



**HAL**  
open science

# Le marché du tourisme sportif de nature dans les systèmes territoriaux des espaces touristiques et ruraux : l'exemple de l'Ardèche

Marc Langenbach

## ► To cite this version:

Marc Langenbach. Le marché du tourisme sportif de nature dans les systèmes territoriaux des espaces touristiques et ruraux : l'exemple de l'Ardèche. Géographie. Université de Grenoble, 2013. Français. NNT: . tel-00796704

**HAL Id: tel-00796704**

**<https://theses.hal.science/tel-00796704>**

Submitted on 5 Mar 2013

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## THÈSE

Pour obtenir le grade de

## DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ DE GRENOBLE

Spécialité : **Géographie**

Arrêté ministériel : 7 août 2006

Présentée par

**Marc LANGENBACH**

Thèse dirigée par **John TUPPEN**  
et codirigée par **Pascal MAO**

préparée au sein du  
**Laboratoire TERRITOIRES – UMR PACTE CNRS 5194**  
dans l'École Doctorale 454  
« **Sciences de l'Homme, du Politique et du Territoire** »

## **Le marché du tourisme sportif de nature dans les systèmes territoriaux des espaces touristiques et ruraux : l'exemple de l'Ardèche**

Thèse soutenue publiquement le **13 décembre 2012**,  
devant le jury composé de :

**Philippe BACHIMON**

Professeur des Universités - Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse  
Examineur

**Liliane BENSANEL**

Ingénieur de Recherche - HDR - Centre de Recherche en Economie de Grenoble  
Examineur

**Olivier BESSY**

Professeur des Universités - Université des Pays de l'Adour - Pau  
Rapporteur

**Christopher HAUTOIS**

Maître de Conférences - HDR - Université Paris-Sud XI  
Rapporteur

**Pascal MAO**

Maître de Conférences - Université Joseph Fourier – Grenoble I  
Codirecteur

**John TUPPEN**

Professeur des Universités - Université Joseph Fourier – Grenoble I  
Directeur





**Résumé en français :** Cette recherche s'attache à l'observation des dynamiques émergentes de développement économique des territoires ruraux, par le prisme de la marchandisation des activités récréatives. Elle propose alors de comprendre les effets de l'économie liée à l'activité des entrepreneurs de l'encadrement sportif de nature sur les systèmes territoriaux, touristiques et ruraux.

Les sports de nature sont des activités récréatives qui se sont dotées depuis quelques dizaines d'années d'une dimension commerciale et qui s'inscrivent désormais largement dans les territoires ruraux. Dès lors, les sports de nature constituent localement des filières professionnelles, suivant lesquelles les opérateurs se structurent, se localisent ou échangent dans le but de développer leurs activités. Celles-ci s'accompagneraient alors d'impacts économiques et territoriaux. Toutefois, ces retombées sont particulièrement complexes à discerner ou à évaluer, se diffusant ou se dissimulant suivant les caractéristiques socio-spatiales des sports de nature marchands. Des logiques spatiales puis territoriales apparaissent au sein même du marché du tourisme sportif de nature, si l'on observe le groupe des entrepreneurs de l'encadrement marchand représentant l'essentiel de l'offre commerciale de sports de nature en milieu rural.

Cette complexité sociale et territoriale, nous a conduit à détailler les effets des modes de structuration du marché du tourisme sportif de nature en milieu rural conditionnant "l'effet territoire", les avantages liés à la territorialisation des entrepreneurs, à la fois du côté : des systèmes productifs, des systèmes sociaux et des systèmes administratifs. Cette recherche se base sur l'exemple du département de l'Ardèche pour illustrer ces mécanismes socio-spatiaux. Nous utilisons ce terrain, dans l'objectif d'appuyer des logiques introduites à l'échelle nationale, que nous confirmons avec une étude approfondie du territoire de l'Ardèche. Nous avons recourt, pour cela, à une approche quantitative, statistique et cartographique d'un côté puis qualitative en s'appuyant sur des entretiens semi-directifs réalisés auprès d'un échantillon d'entrepreneurs des sports de nature, d'une part, puis des acteurs de la gestion locale concertée de ces activités, d'autre part. Cette démarche a pour objectif de confirmer les dynamiques quantitatives, observées en Ardèche avec des éléments issus des discours des acteurs et des opérateurs locaux des sports de nature.

Enfin, cette recherche pose les fondements du concept de système économique sportif de nature local. Celui-ci propose une modélisation des effets respectifs de l'espace (sous-système spatial) sur les acteurs du marché des sports de nature (sous-système des acteurs) en prenant l'exemple de l'Ardèche. La représentation des interactions entre ces sous-systèmes permet une lecture de la complexité du marché du tourisme sportif de nature. Ces interactions représentent, dans un sens les effets de ce marché sur le territoire, et de l'autre, l'avantage comparatif fourni par le territoire et la proximité entre ses acteurs.

**Mots clés :** sports de nature, économie, développement territorial, territoire rural, entrepreneurs de l'encadrement marchand, géographie du tourisme, ressource territoriale, complexité, système territoire, Ardèche.

**Résumé en anglais :** This thesis deals with the observation of the emerging dynamics of territorial economic development in the rural areas, by the prism of the outdoor activities merchandising. It aims to understand the effects of the contractor in the outdoor sports on the territorial, the touristic and the rural systems. Those activities are emerging and they have established a new commercial dimension since a decade, which is now deeply printed in the rural areas. By then, the outdoor leisure activities constitute, locally, a vocational which the contractor uses to structure themselves, localise their activities or trade between them. This vocational would potentially provide territorial effects. However, the territorial impact of the outdoor activities are particularly difficult to measure, or to localise because it diffuses or dissimulates following the socio-spatial characteristics of the commercial outdoor sports. Nevertheless, spatial then territorial logics appear within the outdoor sport tourism market if we observe the group of the contractors of sport framing in those activities, which represent the entirety of the market of the outdoor sport activities in rural areas. Those logics can be compared to those who rule the distribution and the localisation of the sporting site or the tourism economics. The problem of this research is the following: how the outdoor sport tourism market interacts with the rural territories?

The merchandised outdoor sports participate to the constitution of a territorial resource, constructed then activated by cultural, environmental, politic, and economic factors. The rural areas are the support of a sport and tourism market whose effects on the local economy depends of the diversity of the activities and the vocational structuration. This social and geographic complexity led this research to observe the local structuration modes of the outdoor sport and tourism market in rural areas, both by the productive systems, social systems and administrative systems.

This work is based on the example of the Ardèche department for illustrating the presented socio-spatial mechanism. This space is an historic outdoor sport and tourism destination in France, where for one part the market of the sport tourism is developed enough for the repartition of its operator, its actors, its sport sites form a geographic object to be observed. For another part, the public and sport institution participates there, with the local actors, to the management and development of outdoor sport activities in rural areas through procedures of consultation. Those consultations underlined the existence of an economic and local system dealing with outdoor sport activities and especially vocational of sport framing in Ardèche.

The use of cartographic studies, crossed with interviews of the vocational of outdoor sport framing allow us to examine the spatial logics of development for the outdoor sport economics, their territorial resource and after all to build a territorial model. This model, the economic and local outdoor sport system, shows the interaction between the operators of the outdoor sport market and their space, and particularly rural areas.

**Keywords :** outdoor sport, leisure geography, territorial development, complexity and systemic approach, outdoor sport contractor, rural space, Ardèche.



## Remerciements

Cette thèse fût un exercice solitaire impliquant néanmoins beaucoup de monde. Toutes les personnes qui en ont accompagné la rédaction lui ont fourni de près ou de loin, un environnement favorable et serein. Les quelques mots qui suivent doivent permettre de leur signifier ma gratitude pour leur aide et leur réconfort.

Mes remerciements vont en premier lieu à John Tuppen pour avoir accepté d'assurer la direction de cette thèse. Son achèvement doit beaucoup à son soutien indéfectible. Tout naturellement, ma reconnaissance va aussi à Pascal Mao pour avoir aiguillé cette recherche depuis ses prémices à la fin de ma Maîtrise, lors de mon arrivée au Cermosem. Cette thèse n'aurait pas existé sous cette forme sans nos nombreux échanges ou son émulation.

Je souhaite bien sûr exprimer ma gratitude à l'ensemble des membres du jury, Philippe Bachimon, Liliane Bensahel, Olivier Bessy, Christopher Hautbois pour avoir accepté d'évaluer la pertinence de ce travail.

Ensuite, je désire exprimer ma reconnaissance à ceux qui m'ont particulièrement épaulé dans les derniers moments, les dernières phases de la rédaction de cette thèse. Il s'agit, dans le désordre, mais l'ordre n'importe pas tant ils m'ont tous autant aidé, à temps perdu, à un moment ou à un autre, d'Aurélien Esposito, le colocataire occasionnel devenu un ami proche, d'Edwige Garnier une amie rencontrée au Cermosem et devenue quelques années plus tard une collègue à l'Université de Limoges lors d'une année d'A.T.E.R. puis une relectrice attentive, d'Hugues François et de Nicolas Senil, rencontrés au fil de mes travaux en Ardèche et qui représentent bien plus que l'aide importante apportée à la finalisation de cette thèse.

Une thèse s'inscrivant aussi dans une dynamique collective animant un groupe de chercheurs, plusieurs d'entre eux ont formé un environnement scientifique enrichissant au sein de mon laboratoire de recherches. Je tiens à citer ici, avec mes remerciements, l'équipe des doctorants du groupe "Méthéogéo" : Nicolas Canova, Catherine Herrera, Olivier Obin, Claire Tollis, Niels Martin. Merci aussi à mes collègues de l'Université de Limoges et de l'Université de Haute-Alsace pour m'avoir permis de rédiger cette thèse dans les meilleures conditions lors de mes deux années d'A.T.E.R..

