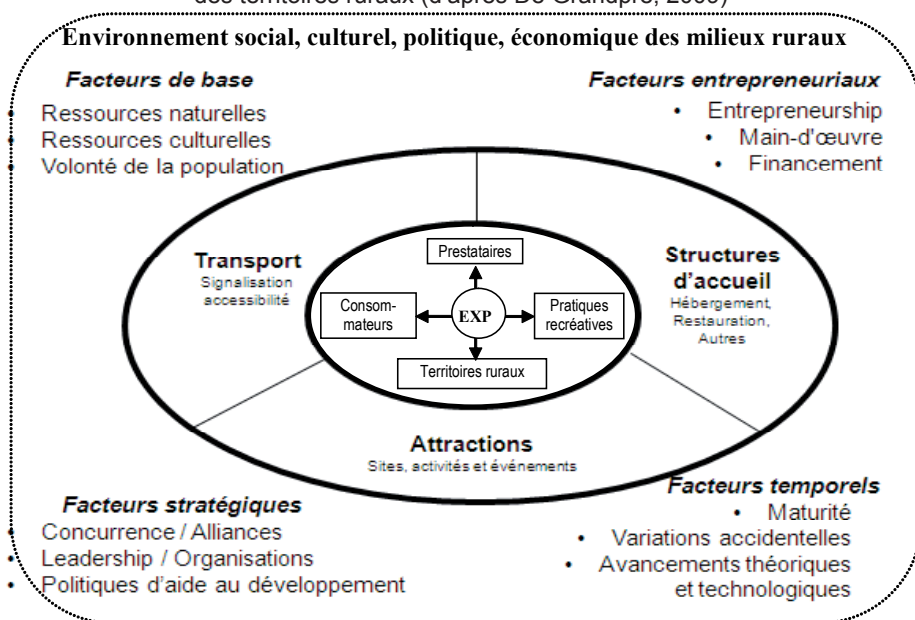
Selon De Grandpré (2009), l'expérience recherchée par le visiteur s'actualisera par la consommation de trois types de services : le transport, les structures d'accueil et les attractions (cf. Figure 2). Le transport est toujours présent dans le produit touristique consommé, en particulier dans le mode itinérant et les pratiques récréatives. Il ne saurait y avoir de tourisme sans déplacement, toutefois les deux autres éléments, même s'ils font généralement partie du produit touristique, peuvent parfois être absents. Lors d'un voyage chez des parents ou des amis, il est possible d'imaginer que le voyageur n'utiliserait aucune des structures d'accueil mis à sa disposition, il aurait fait le plein d'essence de son véhicule avant de partir. Il ne visitera peut-être aucune attraction pendant son périple. Les interactions sont induites, favorisées, façonnées ou empêchées par des organisations (et leurs acteurs) sociales, culturelles, politiques et économiques qui créent les conditions de leur réalisation.

Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural

En périphérie du dispositif d'analyse des expériences récréatives dans les territoires ruraux se retrouvent les facteurs extérieurs. Chacun de ces facteurs peut, à sa façon, influencer positivement ou négativement l'ensemble du système touristique. Nous avons regroupé les douze facteurs extérieurs du système touristique en quatre catégories soit les facteurs de base, les facteurs organisationnels, les facteurs stratégiques et les facteurs temporels. Le nom des quatre catégories de facteurs extérieurs a été déterminé *a posteriori*, dans une volonté de regrouper les éléments formant les facteurs extérieurs en sous-groupes de nature similaire :

- les facteurs de base regroupent les éléments qui sont à la source du tourisme régional. Ce sont en quelque sorte la matière première du tourisme régional qui, par un processus de transformation, servira à créer les attractions et les produits touristiques. La volonté de la population détermine les conditions d'exploitation de cette matière première dans la recherche d'un rapport acceptable entre exploitation et conservation de la ressource ;
- les facteurs entrepreneuriaux regroupent les facteurs qui touchent plus particulièrement la gestion des entreprises ;
- les facteurs stratégiques regroupent les éléments qui peuvent être adaptés pour améliorer la performance du système touristique ;
- les facteurs temporels regroupent des éléments en lien avec le temps et le contexte du moment (continuité, rupture et évolution).