D'autres, jeunes ou anciens chercheurs, rencontrés lors de cette thèse m'ont accompagné bien au delà du cadre universitaire pour devenir des amis avec qui j'ai partagé, et je continuerai à partager, des excellents moments. Je veux ici parler de Nicolas Robinet, sans qui mes aventures ardéchoises auraient été bien moins épiques, Libéra Berthelot, Jean-François Daller, Carine Deyres, les Seb' (Sébastien Franchini et Sébastien Fleury), Eric Grasset et Samya pour son aide et sa bonne humeur dans tous les moments de la thèse.

Plus largement, je voudrais également remercier tous mes proches qui attendaient eux aussi que la "fumée blanche" finisse par s'élever de mon bureau. J'ai donc une pensée particulière pour Michaël, pour son soutien discret mais bien présent, et le partage de passions communes pour les paysages ardéchois et le sport automobile, pour Mathieu et ses projets de décroissance, pour les "alsaciens" Franck, Prisca, Florian et Marc, puisque beaucoup de choses ont commencé par là-bas, pour Léo et Bastien, les vieux amis toujours très présents à mes côtés, enfin pour Séverine et Raphaël qui m'ont aussi supporté comme passager presque clandestin à la maison.

Je remercie profondément mes parents pour leur support inconditionnel durant tout mon parcours universitaire, ainsi que mon frère Vincent pour nos discussions animées.

Enfin, je dédie tout spécialement cette thèse à Hélène, mon principal soutien qui malgré s'être entendue dire tant de fois que la fin approchait sans jamais pouvoir en profiter, a toujours tenu bon. Eh bien voilà, cette thèse a pris forme en grande partie grâce à ton abnégation et surtout grâce à ta confiance sans limites, merci à toi.





# Sommaire général

<b>Remerciements .....</b>	<b>3</b>
<b>Sommaire général.....</b>	<b>5</b>
<b>Introduction générale.....</b>	<b>7</b>
<u>Partie 1. Vers une mise en marché des sports de nature .....</u>	<u>33</u>
<b>Chapitre 1. La notion de sports de nature : de la pratique à l'activité économique .....</b>	<b>36</b>
<b>Chapitre 2. La mise en marché des sports de nature.....</b>	<b>54</b>
<b>Chapitre 3. Les acteurs de l'économie locale des sports de nature en territoire rural..</b>	<b>66</b>
<u>Partie 2. Les espaces touristiques et ruraux : une différenciation par l'économie des sports de nature</u>	<u>118</u>
<b>Chapitre 4. Une analyse de la localisation des sites sportifs de nature en Ardèche : d'une logique de répartition non-marchande vers une logique marchande ? .....</b>	<b>128</b>
<b>Chapitre 5. Les espaces des professionnels de l'encadrement dans les sports de nature en Ardèche .....</b>	<b>170</b>
<b>Chapitre 6. D'une géoéconomie à une lecture par l'économie territoriale du tourisme sportif de nature en Ardèche.....</b>	<b>198</b>
<u>Partie 3. Le système et le marché des sports de nature en territoire rural .....</u>	<u>239</u>
<b>Chapitre 7. L'utilisation des systèmes dans une géographie du marché des sports de nature .....</b>	<b>246</b>
<b>Chapitre 8. Le système économique territorialisé des sports de nature .....</b>	<b>267</b>
<b>Chapitre 9. Le système social des acteurs et des entrepreneurs des sports de nature en territoire rural .....</b>	<b>298</b>
<b>Chapitre 10. Le système administratif dans la structuration du marché du tourisme sportif de nature .....</b>	<b>319</b>
<b>Conclusion générale .....</b>	<b>354</b>
<b>Bibliographie générale .....</b>	<b>368</b>
<b>Annexes....</b>	<b>389</b>
<b>Sommaire détaillé .....</b>	<b>407</b>
<b>Index des abréviations .....</b>	<b>411</b>
<b>Index des illustrations .....</b>	<b>413</b>



## **Introduction générale**

## **Présentation de la recherche**

L'objet de ce travail de recherche est le fonctionnement territorial du système économique local des sports de nature. Il s'attache à approfondir la notion de sports de nature au travers de son processus de mise en marché, suivant l'exemple du département de l'Ardèche. Cette nouvelle économie forme un objet géographique émergent, le marché des sports de nature comme lieu d'interactions et d'échanges entre des entrepreneurs et des pratiquants – consommateurs, qui s'accompagne d'effets sur les territoires ruraux. Les sports de nature sont des activités de loisir qui sont devenues, depuis quelques décennies seulement, des éléments marchands diversifiés, moteurs de flux de capitaux entre des producteurs et des consommateurs et entre des territoires émetteurs et des territoires récepteurs.

Les sports de nature s'inscrivent pour les territoires ruraux dans un phénomène plus large : la récréation (Bourdeau, 2003). Celle-ci est désormais constitutive de l'identité des territoires ruraux en France (Chamboredon, 1980 ; Le Caro, 2002). On ne peut la penser indépendamment de la trajectoire de ces territoires et sans tenir compte de leurs évolutions successives. La récréation contribue à attirer des pratiquants, résidents ou touristes, et à activer des mobilités à destination de territoires ruraux où elle participe activement au renouveau des croissances économiques et démographiques. La récréation peut être initialement définie comme un pendant délassant à des situations quotidiennes et professionnelles. Elle serait ainsi schématiquement originaire des centres urbains et productifs pour se diriger vers les campagnes. Néanmoins, les territoires ruraux utilisés dans la récréation existent aussi par eux-mêmes en étant attractifs sans l'effet d'opposition avec les villes et en permettant une valorisation récréative de leurs ressources territoriales. La récréation serait donc en mesure de reconstruire une dynamique productive, commerciale, pour les territoires ruraux.

Les territoires ruraux ont traversé depuis un demi-siècle des phases successives de restructuration fonctionnelle (Viard, Hervieu, 1996). Ils sont désormais dotés non plus systématiquement des fonctions agricoles productives, mais aussi fréquemment des fonctions récréatives, résidentielles ou patrimoniales. On admet désormais que « l'agricole ne fait plus [uniquement] le rural » (Mignotte, 2004). Ce constat partagé (Perrier-Cornet et *al.*, 1998 ;

D.A.T.A.R., 2003), fonde l'analyse des mutations fonctionnelles liées à la récréation et de leurs processus respectifs.

Pour autant, il n'est pas question d'aborder économiquement les territoires ruraux comme étant systématiquement en creux, vides de dynamiques géographiques (Lévy, 1994b). Si la France a été un temps marquée par un exode rural important, le réinvestissement des zones éloignées en déshérence s'est largement affirmé depuis. Dans un premier temps, le rural s'est repeuplé à partir des pôles urbains ou des littoraux (Berger, 1996), mais les derniers recensements confirment le réinvestissement systématique de tous les milieux ruraux<sup>1</sup>. Cette dynamique n'indique pour autant pas encore un retour à la démographie d'une France rurale d'avant-guerre (Hervieu, Viard, 1996). Ses évolutions économiques, sociales ou culturelles sont bien des signes de mutations des équilibres démographiques, économiques et territoriaux. Ainsi, les dynamiques rurales contemporaines sont des objets d'étude féconds.

La question agricole (Esposito-Fava, 2010), la gestion de l'espace (Roux, 1999 ; Allie, 2005), les services aux personnes (Grasset, 1999) ou la question de l'évolution du modèle de développement (Talandier, 2007) sont des avancées scientifiques significatives qui suscitent discussions, débats et développements futurs. Dès lors le re-développement des territoires ruraux est en marche et constitue un domaine de réflexion usité.

Le monde rural existe par lui-même, suivant des logiques qui lui sont propres et qui tiennent à ses éléments, ses acteurs et ses ressources territoriales. Les logiques d'action individuelles ou collectives des acteurs territorialisés y possèdent des spécificités propres au rural, qui participeraient à son attractivité. Dans le rural comme à la ville, les habitants souhaitent vivre sensiblement les mêmes expériences et l'économie de la récréation serait alors un champ où les logiques de consommation sont particulièrement prégnantes (Chazaud, 2004 ; Bouhaouala, 2008). Il subsiste des perméabilités socioculturelles entre ces deux mondes : « à l'heure où l'urbanité s'échappe de la ville, la ruralité devient, elle aussi, "une catégorie de la pratique", prenant des sens et impliquant des usages différents selon les figures d'appartenance. De multiples mobilités et migrations accentuent l'imbrication des villes et de leurs campagnes, à tel point que certains en viennent à douter de leurs frontières. Mais ces flux reflètent aussi la permanence, dans les représentations sociales, d'une différence entre le rural et l'urbain» (Sencebe, 2001). Dans ce sens, malgré une identité encore différente de la ville, le rural ne différerait pas fondamentalement en matière de comportements économiques.

---

<sup>1</sup> Comme le montre le Recensement Général de la Population par l'I.N.S.E.E., 1999 puis 2008

En milieu rural comme en milieu urbain, les pratiquants chercheraient aussi à consommer des pratiques, à accéder à des activités (Rifkin, Upéry, 2005), notamment récréatives.

L'approche d'un objet se développant dans un territoire rural implique donc d'intégrer deux dimensions principales :

- **une faible densité "géographique"** : la ruralité forme une expérience d'éloignement, de la distance. Elle donne à l'espace et à son corollaire, la mobilité (Sencebe, 2001), une place importante. Les faits géographiques y sont alors plus diffus ou moins concentrés ;
- **une recherche de différences** : les évolutions économiques, démographiques, sociales, ont profondément remanié le modèle de la ruralité ancienne. « Basé sur une économie agricole qui structurait socialement et culturellement la vie locale, l'effritement de son importance a participé à renouveler les modèles » (Senil, 2011). L'arrivée de nouvelles populations, aux revenus, modes de vie et cultures différentes, a activé ce phénomène (Cognard, 2001 ; Palisse, 2006). Dès lors, la ruralité représente désormais un modèle émergent d'altérité, social et culturel. Nouveaux arrivants, nouveaux travailleurs ou nouveaux résidents sont alors les moteurs d'un renouveau identitaire et économique (Davezies, 2008).

A cet égard, le département de l'Ardèche est le théâtre d'une interpénétration du marché des sports de nature et du territoire au sein même d'une dynamique de développement d'un milieu rural. L'échelle d'observation de cette recherche sera resserrée progressivement tout au long de la démonstration. Cette logique débutera avec la description d'un phénomène émergent à l'échelle nationale puis régionale et sera prolongée par une approche détaillée de l'économie des sports de nature en Ardèche. La dernière étape détaillera le fonctionnement interne de ce marché, suivant la mécanique du système, au sein même du territoire rural qu'est le département de l'Ardèche. Cela permettra de mettre en évidence les logiques spatiales globales du marché des sports de nature puis d'y confronter les singularités touristiques d'un territoire rural. Cette démarche aura pour objectif de renforcer la transposabilité de cette analyse d'une forme d'économie de la récréation en territoire rural. L'économie de ces territoires s'illustre par une différenciation structurelle avec d'autres, plus métropolisés, plus industrialisés. Le processus de mise en marché des sports de nature en milieu rural induit la structuration d'une filière professionnelle où la polarisation n'est pas encore la norme au profit d'une diffusion spatiale. Dans ce cadre, on utilisera l'exemple du département de l'Ardèche comme une illustration particulièrement éclairante.

## Introduction des sports de nature

Les sports de nature sont des activités protéiformes objet de nombreuses typologies, issues de plusieurs disciplines : géographie, sociologie, économie, ethnologie et anthropologie (Bourdeau, 2003, Augustin, 2000, Plagnol, 1997). Ces dernières ont des objectifs opérationnels (connaître ces activités humaines) et accompagnent de nouveaux enjeux scientifiques (comprendre leurs logiques).

La confrontation à la nature étant la raison première des sports de nature, le milieu naturel, support de gestuelles et de techniques caractéristiques de chacune des activités sportives (Boutroy, 2002), les différencie en premier lieu. La typologie la plus couramment utilisée (Pigeassou, 1997 ; Plagnol, 1997 ; Mao, 2003 ; Bourdeau, 2003 ; Bourdeau, 2006 ; Ministère des Sports, 2010) différencie les sports de nature terrestres (cyclisme, équitation, marche à pied), aquatiques (plongée, sports d'eaux vives, voile), verticaux (escalade, spéléologie, canyoning) et aériens (parapente, deltaplane). Elle n'est néanmoins pas exhaustive, les sports de nature se réinventant sans cesse (Bourdeau, 2006).

Le marché du tourisme sportif de nature ardéchois et la configuration topographique de son territoire conditionnent l'intégration de ces activités à ce travail. Ainsi, la plongée, la raquette à neige ou encore le vol à voile et le deltaplane ne seront pas abordés alors qu'ils font partie de la famille des sports de nature. L'exemple du département de l'Ardèche, choisi pour sa structuration avancée d'une filière professionnelle en territoire rural, illustre donc une première fois des variations locales liées à des facteurs sociospatiaux (absence/présence de pratiquants, de moniteurs ou de lieux de pratique).

Confinés à des pratiques émergentes, marginales jusqu'à la fin des années 1980, les sports de nature sont désormais pratiqués par un Français sur trois entre 15 et 75 ans (Ministère des Sports<sup>2</sup>, I.N.S.E.P.<sup>3</sup>, 2002). Environ 13 millions de personnes en 2009 déclaraient pratiquer au moins un sport de nature, en compétition ou de manière occasionnelle, ce qui illustre la diversité de perception et des modes de pratique de ces activités.

---

<sup>2</sup> Cette dénomination ancienne sera préférée à celle en vigueur actuellement (courant 2011) du Ministère de la Santé, de la Jeunesse, de la Vie Associative et des Sports car permettant de délimiter clairement le champ d'action de cette institution.

<sup>3</sup> Institut National du Sport et de l'Éducation Physique

Toutefois, ces données recouvrent des réalités hétérogènes. Le cyclisme, quel que soit son mode (loisir, sportif, utilitaire), constitue une part importante de l'ensemble des activités pratiquées (entre 12,7 et 20,7 millions de pratiquants réguliers ou occasionnels selon les estimations) par les Français. Comparés aux 13 millions de Français déclarant pratiquer des sports de nature, ces chiffres confirment l'indistinction des représentations quant aux formes de pratiques, le cyclisme étant notamment un mode de transport quotidien répandu. A l'opposé de l'échelle, si le canoë, l'escalade ou l'équitation semblent peu pratiqués (respectivement 400 000, 600 000 et 800 000 pratiquants<sup>4</sup>), le volume de pratiquants est proche de celui des arts martiaux (700 000 pratiquants) ou du hand-ball (600 000 pratiquants). Mais la diversité des représentations individuelles de l'engagement physique et la distance culturelle à ces activités, qui en fait parfois des pratiques sportives marginales, introduisent de l'hétérogénéité dans ces chiffres (Durand, Lévy, Retailé, 1993).

De plus cette constatation résulte aussi de méthodes d'enquête peu adaptées à ces activités diffuses. En effet, il s'agit de dénombrements effectués par le Ministère des Sports, mais ne portant pas uniquement sur le volet fédéral des pratiques (pratique en club avec une licence sportive) et incluant donc des comptages ou des recensements sur les lieux de pratique. Dès lors, comme la structuration fédérale des pratiques sportives est hétérogène, les volumes de pratiquants dans les sports de nature sont plus incertains. Effectivement, les sports collectifs se pratiquent logiquement au sein d'une équipe très fréquemment structurée par une association sportive tandis que cette logique trouve un écho variable, mais plus faible, dans les sports de nature.

Les sports de nature sont un ensemble de pratiques à caractère sportif qui prennent pour théâtre l'environnement et la nature. Les chiffres ci-dessus montrent que ces activités sont très présentes au sein de la population et qu'elles pèsent désormais sur les modes de loisir, sur les économies locales et qu'elles sont donc en mesure de peser sur les territoires et plus précisément sur les territoires ruraux.

---

<sup>4</sup> Ministère des Sports, I.N.S.E.P., 2002



## La mise en marché des sports de nature

La mise en marché des sports de nature se définit par l'émergence d'échanges marchands de biens matériels et de services à destination de pratiquants des activités comprises dans le champ des sports de nature. Les produits sont fabriqués par des marques spécifiques au secteur, avec des gammes et des filières particulières. Les services sportifs de nature forment des prestations commercialisées par des entrepreneurs indépendants (encadrement, organisation logistique), mais peuvent être complétés par des prestations touristiques pour constituer des offres plus étoffées, des produits touristiques tout compris (séjours, voyages comprenant plusieurs prestations, plusieurs activités sportives). Il peut exister localement une convergence marketing et marchande entre les prestations sportives de nature et les produits touristiques (Corneloup, 2005). Celle-ci apparaît lorsque les sports de nature sont amenés à devenir des aménités touristiques, à même de relancer l'attractivité et la compétitivité des offres touristiques en territoire rural. Dès lors, l'économie liée aux sports de nature participe à l'émergence d'enjeux économiques pour les territoires qui voient ces activités s'implanter et se développer : enjeux de gestion locale d'un côté et de renouvellement d'une attractivité récréative, résidentielle ou touristique de l'autre.

Selon les enquêtes de fréquentation des lieux touristiques, les sports de nature font partie intégrante de l'offre touristique marchande des départements français (D.R.D.J.S. Rhône-Alpes, 2008). De plus, l'attractivité de ces territoires dépasse celle des frontières nationales comme l'indique la position dominante de la France au sein du tourisme international (O.M.T., 2009). Le premier signe de l'émergence de la mise en marché des pratiques sportives de nature réside dans cette utilisation par le tourisme.

Indépendamment, les sports de nature sont devenus des produits de consommation "classiques" à propos desquels les pratiquants sont prêts à investir financièrement (Corneloup, Bourdeau, 2004). Ceci n'était pas constitutif originellement des sports de nature où la valeur principale était celle d'une expérience collective associative ou affinitaire désintéressée (Mao, 2003) et témoigne de leur intégration dans une « société de consommation » (Baudrillard, 1970) où la consommation prend la forme d'une valeur et où le capital devient un faire-valoir. Les pratiquants recourent désormais de plus en plus souvent à des consommations sportives de nature (matériel, prestations de services) ou touristiques dans lesquelles les sports de nature sont le motif déclencheur du séjour.

La montée en puissance de la marchandisation des sports de nature n'est pas neutre d'un point de vue sociospatial (Aubel, Ohl, 2004). La culture du désintéressement, propre aux sports de nature, se traduisant chez certains par une forme "d'antiéconomie", se manifeste par des comportements tenant de la resquille, de la clandestinité ou de la stricte non-marchandisation. Cela contribue à brouiller les pistes de l'observation localisée du marché des sports de nature. En effet, les acteurs de ce secteur ont tendance à dissimuler et nier de l'économie, que ce soit de manière fiscale, cognitive ou éthique. De plus, ce brouillage est accentué par les stratégies des entrepreneurs au gré de leur mobilité professionnelle qui peut en amener certains à posséder plusieurs lieux d'habitation. Cela entraîne une diffusion des capitaux à l'intérieur et à l'extérieur des territoires de pratique. Ces comportements se retrouvent aussi chez les pratiquants et consommateurs à travers une "économie de cueillette" (Testart, 1986).

Cependant, cette thèse privilégiera les indicateurs géographiques matériels du marché des sports de nature en Ardèche afin de tenter de minimiser les effets de l'hétérogénéité des représentations ou des comportements économiques des acteurs. En effet, il existe à la fois des lieux où se concentrent ces activités, comme c'est le cas en Ardèche, des formes de croissance locales qui s'accompagnent de procédures territorialisées et des structures qui y constituent un cadre d'observation pertinent pour étudier la formation d'une dynamique territoriale originale. Ce choix permet donc de représenter une réalité que l'on perçoit comme complexe.