Figure 2. Place du dispositif d'analyse dans une perspective de développement durable des territoires ruraux (d'après De Grandpré, 2009)



Mais aujourd'hui, entre tourisme et environnement, les problématiques reposent sur des rapports difficiles au territoire : défiguration des paysages, pompage de l'eau au détriment des populations locales, déplacement de ces populations, conflit, pollution... Règne de manière générale un climat d'inquiétude et de branlebas de combat en même temps : les territoires détenteurs d'un « capital naturel » s'engagent de plus en plus dans une démarche durable face aux risques de destruction des richesses ou des potentialités des lieux support. Lorsque l'on voit des Parcs naturels instaurer des écotaxes au motif que ces lieux seraient sur-fréquentés, alors que l'on fait tout pour attirer des vacanciers, on est en droit de s'interroger sur la légitimité de la démarche ! Avec la montée des préoccupations écologiques, le tourisme peut être perçu comme un facteur de transformation ou de protection de l'environnement, comme une source de fréquentation ou d'aménagement touristique, comme un instrument de destruction ou de diminution des ressources en tout genre.

D'après une étude réalisée en 2004 par *Mintel International Group*, plus de 48 pays ont commencé à définir une stratégie nationale pour l'écotourisme. En France comme dans de nombreux pays occidentaux, petites et grandes agences se sont précipitées sur cette nouvelle vague et en ont extrait une multitude d'offres. Des vacances-randonnées les plus classiques aux séjours dans les lodges les plus luxueux, le choix est sans cesse plus large et aguichant mais prête parfois à confusion. D'un côté, le tourisme durable qui limite les dégâts de la présence humaine sur l'environnement. On en trouve sur tout le territoire français avec le développement du tourisme sportif de nature. De l'autre côté, les séjours solidaires qui ont pour objectifs d'établir des liens solides avec les populations des pays ou régions d'accueil et de faire participer les voyageurs au développement local des territoires ruraux. Dans ce cas précis, 3% du prix du voyage sont destinés à soutenir des projets de développement d'intérêt collectif comme la reforestation ou le drainage. En outre, une part des bénéfices des séjours revient de manière directe, indirecte ou induite, aux organisations, aux villages ou aux villes de séjours. L'humanitaire, le solidaire, l'écotourisme sont des valeurs en hausse, pour autant est-ce davantage un filon commercial à exploiter ou une possibilité offerte aux vacanciers pour intégrer des valeurs plus humanistes ou écologiques dans leurs séjours ?

Protéiformes, insolites, déjouant les pronostics, les pratiques récréatives en milieu rural sont des processus complexes de création de lieux qui semblent pris entre deux polarités, l'ancien et le nouveau. Pour les décideurs, les choix sont parfois cornéliens entre offre organisée en filière industrielle et offre plus respectueuse des cultures locales. Les territoires ruraux peuvent-ils être assimilés à une forme de mise en scène théâtrale des espaces ou bien à une forme de co-production durable des territoires avec les acteurs, les populations et les prestataires locaux. Très usité, le concept de développement durable est souvent perçu comme un mot vide de sens, ou encore comme une belle promesse affichée

dans les discours de communication. L'approche la plus diffusée aujourd'hui vise à définir le développement durable comme la prise en compte, à parts égales et en même temps, de trois objectifs dans les domaines économique, social et environnemental pour n'importe quel type de marché comme celui du tourisme. Cinq principes nouveaux associés à cette définition traduisent la recherche d'un meilleur équilibre et d'une réelle éthique pour la communauté humaine : une approche plus transversale et systémique, une meilleure articulation du court et du long terme, une meilleure coordination du local et du global, une solidarité spatiale et temporelle et une nouvelle gouvernance basée sur la concertation et la participation des individus aux décisions.