Enfin, l'offre progresse : « l'équipement de la nature est exponentiel, la création d'associations se multiplie, les distributeurs de matériels sont de plus en plus nombreux et leurs chiffres d'affaires augmentent constamment » (Corneloup, 2005). Par ailleurs, la demande témoigne d'« un engouement des citoyens pour la vie en milieu rural, un attrait pour les pratiques sportives de nature durant le temps du loisir, et un succès remarquable des rencontres sportives en plein air » (Corneloup, 2005). Le marché se structure et devient un système à enjeux d'évaluation, de gouvernance et de régulation. L'entrée dans une ère de la rationalisation des investissements économiques et des modes de production conduit les acteurs économiques à maîtriser les volumes de capitaux en jeu dans cette économie locale des sports de nature.

## **Positionnement théorique : l'analyse territoriale de la mise en marché des sports de nature**

Cette thèse vise à observer et à comprendre les effets du marché du tourisme sportif de nature sur la structuration et sur le développement des systèmes territoriaux. Le cadre théorique de cette démarche est issu de la géographie et a recours à des éléments théoriques et conceptuels provenant de l'économie et de la systémique. Celui-ci sera introduit dans les trois parties de la thèse et sera validé et appuyé à partir de la seconde partie par des éléments explicatifs issus de l'exemple de l'Ardèche. Cette démarche correspond à une logique de complexification successive de l'étude du fonctionnement territoriale de l'économie des sports de nature. L'objectif final est de proposer un modèle de système organisant les mécanismes structurant ce marché, basé sur l'exemple de l'Ardèche.

La théorie géographique centrale sur laquelle s'appuie ce travail, est celle du territoire en tant que « projection sur un espace donné des structures spécifiques d'un groupe humain, qui incluent le mode de découpage et de gestion de l'espace, l'aménagement de l'espace. [Ce territoire] contribue en retour à fonder cette spécificité, à conforter le sentiment d'appartenance, il aide la cristallisation de représentations collectives, des symboles qui s'incarnent dans les hauts lieux » (Brunet et *al.*, 1992). Le territoire est donc une construction idéelle mouvante (Lemoigne, 1984) et floue, dont les propriétés sont celles que l'on retrouve dans le principe de la complexité (de Rosnay, 1975). Cette conception du territoire implique qu'il soit fait d'interactions systémiques entre un espace et le groupe social qui s'y développe, au sein d'un environnement (Moine, 2007).

Cette définition permet d'intégrer les relations bidirectionnelles entre des groupes sociaux ou des institutions collectives et territoriales et leurs espaces géographiques selon des dimensions multiples (représentations, projections, appropriations, actions). La théorie du territoire fait de ces relations le fondement d'un mode de développement économique dans lequel il confère aux éléments territorialisés qui le composent la capacité de se distinguer, de se spécifier. Il permet d'étudier le rôle de chacun des acteurs et de leurs stratégies dans la trajectoire du territoire (Gumuchian et *al.*, 2003).

Pour développer cette analyse, l'approche retenue valorisera le corpus de l'économie territoriale. Celle-ci est une première réponse conceptuelle à l'échec du modèle fordiste de

massification puis de mondialisation des économies qui oppose à ce mode de développement exogène, sous-tendu par des dynamiques externes aux territoires, un mode de développement économique basé sur le local comme échelle privilégiée des spécificités et de la compétitivité des économies (Pecqueur, 2000). Dans un contexte de globalisation, les économies locales se réorganisent autour de ressources territorialisées pour rester ou redevenir compétitives (Benko, Lipietz, 2000).

Le marché des sports de nature est désormais devenu un élément essentiel du développement et de l'aménagement de bon nombre de territoires et de départements ruraux. Il engendre des flux de capitaux, de population et la formation de pôles de croissance fonctionnant de manière coordonnée pour ses acteurs. Il est donc en mesure d'activer et d'alimenter une nouvelle forme d'aménagement du territoire en milieu rural. En outre, la croissance de ce secteur d'activité au sens économique du terme et la spécialisation de ses acteurs contribuent à structurer localement leurs échanges. L'économie donne alors une matérialité aux échanges entre les acteurs du marché des sports de nature, les entrepreneurs du tourisme sportif, qui constituent la matière de l'analyse territoriale au centre de cette approche. La complexité de cet objet fonde techniquement le recours à une méthodologie systémique pour modéliser les rapports entre les acteurs et leur espace (Moine, 2007) dans le but d'en analyser les impacts.

Dès lors émergent les questions suivantes : comment se forme cet "effet territoire" et comment influe-t-il sur les activités composant le marché du tourisme sportif de nature ? Quelles formes de structuration collective contribuent à la dynamique du système local de l'économie des sports de nature ? La marchandisation des sports de nature contribue-t-elle à fixer les entrepreneurs sur place ? Alliée à leur coordination, améliore-t-elle le cadre de vie des entrepreneurs déjà présents localement ? On tentera d'apporter des réponses à ces questionnements tout au long de ce travail de recherche.

Ce corpus théorique est construit afin d'analyser le fonctionnement spécifique du marché des sports de nature dans un territoire touristique et rural. Cette démarche s'appuie sur l'exemple du département de l'Ardèche. Ce marché est particulièrement remarquable dans ce département où il s'illustre à la fois sur un volet quantitatif, avec les volumes de fréquentation et de capitaux en jeu localement, et sur un volet qualitatif, avec la constitution d'un système économique local autour des sports de nature.

## **Présentation du terrain d'étude**

Outre une approche globale pour les confronter aux logiques de développement géographique du marché des sports de nature au niveau national, le questionnement et le cadre théorique de cette recherche seront éprouvés au travers d'un exemple spécifique : le département de l'Ardèche. Les particularités géohistoriques de la filière touristique de ce département rural permettent d'étayer l'analyse du fonctionnement territorial du marché des sports de nature et de ses effets sur les processus de développement local. Le département de l'Ardèche possède les critères essentiels à l'analyse d'une telle filière en milieu rural. Ces caractéristiques se déclinent avant tout et principalement selon les cinq points ci-après :

1. l'Ardèche est le premier département français rural et non montagnard, identifié comme un territoire sportif de nature (à la troisième place derrière la Haute-Savoie et les Hautes-Alpes ; Altimax, C.D.T. de l'Ardèche, 2007) et représente à ce titre une destination sportive de nature de premier ordre pour les pratiquants/consommateurs ;
2. 80 % des touristes primo arrivant en Ardèche le sont pour pratiquer au moins un sport de nature (C.D.T. de l'Ardèche, 2007b). Les sports de nature sont donc dans ce cadre des éléments centraux du renouvellement de l'attractivité touristique ;
3. le département de l'Ardèche a été pionnier dans l'introduction d'une procédure de gestion concertée des sports de nature. Il est l'un des seuls dont l'instance qui pilote la gestion concertée est fonctionnelle et se réunit fréquemment depuis 2005<sup>5</sup> (Mao, Reymbaut, 2005b ; Mao et *al.*, 2009) ;
4. la filière professionnelle des sports de nature est statistiquement surreprésentée en Ardèche avec 1,09 professionnel pour 1000 habitants. Cela positionne l'Ardèche au 9<sup>ème</sup>

---

<sup>5</sup> La Commission Départementale des Espaces Sites et Itinéraires de l'Ardèche (C.D.E.S.I.) se réunit entre 3 et 4 fois par an depuis 2005.

rang national<sup>6</sup> (3<sup>ème</sup> département de la région Rhône-Alpes) et au premier rang des départements non montagnards (Ministère des Sports et *al.*, 2008) ;

5. le million de visiteurs annuels des Gorges de l'Ardèche (Bachimon, 1995), dont les 200 000 environ en canoë-kayak et au départ de Vallon-Pont-d'Arc, représentent une demande potentielle et une ressource essentielle à la constitution du marché des sports de nature (Mao, Mary, 1994).

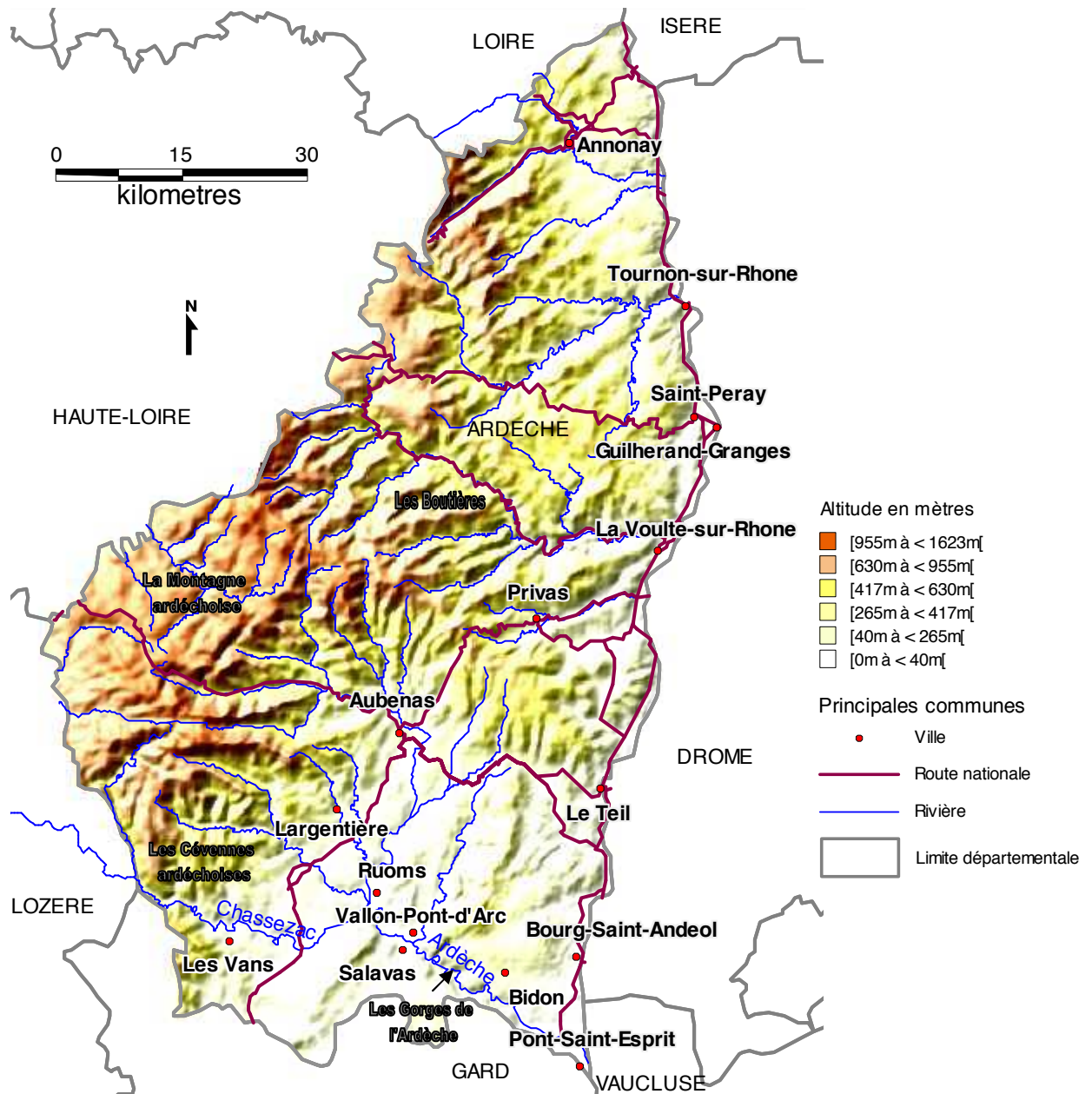
L'Ardèche comptait 313 578 habitants en 2008 (R.G.P. 2008 de l'I.N.S.E.E.) pour une superficie de 5 529 km<sup>2</sup> (soit une densité spatiale d'environ 57 hab/km<sup>2</sup>, la plus faible de la Région Rhône-Alpes). Sa densité spatiale a augmenté de 10 habitants par km<sup>2</sup> entre 1999 et 2009 quand la région elle en gagnait 13 en moyenne. Cette évolution représente 28 657 nouveaux habitants en Ardèche ces 10 dernières années. Ce département se repeuple donc progressivement, sous l'effet de migrations liées aux mutations fonctionnelles et économiques de ce territoire (Cognard, 2001). L'émergence dans le même temps d'une économie des sports de nature semble donc indiquer un lien entre ces dynamiques.

Enfin, l'Ardèche est un département aux reliefs particulièrement marqués et aux ensembles topographiques bien délimités. Il s'agit d'un territoire doté d'une région de moyenne montagne, d'un ensemble de vallées et de collines dont seule une faible proportion ne possède qu'un relief relativement plat (ne dépassant que de peu les 40 mètres d'altitude). La carte 1 illustre la morphologie de l'Ardèche et la localisation de ses grands ensembles. La partie la plus haute débute à une vingtaine de kilomètres à l'est d'Aubenas, dont les points les plus hauts culminent à plus de 1 600 m d'altitude (Mont Mézenc). La région "basse" s'étire au sud, d'Aubenas à Pont-Saint-Esprit et se structure essentiellement autour de la basse vallée de la rivière Ardèche.

---

<sup>6</sup> La population de l'Ardèche est au 70<sup>ème</sup> rang national (source : recensement général de la population – RGP – 2008 de l'I.N.S.E.E.).

**Carte 1 : Relief, voies de communication et principaux ensembles topographiques du département de l'Ardèche en 2010**



Source : I.G.N., 2001  
Réalisation : Langenbach, 2012

Les voies de communication internes au département sont peu nombreuses et peu structurantes. Si l'axe rhodanien est bien desservi puisque, outre les nationales bordant de chaque côté (ardéchois et drômois) le fleuve Rhône, on y trouve l'autoroute A7, il n'existe qu'un seul axe orienté du nord-est vers le sud-ouest traversant partiellement le département entre la vallée du Rhône (La Voulte-sur-Rhône), Privas, Aubenas qui débouche dans le Gard, département limitrophe au sud. Ce territoire paraît donc enclavé et peu propice au

développement de secteurs industriels nécessitant des échanges et des axes de transport importants. Il existe cependant quelques axes transversaux, des pénétrantes permettant de rejoindre, à l'ouest de l'Ardèche, le département de la Haute-Loire. Ces dernières permettent aux flux routiers de traverser le département entre la vallée du Rhône et les départements auvergnats en irriguant des zones particulièrement enclavées de l'Ardèche. Le relief escarpé, vallonné et montagneux du département construit un "amphithéâtre" au sud du département autour du bassin versant de l'Ardèche, mais il construit aussi un territoire naturel formé d'un réseau complexe de vallées encaissées et entaillées de cours d'eau de type cévenol (Duval, 2006). Cette accessibilité difficile est un facteur de polarisation de l'économie touristique et des formes de récréation avec lesquelles elle interagit. En effet, la distance est en mesure de revêtir un caractère particulièrement limitant des échanges, des interactions (coûts liés à la distance, congestion routière) entre les opérateurs de l'économie touristique en Ardèche.

Morphologiquement, l'Ardèche appartient, dans sa plus grande partie, au socle ancien du Massif Central, et, dans le quart sud-est de son territoire, « à la couverture sédimentaire calcaire de ce socle » (Guibourdenche, Marcou, 1997). Cette configuration topographique offre une diversité de situations environnementales favorables, au premier abord, au développement des sites sportifs de nature. Les reliefs calcaires, karstiques sont ainsi favorables à la pratique de la spéléologie, de l'escalade, tandis que la diversité des écosystèmes et des paysages est favorable aux activités sportives terrestres telles que la randonnée pédestre ou le vélo tout terrain (V.T.T.). Ces espaces naturels sont en mesure de constituer des facteurs d'attractivité et de compétitivité des sports de nature en Ardèche.

Ce travail s'inscrit aussi dans la continuité des travaux menés localement par une équipe de recherche<sup>7</sup> ayant pour objet commun la récréation et ses effets sur les nouvelles formes de développement des milieux ruraux. La structure d'accueil de cette recherche, le Cermosem est un partenaire privilégié de la collectivité départementale dans l'observation des sports de nature, et de leurs impacts sur son territoire. Elle a été associée depuis l'origine à la conception puis à la mise en place des politiques de développement local liées à ce secteur. Cette structure a ainsi collecté une grande quantité de données sur les sports de nature en Ardèche et y bénéficie depuis le début des années 2000 d'une place d'observateur auprès du système local des sports de nature.

---

<sup>7</sup> Le Groupe Culture, Innovation, Territoire (C.I.T.) de l'U.M.R. PACTE/Territoire



La compréhension des mécanismes qui contribuent à animer la dynamique spécifique à l'Ardèche est de nature à éclairer les modalités d'activation des ressources locales matérielles et/ou immatérielles, latentes ou connues. Ainsi, il est possible d'envisager des formes de transposition dans d'autres contextes territoriaux et plus particulièrement de contribuer à l'observation du développement local des milieux ruraux. Tout cela justifie que l'on se dote d'instruments conceptuels pour aborder les questions soulevées précédemment.

### **Problématique et hypothèses**

Les sports de nature sont des activités qui ont progressivement émergé durant le XX<sup>ème</sup> siècle en s'implantant localement de manière irrégulière, suivant des logiques propres à ses pratiquants ou à des ressources naturelles sportives (Lejeune, 1974). Ces activités étaient portées par des valeurs non marchandes où le principe fondateur se situait globalement dans la recherche d'une altérité environnementale et récréative. Les sports de nature originels étaient ainsi peu ancrés territorialement et les pratiquants pas nécessairement résidents.

Ces sports furent donc originellement des activités sociales qui se développèrent dans les espaces naturels et ruraux sans ressentir le besoin de se structurer.

Dès lors, ces activités libres, autonomes, ont fait émerger à partir de la fin des années 1990 des enjeux de fréquentation puis de gestion des espaces naturels (Montagnes Méditerranéennes, 2000). En effet, les sports de nature utilisent des espaces naturels sportifs localisés dans les milieux ruraux et montagnards et leurs premiers impacts sur les économies (Bourdeau, Rotillon, 1995), sur l'environnement naturel (Vignal, 1999 ; Vachée, 2000) ou sur les sociétés locales (Mao, 2003) ont émergé dans le même mouvement.

Ces premiers effets des sports de nature ont constitué, d'une part, des enjeux à intégrer dans l'aménagement du territoire en milieu rural et d'autre part des objets de travaux d'observation. Si le champ des sports de nature n'était pas particulièrement structuré, ses acteurs y agissant principalement dans une logique sportive, il a néanmoins fait l'objet de recherches de règles ou de modèles sociaux et spatiaux (Bourdeau, 1991 ; Corneloup, 2002 ; Mao, 2003). Ces recherches ont ainsi permis de préciser les caractéristiques sociospatiales des sports de nature.

Plus récemment, la démocratisation (Mermet, 2008), l'essor d'une société de consommation (Baudrillard, 1970) et la touristification des loisirs (Pigeassou, 1997) ont

généralisé la mise en marché du champ des sports de nature. Cette dynamique correspond au développement des sports de nature à destination d'un plus large public mobilisant massivement l'encadrement sportif. Elle s'appuie aussi sur l'attrance grandissante pour des matériels sportifs innovants et l'inclusion des activités sportives de nature dans des produits touristiques. Ainsi, cette marchandisation structure commercialement de plus en plus le champ sportif. Dès lors, la mise en tourisme des sports de nature et le recours à des prestations d'encadrement sportif sont devenus des leviers de l'ancrage des sports de nature dans des territoires de pratique ou des territoires touristiques. Cet ancrage s'exprimant à la fois par des effets territoriaux et par des effets liés aux territoires.