L'objectif de développement durable des pratiques récréatives en milieu rural devrait inciter à élaborer un nouveau contrat social et un nouveau mode de gouvernance du tourisme. Les pouvoirs publics, les dirigeants économiques, les acteurs de la société civile et les citoyens doivent ainsi travailler en concertation au niveau du territoire qui apparaît comme l'échelle la plus pertinente pour mettre en application une nouvelle logique d'aménagement. Le développement durable des pratiques récréatives dans les territoires ruraux est conditionné par leur organisation globale dès lors qu'elles drainent un public important. La connaissance des sites et des attractions conduit à proposer une meilleure organisation préalable de ces activités sans attendre que les problèmes se posent au plan local. Cela suppose que soient identifiées les différentes réglementations qui peuvent s'appliquer à ces pratiques actives ou passives et les contraintes spécifiques qu'elles peuvent rencontrer dans leur développement dans les espaces récepteurs. Cette démarche d'aménagement participe en tout cas aux réflexions en matière d'écotourisme, de commerce équitable ou responsable, voire aux préoccupations en matière d'émission de CO₂ face au réchauffement climatique de la planète. Mais elle met aussi en évidence un dilemme récurrent auquel sont confrontés désormais les acteurs et parties prenantes : comment s'engager dans une démarche d'aménagement durable face à la recherche d'expériences tous azimut des vacanciers qui peut être synonyme de destruction des richesses et/ou des potentialités des territoires pour les populations locales ?

3. Application à l'itinérance en milieu rural : des expériences récréatives à un modèle de développement durable des territoires ?

Initialement, l'itinérance est au fondement même du tourisme, à travers le Grand Tour effectué dès le XIX^e siècle par les jeunes Anglais (Bertho-Lavenir, 1999). Sa spécificité est bien de mettre en avant le déplacement lui-même, au détriment éventuel de la destination. Il s'agit donc d'un voyage actif par définition, opposant le « voyageur » (itinérant) au « voyage » (statique, du moins une fois sa destination atteinte). Continue ou discontinue, linéaire, en boucle ou en étoile, l'itinérance

porte en elle des ferments (souvent imaginaires ou inconscients) d'inconnu, d'incertitude et de découverte qui lui donnent toute sa saveur. En fonction de sa durée, de son échelle géographique, des moyens utilisés, du degré d'autonomie requis, différentes formes de pratiques itinérantes sont à considérer, de la plus hédoniste à la plus extrémiste, définissant ainsi un vaste champ qui dépasse de loin la perception souvent étriquée de cette forme de tourisme. Porteuses de sens, car construites et non simplement consommées, ces pratiques itinérantes font en outre écho aux tendances émergentes en matière de nouvelles mobilités touristiques (écomobilité, multimodalité, tourisme lent, etc.). Elles offrent ainsi une réelle opportunité de redécouverte des territoires, notamment de proximité ou ruraux, sous réserve toutefois de l'existence d'un certain maillage de facilités d'accès et de déplacements. En témoignent les loueurs de matériel sportif et de transports. Parmi les plus connues, citons les principales pratiques itinérantes en milieu rural par territoires support : terrestre : randonnée pédestre et équestre, VTT ou cyclotourisme, 4*4, moto ou quad ; nautique : canoë, kayak, péniche ; aérien : vol à voile, ULM, parapente. Mais parmi ces pratiques récréatives itinérantes, combien intègrent des dimensions du tourisme durable ?

Outre les territoires support, l'itinérance peut aussi se catégoriser en tourisme itinérant « motorisé » (croisière, circuit en autocar, en camping-car...) et tourisme itinérant dits « de nature », pour lequel la pratique d'une activité de loisirs sportifs (randonnée pédestre, équitation, canoë, voile...) joue un rôle essentiel même si la découverte du patrimoine de telle ou telle région est aussi un aspect recherché par les touristes. C'est à cette deuxième catégorie de tourisme itinérant que nous nous intéresserons dans le cadre de cette recherche. L'itinérance, la pérégrination, font partie intégrante de la notion même de tourisme. En termes de clientèles, le développement du tourisme itinérant de nature s'inscrit dans l'engouement général pour la nature, et dans ce cadre l'espace rural est naturellement, l'espace où s'exercent un certain nombre d'activités à caractère itinérant. Le tourisme itinérant « de nature », pour lequel la pratique d'une activité de loisirs sportifs (randonnée pédestre, randonnée équestre, vélo, canoë, voile...) joue un rôle essentiel, est devenu une activité de vacances très prisée avec une demande des touristes qui s'oriente vers des pratiques de plus en plus douces. On estimait entre 6 et 15 millions le nombre de randonneurs pédestres et à 500 000 le nombre de Français pratiquant le tourisme équestre en 2002 (ODIT, 2003). La Fédération française de canoë-kayak estime à 300 000 le nombre potentiel de pratiquants estivaux (FFCK, 2009). Le cyclotourisme connaît également un essor important puisque la France, en 2007, avait enregistrée 1 million de séjours (Atout France, 2009).