Toutefois, les effets de la mise en marché des sports de nature sur les territoires demeurent flous (Mao, Langenbach, 2006). Ces activités et la fréquentation des sites sportifs qu'elles induisent se développent suivant une forte diffusion spatiale. Cette logique contribue à rendre difficile la lecture géographique de leur marché. En outre, les sports de nature émergent structurellement de la société par des processus d'innovation, d'hybridation ou de segmentation des pratiques sportives (Bourdeau et al., 2006) et leurs formes se renouvellent alors rapidement. Les sports de nature sont des activités saisonnières et leurs entrepreneurs sont mobiles professionnellement. Adossés à une culture de la dissimulation économique, ces cadres spatiaux et temporels du marché de l'encadrement en compliquent l'analyse économétrique. Enfin, les méthodes d'analyse de ce type sont particulièrement inopérantes pour évaluer de manière pertinente l'économie générée par les sports de nature en milieu rural (Mao, Langenbach, 2006).

Les acteurs des territoires ruraux cherchent à évaluer les effets de la mise en marché des sports de nature sur leur territoire. Ces acteurs font le constat que le marché des sports de nature a des impacts structurels sur les économies locales et les économies touristiques dans les territoires ruraux. L'enjeu de ce travail est donc de le préciser, mais aussi d'identifier en retour ce qui est imputable au territoire (principe de rétroaction). Cette thèse s'attache donc à étudier au travers des sports de nature, le lien entre espace et système économique. Son intérêt principal réside dans le fait de travailler sur un champ économique émergent, flottant et labile, susceptible d'éclairer cette interrogation fondamentale à partir d'un objet nouveau pour la géographie économique.

La problématique qui sera développée dans cette recherche est celle-ci :

***Comment le marché du tourisme sportif de nature interagit-il avec les territoires ruraux ?***

Il s'agira de questionner le développement de ce marché en parallèle, ou à la marge des territoires touristiques et de leur économie en tenant pleinement compte de la complexité systémique et territoriale des loisirs sportifs de nature.

Quatre hypothèses seront distinguées pour répondre à la problématique :

***1. les professionnels de l'encadrement sportif sont les principaux opérateurs de l'ancrage territorial du marché des sports de nature.***

Les professionnels de l'encadrement sont les opérateurs du marché les plus présents localement, en milieu rural non industriel. De plus, ils sont originellement des pratiquants, généralement porteurs des valeurs principales des sports de nature, sur lesquelles ils se basent ensuite pour mettre en marché leurs activités. Dès lors, ils impliquent un ancrage territorial de l'offre marchande des sports de nature. Les logiques de localisation des entrepreneurs de l'encadrement sportif forment des pôles spécifiques suivant une dynamique spatiale conjoncturelle entre les facteurs touristiques, environnementaux et sociaux.

***2. cet ancrage crée une structuration locale qui renforce les effets économiques de ces activités sur les territoires ruraux.***

Le marché des sports de nature fonctionne comme un système économique ancré, dont la structuration est influencée par des cadres productifs, sociaux et administratifs. Le système territorial encadre les effets de ce marché sur les espaces ruraux. Cette structuration et l'ancrage territorial fournissent donc des avantages aux entrepreneurs qui se localisent de manière à intervenir dans le marché des sports de nature. Ceux-ci justifient leur positionnement au sein du marché, suivant les logiques spatiales mises en évidence au préalable lors d'une analyse de cartographie thématique. Ainsi, il est possible d'identifier, en profitant des entretiens avec les entrepreneurs, un système économique et sportif de nature local qui modélise les interactions du système des acteurs du marché des sports de nature avec les espaces ruraux.

***3. les sports de nature contribuent significativement aux activités touristiques et à la structuration spatiale des territoires ruraux et montagnards.***

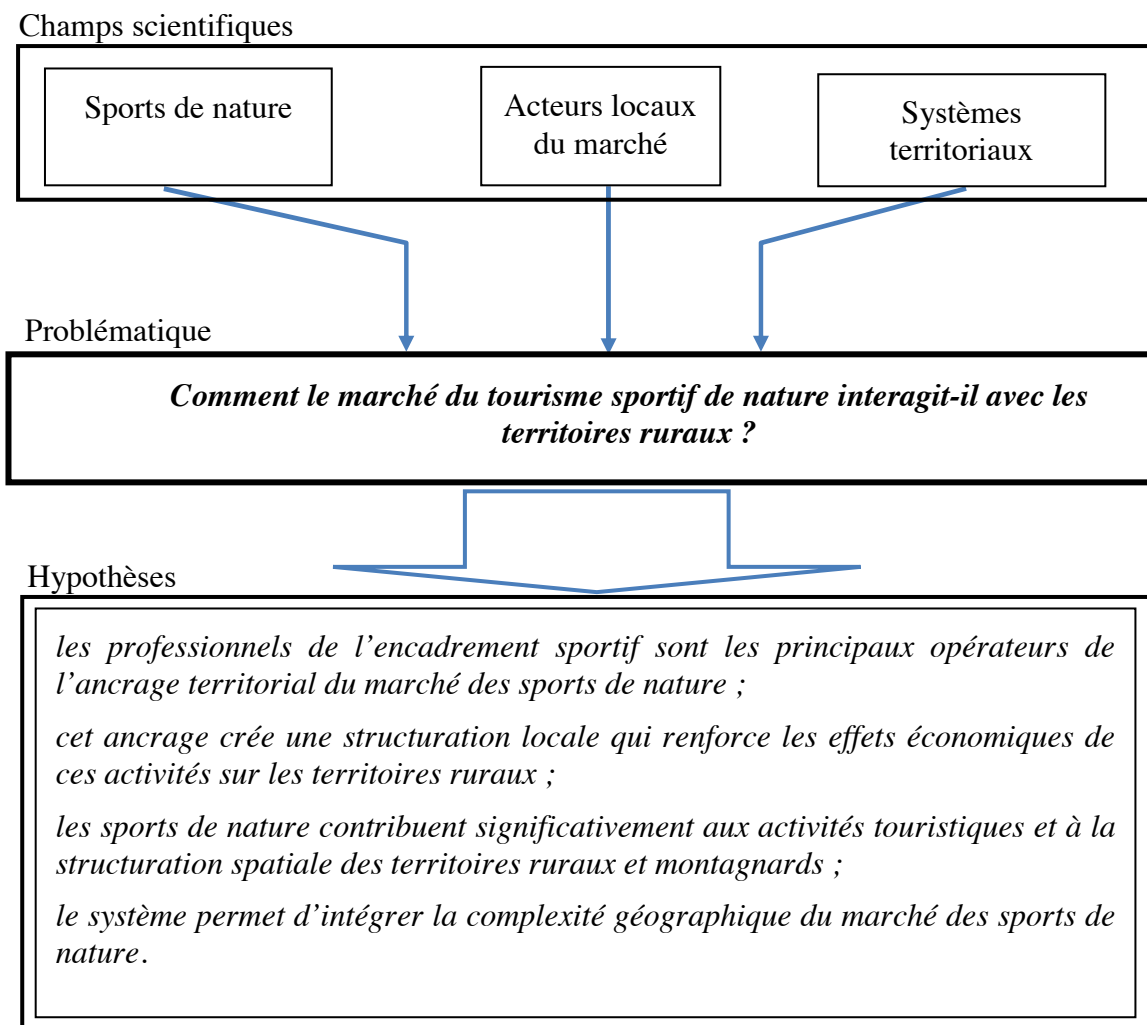
Les sports de nature sont d'une part des services touristiques et d'autre part le tourisme est vecteur d'une demande de services qui constitue une aménité sportive de nature. Dès lors, comme le tourisme participe au renouveau récréatif des territoires ruraux, les sports de nature participent de manière différenciée à la constitution d'un tourisme sportif de nature en territoire rural.

**4. le système permet d'intégrer la complexité géographique du marché des sports de nature.**

Le marché des sports de nature se compose de transactions économiques entre des acteurs ancrés dans des territoires à très forte dimension touristique. Les formes des activités sportives commercialisées, qui le composent, se renouvellent sans cesse. Ce marché est complexe et il s'accorde donc d'un recours à la méthodologie du système. Cette approche et ses outils vont alors lui permettre d'agrèger des informations géographiques au sein d'un système d'information territorial.

L'architecture de cette recherche se présente de la manière suivante :

**Figure 1 : Schéma synoptique de présentation de la démarche de recherche**



Source : Langenbach, 2012

## Méthodes

Cette analyse territoriale du marché du tourisme sportif de nature en Ardèche est réalisée à travers l'utilisation de trois méthodes distinctes.

La première méthode s'appuie sur une analyse thématique, cartographique et quantitative portant exclusivement sur l'espace et le marché du tourisme sportif de nature en Ardèche. Les bases de données utilisées ont été constituées tout au long de cette thèse et ont permis de mettre à jour les informations spatiales déjà présentes au Cermosem sur les sports de nature. On retiendra les bases de données suivantes :

- **ministérielles ou institutionnelles** : une première base recensant l'ensemble des professionnels des sports de nature déclarés en Ardèche (et en France), leurs qualifications précises et leur localisation. Elle est une refonte d'une première enquête effectuée en 2005 et fait suite à une instruction du 8 mai 2008 du Ministère des Sports visant à mieux connaître les trajectoires professionnelles, les formations et les activités des éducateurs déclarés possédant au moins un diplôme dans ce champ. La liste des diplômes y est théoriquement exhaustive, tandis qu'elle a donné lieu à un nettoyage des doublons depuis la première version. Cette liste contient les adresses et les données concernant les qualifications de chacun des encadrants dans les sports de nature en France dont la déclaration est valide (déclaration effectuée depuis le 1er janvier 2002).