Le tourisme itinérant privilégie le trajet et le mode de déplacement à la destination. En conséquence, il existe des exigences spécifiques pour adapter l'offre, tant sur l'itinéraire lui-même qu'aux étapes. Pour des clientèles individuelles, l'itinérance est source de fragilisation et de vulnérabilité. Ainsi, plus que tout autre, les produits

Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural

de tourisme itinérant se doivent-ils d'être « sécurisés ». Le territoire rural devient le support de ces pratiques autour desquelles se sont greffés des équipements d'hébergement, contribuant ainsi à procurer un revenu complémentaire à certains acteurs économiques (CNT, 2010). Ceci permet « d'exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement, de respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil et d'assurer une activité économique viable sur le long terme » (OMT, 2004). Mais cette vision est surtout focalisée sur l'aspect territoire comprenant la communauté d'accueil et les acteurs locaux (pouvoirs publics et prestataires). Une question reste posée concernant l'importance du développement durable dans les pratiques itinérantes. Actuellement, de nombreuses passerelles s'établissent entre les différentes disciplines de loisirs : « une année, on fera la traversée de la Vanoise à pied, l'autre la descente de l'Ardèche en canoë, la troisième de la voile en Corse ». Ce décloisonnement des pratiques entraîne un décloisonnement des structures de commercialisation qui proposent dans les mêmes brochures des produits de randonnée pédestre, équestre ou eau vive.

L'application de notre dispositif d'analyse des expériences récréatives s'intéressera aux pratiques terrestres d'itinérance en milieu rural, soit trois de nos quatre piliers d'investigation (consommateur, pratiques récréatives actives et territoire rural), selon une échelle micro-individuelle où l'accent est mis davantage sur les expériences recherchées et sur l'importance du développement durable dans les pratiques itinérantes. Une enquête exploratoire qualitative a été réalisée en 2010 auprès de 45 touristes de plus de 15 ans originaires de la Bourgogne et s'adonnant à des pratiques récréatives itinérantes en milieu rural. Le nombre d'entretiens paraît suffisant pour une étude qualitative, car selon Griffin et Hauser (1993) 20 à 30 interviewés en face à face révèlent 90% de l'information. Des entretiens semi-directifs individuels, d'une durée d'environ une demi-heure chacun, ont donc été réalisés. Les thèmes retenus dans le guide d'entretien sont consacrés aux différents rapports à ces activités en relation avec certaines dimensions du développement durable. Ainsi, dans le Tableau 3, les dimensions et sous-dimensions obtenues dans les expériences récréatives liées aux pratiques itinérantes sont illustrées au moyen de verbatim et mettent en perspective l'importance du développement durable dans ces pratiques en milieu rural.

L'exploitation du corpus a été effectuée avec le logiciel d'analyse de données textuelles TROPES⁴⁷ qui permet de réaliser une analyse approfondie du contenu en répartissant les mots dans différents univers de références (« mondes lexicaux ») identifiés par le chercheur (Gavard-Perret et Helme-Guizon, 2008). Nous avons réalisé une analyse thématique et retenu la notion « d'unité de découpage définie comme le fragment de discours portant une signification » et qui, dans le cas d'une analyse thématique, correspond au fragment de discours

47. Logiciel développé par deux chercheurs en psychologie sociale (Molette et Landré) sur la base des travaux de Ghiglione (1998).

porteur d'un thème (Blanchet et Gotman, 2001). L'analyse thématique, tout en se construisant à partir d'entretiens singuliers, permet de mettre en évidence les thèmes qui parcourent transversalement les différents entretiens. C'est-à-dire qu'elle tente, derrière la cohérence singulière des individus interviewés, de mettre à jour une cohérence thématique inter-entretiens qui appartient au groupe dans son ensemble (De Léséleuc, 2004). L'avantage du logiciel est de nous permettre d'effectuer une analyse lexicale fine dont l'unité d'enregistrement ou « unité de découpage » est la proposition (phrase simple). Il permet aussi de réaliser des statistiques lexicales sur la fréquence globale d'apparition des grandes catégories de mots, et de leurs sous-catégories.

Tableau 3. Analyse de l'importance du développement durable dans les expériences récréatives liées aux pratiques itinérantes en milieu rural

Dimensions des expériences récréatives	Sous-dimensions	Verbatim
Dimension corporelle et intellectuelle (222)	Type de pratiques itinérantes (170) Marche (77) Deux roues (67) Équitation (16) Transport (10)	« pratique de la randonnée pédestre » « pratique du vélo » « chemins d'équitation » « moyen de déplacement »
	Rapport au corps (40) Activités sportives (19) Découverte (21)	« un défi sportif » « sport de découverte »
	Rapport à l'esprit (12) Conscience (9) Dépaysement (3)	« prendre conscience de l'environnement » « changer les idées après le travail »
Dimension temporelle (51)	Usage (51) Régulièrement (24) Occasionnellement (17)	« pratique assez régulièrement » « pratique occasionnellement »
	Temps libre(2) Vacances (8)	« pratique durant les temps libres » « pendant les vacances d'été »
Dimension sociale (36)	Rapport à autrui (36) Famille (16) Amis (8) En couple (3) Les gens (9)	« pratique ces activités en famille » « généralement en famille » « seulement avec mon épouse » « les gens que l'on rencontre »
Dimension spatiale (293)	Le milieu naturel (146) La nature (69) Les paysages (12) Les animaux (17) Les végétaux (48)	« contact avec la nature » « découvrir un paysage » « découvrir des animaux sauvages » « respect des arbres »
	Les aménagements (122) Les sentiers (20) Les voies (28) Les chemins (58) Les itinéraires (16)	« emprunter les sentiers balisés » « prendre les chemins en dehors des chemins balisés » « voies vertes » « trouver un itinéraires »
	Les lieux (25)	« découvrir des régions »

Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural

Dimensions Us et Coutumes, et rapport au développement durable (214)	L'idéologie du développement durable (74) L'écologie (34) L'environnement (29) L'énergie (11)	« protection de la planète, écologie » « adopter des gestes corrects pour l'environnement » « économie d'énergie »
	Les principes dans l'itinérance sportive (51) Les chartes (21) La protection (8) Le respect/la propreté (22)	« les chartes de bonne conduite » « protection de la nature » « respect de l'environnement »
	Les atteintes de la pratique sportive itinérante à l'environnement (89) Les gens (9) Les substances (17) Les déchets (32) Les gaz (5) La pollution (12) La dégradation/le piétinement (5) Les risques (9)	« ceux qui ramassent les fleurs protégées » « éviter de jeter des papiers » « si on jette des détritux » « les émissions de CO2 » « la réduction de la pollution grâce au vélo » « la dégradation des paysages et le piétinement des chemins » « menaces sur l'environnement »

Lecture du tableau : entre parenthèse se trouve le nombre de citations pour les dimensions, les sous-dimensions et les verbatim de référence.