Une seconde base, le Recensement des Equipements Sportifs (R.E.S.), permet de géolocaliser tous les espaces sportifs de nature en France et plus précisément encore ceux du département de l'Ardèche en fonction des sports qui y sont pratiqués. La géolocalisation précise des espaces sportifs ardéchois a été effectuée dans le cadre d'un contrat en partenariat avec la Direction Départementale de la Jeunesse et des Sports de l'Ardèche. Le R.E.S. s'inscrit dans la mise en œuvre des Etats Généraux du Sport (8 décembre 2002) et des recommandations faites au premier ministre dans un rapport du sénateur Pierre Martin<sup>8</sup>. La démarche de recensement, lancée en août 2004, est participative et réalisée par des experts issus des services du Ministère des Sports, du mouvement sportif et des collectivités territoriales. Cette base fait l'inventaire des 334 000 équipements sportifs, espaces et sites de pratiques sur le territoire national, dont les caractéristiques principales sont décrites au moyen d'une cinquantaine de variables. Il

---

<sup>8</sup> « Une méthode pour un recensement des équipements sportifs au niveau national - conditions d'engagements d'actualisation et d'usage » remis en octobre 2003 au Premier ministre, par le Sénateur Pierre Martin

permet donc d'obtenir une représentation des équipements donnant un premier niveau de caractéristiques techniques et de caractéristiques d'usage par la description des types d'activités sportives pratiquées et praticables, le niveau de compétition ainsi que le niveau de classement fédéral attribué à l'équipement par la fédération délégataire. Les sites sportifs de nature y figurent au même titre que les autres équipements sportifs ;

- **syndicales** : une liste de tous les professionnels adhérents à chacun des syndicats de professionnels des sports de nature implantés en Ardèche réalisée par un travail personnel d'enquête auprès de ces structures ;
- **commerciales** : sur les caractéristiques commerciales d'un échantillon de 140 prestations commercialisées par des entrepreneurs des sports de nature implantés en Ardèche (prix et durée des prestations, type d'activité pratiquée, site sportif utilisé). Ce corpus a été constitué par un travail d'enquête portant sur les supports de communication (plaquettes ou sites Internet) produits par les entrepreneurs des sports de nature en Ardèche ou leurs structures et récoltées auprès des offices du tourisme du département ou directement auprès des entrepreneurs.

La seconde est la réalisation d'entretiens semi-directifs auprès des acteurs et des entrepreneurs principaux du marché des sports de nature en Ardèche, portant sur la constitution d'un système ancré localement. Cette seconde méthode a pour objectif de permettre d'affiner les tendances observées quantitativement au travers de la première méthode, puis de modéliser un système territorial.

Cette méthode s'appuie principalement sur une série de 17 entretiens semi-directifs auprès des entrepreneurs de l'encadrement des sports de nature en Ardèche, implantés localement, au sein d'un réseau de producteurs (entrepreneurs syndiqués, présents sur Internet en associant son activité à l'Ardèche) et présents de manière permanente sur le territoire. Ceux-ci ont été d'abord conduits de manière exploratoire, afin de déterminer les logiques spatiales de l'économie et du marché des sports de nature en Ardèche. Puis ils ont permis d'analyser les positions des acteurs de la mise en marché des sports de nature les uns par rapport aux autres, vis-à-vis de l'économie touristique locale. Ces entretiens ont aussi porté sur leur degré d'interrelation et la territorialisation dont font preuve ces entrepreneurs au travers de leurs activités marchandes. Enfin, ces entretiens ont aussi cherché à prendre connaissance de la position des entrepreneurs des sports de nature vis-à-vis de la procédure de gestion maîtrisée des sports de nature mise en place en Ardèche et des modifications qu'elle a potentiellement pu apporter à la commercialisation.

Ces entretiens semi-directifs ont reposé sur le mode de la pratique sociologique de l'entretien compréhensif. Un guide d'entretien a été suivi face à l'ensemble des entrepreneurs interrogés<sup>9</sup>. Le discours de chaque acteur ayant fait l'objet d'un entretien a été analysé par confrontation avec celui des autres acteurs, mais également utilisé en cours d'entretien pour relancer l'interlocuteur sur des affirmations jugées essentielles, voire contradictoires. Ces entretiens ont été intégrés à une grille d'entretiens pour en analyser les résultats et en retirer les principales convergences et divergences. Celle-ci est reproduite en annexe de ce travail (cf. annexe 11).

A ce matériau original, s'ajoute une seconde série d'entretiens exploratoires, ne portant que de manière secondaire sur l'économie des sports de nature, réalisés en parallèle de cette thèse et exploitée de manière complémentaire. Ceux-ci, exploités ici pour mieux comprendre le fonctionnement institutionnel de l'économie des sports de nature en Ardèche, ont été réalisés auprès des membres de la Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires sportifs de nature (C.D.E.S.I.) de l'Ardèche dans le cadre du volet externe de l'évaluation du Schéma Départemental de Développement Maîtrisé des Loisirs Sportifs de Nature de l'Ardèche<sup>10</sup>. Ces entretiens portaient sur l'efficacité de la C.D.E.S.I., sur l'intégration des politiques propres à ses membres à la procédure, sur sa construction interne et celle du Schéma départemental. Ils ont été synthétisés, mis en perspective avec une analyse du fonctionnement interne à la collectivité départementale, puis intégrés à un rapport remis au Conseil Général par l'équipe du Cermosem. L'utilisation complémentaire qui en sera faite ici, a principalement permis de positionner les acteurs institutionnels de la C.D.E.S.I. de l'Ardèche face aux entrepreneurs de l'encadrement dans les sports de nature.

La troisième méthode est constituée d'une analyse documentaire, consacrée, d'une part, à l'étude des documents sur les modalités de la fréquentation touristique en Ardèche, par le Comité Départemental du Tourisme (enquêtes d'image, études de fréquentation, positionnements commerciaux), et aux caractéristiques propres aux sports de nature qui y sont présentées. Par ailleurs, elle a permis d'analyser le contenu des documents officiels de communication touristique des Comités Départementaux du Tourisme français et d'y observer la place consacrée aux sports de nature. Cette enquête a été réalisée dans le cadre originel

---

<sup>9</sup> Le guide d'entretiens et la méthode utilisée pour l'exploiter sont détaillés dans l'encadré méthodologique n°2 présent en introduction de la partie 2 (p. 124)

<sup>10</sup> Mao P., ss la dir. de, 2009, *Evaluation du Schéma Départemental de Développement Maîtrisé des Loisirs Sportifs de Nature – Conseil Général de l'Ardèche – 2006/2009*, Conseil Général de l'Ardèche, Cermosem, Privas, 82 pages

d'une publication collective sur un diagnostic des modes d'activation de la ressource territoriale sportive de nature en France (Mao et *al.*, 2009).

Le choix de ces outils a été dicté par la nature des données recherchées (position et rôle au sein du système économique et sportif ardéchois) ainsi que par l'absence, ou la grande difficulté d'obtention, d'informations homogènes sur un groupe social hétérogène : les pratiquants/consommateurs et les entrepreneurs des sports de nature. Ils ont ainsi permis à la fois de construire et de modéliser un système économique sportif de nature localisé en Ardèche puis de représenter les effets de ce marché sur le territoire, mais aussi du territoire sur le marché. Enfin, cette conceptualisation du système économique des sports de nature en territoire rural constituera l'apport final de cette recherche.

### **Plan**

Cette thèse s'organise en trois parties, chacune apportant une étape supplémentaire à la compréhension du système économique et sportif de nature localisé.

Basé sur l'exemple de l'Ardèche, ce travail se conçoit structurellement comme une montée en complexité (Balandier, 1991) des facteurs territoriaux de développement du marché des sports de nature. Chacune des parties et chacun des chapitres de cet ouvrage se conçoivent comme des étapes successives et systématiquement complémentaires de l'analyse des effets territoriaux de ce marché, ainsi que des effets du territoire sur cet objet.

La première partie a pour objectif de présenter le marché des sports de nature au travers de l'émergence de l'économie au sein de ces activités récréatives et son positionnement théorique. La seconde a pour objectif d'éclairer spatialement la constitution de ce marché, d'un ensemble coordonné de producteurs, de consommateurs et de lieux de pratique suivant l'exemple du département rural de l'Ardèche. Cette partie introduit théoriquement l'espace puis le territoire dans les sports de nature. A chaque fois elle y confronte une analyse de l'exemple retenu au travers des méthodes présentées précédemment. En premier lieu, elle se base sur une cartographie thématique appuyée par des indicateurs statistiques et des éléments issus des entretiens avec les entrepreneurs et, en second lieu, une analyse de la ressource territoriale sportive de nature. Dans la troisième partie ce sont les interactions entre le système des acteurs économiques et le système de l'espace géographique du marché des sports de nature qui sont modélisées, en utilisant là aussi l'exemple de l'Ardèche. Dans ce cadre, l'exploitation des entretiens permet d'aboutir à la modélisation de ce que le territoire rural ardéchois fournit comme avantage aux entrepreneurs intégrés à ce



marché en matière d'ancrage et d'organisation productive. Ces trois parties se détaillent de la manière suivante.

**La première partie** propose d'aborder le champ de l'économie des sports de nature en introduisant, puis en définissant distinctement les sports de nature, leurs modalités de mise en marché et les acteurs qui y contribuent. Découpée en trois chapitres, cette partie constitue dans un premier temps une approche géographique et bibliographique des sports de nature et de leur économie. Dans un second temps, elle aborde le processus de marchandisation de ces activités et présente les volumes économiques de ce secteur. Dans le troisième chapitre, cette partie présente les acteurs du marché des sports de nature, leurs rôles, puis elle introduit leurs logiques sociospatiales en France ainsi que la composition d'une filière touristique et sportive en territoire rural : celle de l'Ardèche.

**La seconde partie** de cet ouvrage propose une approche géographique des espaces et de l'économie touristique des sports de nature.

Son premier chapitre (chapitre quatre) se développe d'abord autour d'une analyse cartographique de la répartition des sites sportifs de nature suivant, d'une part, une logique non-marchande, et d'autre part, une logique marchande où les liens géographiques entre les sites sportifs et les lieux de l'économie touristique seront analysés. Ce chapitre présente le concept de site sportif de nature avant d'aborder leurs répartitions spatiales à l'échelle de la France puis de l'Ardèche. Le propos se fixe ensuite, lors de l'analyse des logiques présentées précédemment, sur l'exemple du département rural et touristique de l'Ardèche.