Le Tableau 3 présente les dimensions et sous-dimensions obtenues suite à l'analyse thématique. Notre dispositif d'analyse des expériences récréatives des pratiques itinérantes en milieu rural et l'analyse des discours portant sur l'importance du développement durable dans ces pratiques ont permis d'extraire cinq grands dimensions : corporelle et intellectuelle, temporelle, sociale, spatiale et us et coutumes au regard du développement durable. Trois dimensions apparaissent prépondérantes. Tout d'abord, la dimension spatiale qui regroupe le milieu naturel, les aménagements réalisés pour les pratiques itinérantes et les lieux que l'on peut découvrir. Puis, la dimension corporelle et intellectuelle qui prend en compte les types de pratiques itinérantes mais aussi les rapports au corps en termes de bienfaits physiques des activités physiques et à l'esprit par un dépaysement. Pour finir, la dimension us et coutumes qui identifie trois sous-dimensions structurantes : idéologie du développement durable, principes du développement durable dans les pratiques itinérantes et atteintes de la pratique itinérante à l'environnement. Les dimensions temporelle et sociale apparaissent beaucoup moins importantes dans les discours des 45 personnes interrogées. La mobilisation de notre dispositif d'analyse montre que les attentes des touristes en termes de pratiques itinérantes terrestres sont plutôt orientées vers des pratiques douces permettant la découverte du territoire, réalisées lors de loisirs même si à l'opposé quelques touristes identifient les pratiques itinérantes comme des activités permettant de relever des défis. Ces pratiques peuvent être effectuées comme loisirs régulièrement ou occasionnellement ou lors de

vacances. Ce qui nous permet de retrouver deux de nos continuums (dimensions corporelle et intellectuelle et dimension temporelle). Ces pratiques sont en grande partie réalisées soit en famille soit entre amis, même si à l'occasion, il est possible de rencontrer d'autres personnes (dimension sociale allant d'un continuum couple à « gens » en passant par le groupe d'amis ou famille). Il est intéressant de noter que ces pratiques ne sont pas des pratiques individuelles puisqu'aucun répondant n'a cité cette possibilité. Sur ces territoires ruraux, la dimension spatiale est très importante. Les touristes sont attentifs aux lieux, au milieu naturel et aux aménagements permettant les pratiques itinérantes (curseur du continuum placé sur nature, itinérance). Pour finir, les *us et coutumes* relatifs au développement durable sur ces territoires font apparaître un axe idéologique lié au développement durable (écologie, environnement et énergie), un axe concernant les principes et les règles présentes dans l'itinérance sportive (les chartes, la protection et le respect/la propreté) et enfin un dernier axe concernant les atteintes à l'environnement de ces pratiques sportives itinérantes (continuum permis/pas permis).

Le développement durable tend à s'inscrire dans le tourisme vert qui est un tourisme respectueux de l'environnement. Cependant les touristes interrogées ont du mal à faire le lien entre développement durable et tourisme. S'ils évoquent l'écologie, considérant que ces pratiques douces d'itinérance n'émettent pas de CO₂, ils mettent cependant peu en pratique toutes les dimensions de l'expérience de développement durable, notamment en termes de comportements éco-citoyens. Ce qui est conforté par l'étude menée par ATOUT France (2011), qui montre que 86% des Français sont prêts à adopter un comportement d'éco-consommateur sur leur lieu de séjour mais seulement 4% d'entre eux reconnaissent avoir déjà acheté des produits/services relevant du tourisme durable. Les Allemands et les Britanniques sont quatre fois plus que les Français à avoir déjà consommés des produits/services relevant du tourisme durable.

Conclusion

Le développement des pratiques itinérantes repose sur différentes attentes de la clientèle touristique. Cette clientèle active recherche la rencontre, l'échange et le partage entre amis ou en famille, mais aussi la découverte, le bien-être, la demande ludique et la quête d'authenticité. Ces nouvelles attentes doivent permettre aux territoires d'offrir de nouvelles possibilités de développement socio-économique, d'amélioration du cadre de vie et de valorisation du patrimoine. Le modèle proposé permet d'offrir aux territoires une nouvelle possibilité de segmentation basée sur une ou plusieurs de ces cinq grandes dimensions. Les dimensions corporelle et intellectuelle, temporelle, sociale et spatiale permettent de segmenter les consommateurs de tourisme sportif (Bouchet et Lebrun, 2009). Les dimensions spatiale et *us et coutume* permettent d'affiner cette première segmentation. Pour la dimension spatiale, le milieu naturel et les aménagements

Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural

peuvent permettre de segmenter les clients selon leur pratique (marche, deux roues, équitation) et ainsi proposer de nouveaux produits touristiques. L'idéologie du développement durable et les principes dans l'itinérance sportive doivent permettre aux territoires ruraux de mieux communiquer sur ces aspects et ainsi d'attirer une clientèle réceptive aux arguments écologiques mais aussi de convaincre les touristes présents sur le territoire de respecter les chartes afin de limiter les atteintes de la pratique à l'environnement. Afin de préserver ces territoires ruraux, le développement doit être équilibré et raisonné, ce qui va souvent à l'encontre du développement économique prôné par certains prestataires ou collectivités territoriales. Afin de compléter notre modèle, il faudra dans l'avenir prendre en compte les prestataires, ce qui pourra se faire dans des territoires plus circonscrits comme par exemple les parcs naturels.

Le tourisme en milieu rural constitue une activité structurante pour les espaces ruraux puisqu'elle permet une politique d'aménagement du territoire et des infrastructures ainsi qu'une pérennisation et un développement d'activités économiques pour les prestataires. Ces dimensions garantissent son développement à long terme, permettant ainsi la mise en œuvre d'une démarche de développement durable dans le tourisme (CNT, 2010). En appliquant le modèle proposé, il faudrait analyser l'offre, le mode de gouvernance des prestataires et les dimensions expérientielles et consommatoires des pratiquants dans leur rapport à la mobilité, aux structures et aux partenaires (office de tourisme, sociétés de transport, hébergements...). Les niveaux « méso-social », « micro-individuel » et « micro-interactionniste » d'observation se combinent selon les échelles. Le réglage de la focale retenue correspond aux standards de réflexivité des chercheurs qui doivent retenir un cas pour tester la validité de ce nouvel outil. Le dispositif d'analyse interroge la mobilité du public, les temps et les rapports à l'espace lors des pratiques pour en extraire les principaux atouts. Le modèle constitue donc un cadre d'analyse pour développer l'étude de « hauts-lieux » du tourisme sportif en milieu rural. En témoignent les produits proposés par les prestataires qui valorisent la nature. Ainsi, des tours opérateurs s'emparent des concepts de produits itinérants, prenant pour support les sites ruraux. Pour les commercialiser, il leur faut prendre en compte chaque composante du développement durable dans le séjour.

Bibliographie

- AFIT (1997), *Canoë, eau vive et tourisme, Guide de savoir-faire*, Les Cahiers de l'AFIT.
AFIT (2000), Bulletin statistique et d'étude AFIT Info, Octobre.
ANDREANI J.-C. et CONCHON F. (2002), «Les techniques d'enquête expérientielles : vers une nouvelle génération de méthodologies qualitatives», *Revue française du marketing*, N°189-190, Vol. 4-5, p. 5-15.
ATOUT FRANCE (2011), *Tourisme et développement durable. De la connaissance des marchés à l'action marketing*, Atout France Collection « Marketing ».
ATOUT FRANCE (2009), *Spécial économie du vélo*, Atout France Collection

« Développement touristique ».

BENAVENT C. et EVRARD Y. (2002), « Extension du domaine de l'expérience », *Décision Marketing*, n°28, p. 7-11.

BERTHO-LAVENIR C. (1999), *La roue et le stylo. Comment sommes nous devenus touristes*, Odile Jacob, Paris.

BLANCHET A. et GOTMAN A. (2001), *L'Enquête et ses méthodes : l'entretien*, Nathan Université, Paris.

BOUCHET P. et LEBRUN A.-M. (2009), *Management du tourisme sportif - De la consommation à la commercialisation*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, France.

CARTON A. (2007), *La participation du consommateur : coproduction, définition et enjeux*, *Marketing. Analyse et perspective*, SALERNO F. et COLAS F. (eds), Vuibert, Paris, 297-314.

CERTEAU M. (de) (1980), *L'invention du quotidien*, 2 tomes, Folio, Paris.

CONSEIL NATIONAL DU TOURISME (2010), *Le poids économique et social du tourisme*, Rapport.

CORCUFF P. (1995), *Les nouvelles sociologies*, Nathan, Paris.

CORNELOUP J. et BERTHELOT L. (eds.), *Itinérance, du Tour au détour. Contributions à la connaissance des nouvelles pratiques sportives*, Editions du Fournel, p. 111-120.

CUVELIER P. (2000), « La fin du tourisme fordiste », *Revue Espaces*, n°177, p. 32-37.

DESJEUX D. (2002), « L'innovation entre acteur, structure et situation » in Norbert Alter (sous la direction de), *Les logiques de l'innovation – Approche pluridisciplinaire*, La Découverte, Paris, p. 41-61.

DUMAZEDIER J. (1988), *Révolution culturelle du temps libre*, Méridiens Klincksieck, Paris.

FRANÇOIS-LECOMPTE A. et PRIM-ALLAZ I. (2009), « Les français et le tourisme durable, proposition d'une typologie », *Management & Avenir*, Vol. 29, n°9, p. 308-328.

GAGNON C. et LAPOINTE D. (2006), « Ecotourisme et développement durable viable, une dialectique, un cadre interprétatif », in *L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce* coordonné par C. GAGNON et S. GAGNON, Presses de l'Université du Québec.

GAVARD-PERRET M.-L. et HELME-GUIZON A. (2008), « Choisir parmi les techniques spécifiques d'analyse qualitative », in GAVARD-PERRET, GOTTELAND, HAON et JOLIBERT (Eds), *Méthodologie de la recherche, réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion*, Pearson Education, Paris, p. 247-279.

GHIGLIONE R. et al. (1998), *L'analyse automatique des contenus*, Dunod, Paris.

GOFFMAN E. (1972), *La mise en scène de la vie quotidienne*, Minuit, Paris.

GOFFMAN E. (1974), *Les rites d'interaction*, Paris, Minuit.

E. GOFFMAN (1991), *Les cadres de l'expérience*, Minuit, Paris.

GRABURN N. (1989), "Tourism: The Sacred Journey", in SMITH V.-L. (ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, Basil Blackwell 2nd Edition.

GRANDPRE L. (de) (2009), « Modélisation du système touristique régional (M.T.R.) Application québécoise », *Tourisme & Territoires*, n°1, p. 6-66.

GRAY H.-P. (1970), « International travel-international trade », Lexington: D.C. Heath.

GRIFFIN A. et HAUSER J.-R. (1993), « The voice of the customer », *Marketing Science*, Vol. 12, n°1, p. 1-27.

HETZEL P. (2002), *Planète conso : Marketing expérientiel et nouveaux univers de consommation*, Editions d'Organisation, Paris.

ISO-AHOLA S. (1980), *The social psychology leisure and recreation*, Dubuque, Brown Co. Publishers.

KNAFOU R. (2002), *Tourismes 1. Lieux communs*, Belin, Paris, 2002.

LEROUX E. (2010a), « Vers un Tourisme durable ou un écotourisme », *Management &*

Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural

Avenir, Vol. 34, n°4, p. 234-238.

LEROUX E. (2010b), « Stratégie et Développement Durable : du concept de l'Optimum Ecotouristique à la pratique », *Management & Avenir*, Vol. 34, n° 4, p. 306-317.

LESELEUC E. (de) (2004), *Les voleurs de falaise*, Pessac, Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine.

ODIT (2003), *Le tourisme de nature*, Collection « Ingénierie touristique », Guide de savoir faire, Odit France.

Parc naturel régional du Morvan (brochure touristique 2011 du)

RITCHIE J.-R. et CROUCH G.-I. (2000), "The Competitive Destination: Sustainability Perspective », *Tourism Management*, Vol. 21, n°1, p. 1-7.

SCIARDET H. (1996), « Commerce, marchés, transactions : une approche ethnographique », *Genèse*, n 25, p. 29-50.

SEGALEN M. (1998), *Les enfants d'Achille et de Nike, une ethnologie de la course à pied ordinaire*, Métailié, Paris.

TESTART M. (2001), *Aux origines de la monnaie*, Errance, Paris.

VAN DER YEUGHT C. (2009), « La gouvernance du développement durable dans une destination touristique : le cas des Cinq Terres (Italie) », *Revue de l'organisation responsable*, Vol. 4, n°2, p.72-84.

WEBER M. (2000), *Economie et société*, Plon, Paris.