Le chapitre suivant (chapitre cinq), fera progresser cette analyse des logiques spatiales d'implantation du marché des sports de nature amorcée par la répartition des sites de pratique, en détaillant les logiques spatiales de répartition des entrepreneurs de l'encadrement commercial. Ces logiques le seront suivant leurs relations avec les espaces sportifs de nature (comme des lieux de pratique personnelle pour les professionnels et des ressources naturelles pour leurs activités), les lieux d'implantation des hébergements touristiques (pour y développer leurs offres comme des services touristiques), la population locale (suivant une logique de service à la population).

Ces deux chapitres mettront en évidence l'importance de ces facteurs dans les logiques spatiales des espaces, des sites sportifs de nature puis des entrepreneurs de l'encadrement en fonction des familles d'activités.

Le sixième chapitre constitue un prolongement de cette réflexion, en développant les liens spatiaux présentés précédemment, avec les outils de la géographie économique, dans un

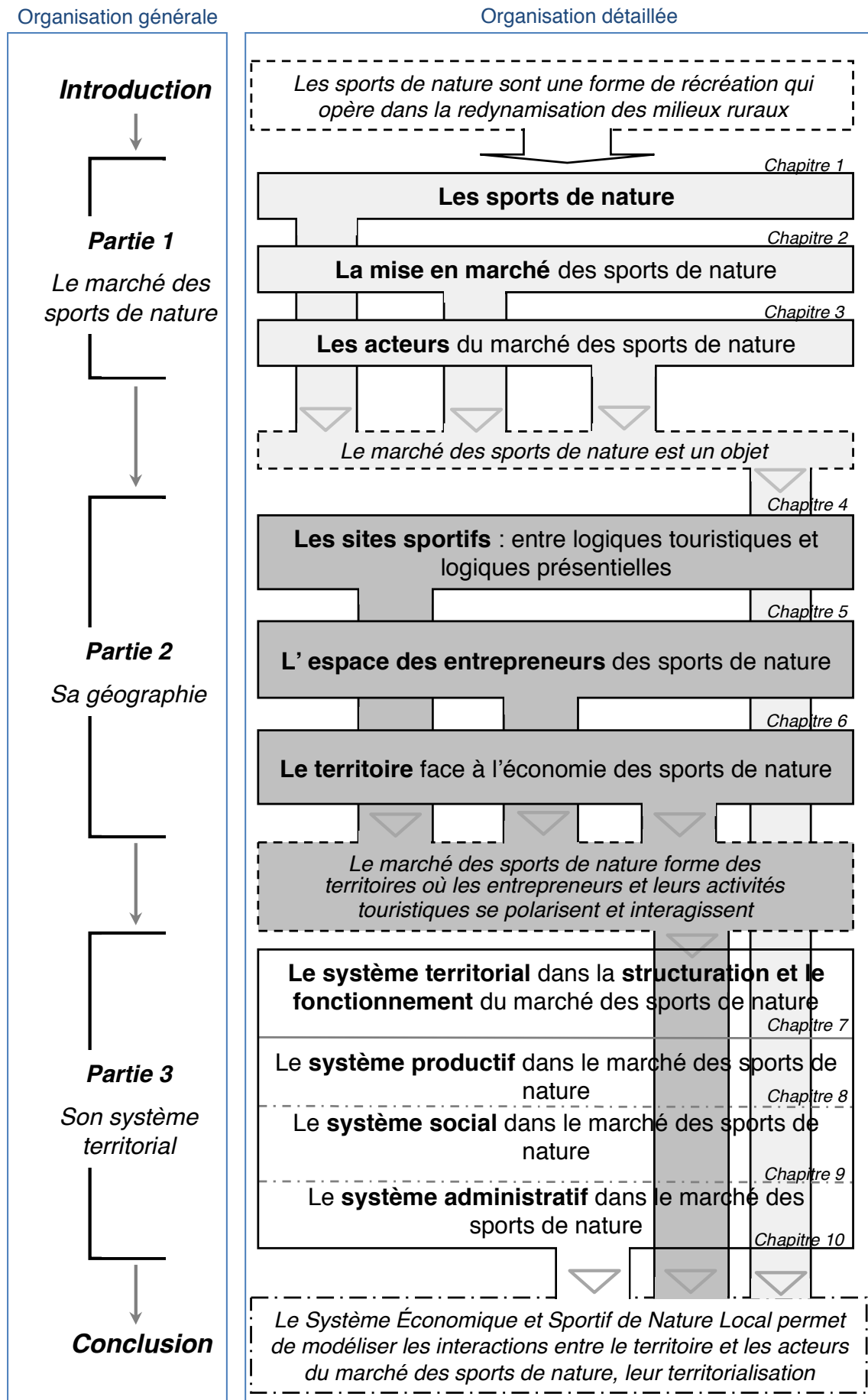
premier temps, et de l'économie territoriale dans un second temps. L'espace sera ici un facteur de différenciation, au sein de l'économie des sports de nature, puis d'ancrage des entrepreneurs. Cette notion sera le pivot vers une analyse territoriale de cette économie. Cette approche s'appuiera sur les modes de constitution de la ressource territoriale sportive de nature en Ardèche, au travers des interactions entre ses actifs territoriaux.

**La troisième et dernière partie** sera une analyse du fonctionnement de l'économie du tourisme sportif de nature à l'intérieur du département de l'Ardèche, en s'appuyant sur les théories du système et de la complexité. Après une introduction du système et de la complexité face à une approche géographique du marché des sports de nature dans le chapitre sept, le huitième chapitre comportera une analyse de la place des systèmes productifs dans la structuration du marché des sports de nature en Ardèche. Cette forme de structuration systémique est vectrice d'une forme de proximité entre ses acteurs qu'il conviendra d'explicitier et d'illustrer. Le neuvième chapitre permettra d'introduire les éléments structurants liés aux interactions sociales entre les professionnels des sports de nature en Ardèche. Ces derniers sont eux aussi responsables d'une partie de la structuration en système de ce marché en territoire rural. Puis le dernier chapitre présentera l'influence du système administratif et politique sur le marché des sports de nature en Ardèche. Dans ce cadre, c'est l'instance locale de gestion concertée des sports de nature mise en place par le Conseil Général qui sera considérée comme le moteur de cette forme de structuration, caractérisée par une proximité inhérente.

Enfin, la **conclusion générale** nous permettra d'établir les fondations du concept de "système économique sportif de nature localisé" de l'Ardèche, qui relie les systèmes des acteurs et de l'espace géographique. Celui-ci validera la modélisation des effets respectifs et bidirectionnels en Ardèche de l'espace et des acteurs du marché des sports de nature. Ces deux sous-systèmes interagissant coconstruisent la compétitivité et l'attractivité économique des sports de nature dans le milieu rural ardéchois.

Cette thèse s'organise de manière à avancer suivant une montée en complexité où chaque chapitre propose un élément supplémentaire de la compréhension globale du fonctionnement du système économique sportif de nature localisé. Le schéma suivant illustre ce cheminement intellectuel.

Figure 2 : Organisation générale et détaillée de la thèse



Source et réalisation : Langenbach, 2012



**Partie 1. Vers une mise en marché des sports de nature**

Cette première partie a pour objectif global de donner un cadre à la réflexion, en présentant le champ des sports de nature, puis en détaillant l'émergence de leur marchandisation ainsi que les acteurs de cette "nouvelle" économie. Cette réflexion est ancrée dans le champ disciplinaire de la géographie et présente une nouvelle forme de récréation dans les territoires ruraux et son économie.

L'économie des sports de nature représente un enjeu économique majeur pour ces territoires. Si les sports de nature ont été abordés et définis (voire redéfinis) à plusieurs reprises en sciences sociales, leur économie n'a, jusqu'alors, pas été abordée en géographie. Il s'agit d'activités complexes, par leurs formes, par leurs influences récréatives et par les milieux naturels qu'elles valorisent.

Ainsi, le premier chapitre positionne les pratiques sportives de nature au sein de cette complexité et y introduit une dimension marchande. Les sports de nature ne sont pas des activités fondamentalement commerciales, et le processus d'émergence de leur économie, leur marché, a produit des spécificités structurelles.

Le second chapitre développe leur mise en marché. En outre, il détaille la composition et le fonctionnement des marchés des sports de nature, en s'attachant à une lecture mise en perspective avec les caractéristiques économiques des territoires ruraux.

Le troisième chapitre est, quant à lui, à une présentation globale des acteurs, privés et publics, de l'économie des sports de nature. Il s'agit dans cette section de détailler le fonctionnement et la composition de l'économie des sports de nature en territoire rural. L'accent y est mis sur la filière professionnelle de l'encadrement marchand dans les sports de nature, qui constitue le principal ensemble d'entrepreneurs de ces activités au sein des territoires ruraux.

Cette première partie s'organise donc autour d'une mise en évidence de la place centrale qu'occupent les entrepreneurs de l'encadrement dans les sports de nature, dans les économies rurales liées au tourisme. Ils sont des acteurs particulièrement actifs au sein des territoires ruraux (dans le champ du sport ou de l'entrepreneuriat) et ils y constituent la principale filière sportive de nature : celle des services d'encadrement sportif.



## **Chapitre 1. La notion de sports de nature : de la pratique à l'activité économique**

Les sports de nature sont des activités humaines impliquant un engagement physique au sein d'un environnement naturel. Ainsi, la notion de "sports de nature" recouvre des réalités multiples et complexes dont les caractéristiques fondamentales sont définies par plusieurs champs thématiques et sont fortement liées à la notion de tourisme. Mais, les sports de nature sont également inscrits dans des pratiques ludiques quotidiennes et, à cet égard, intègrent le champ des activités à caractère résidentiel (Viard, Rollin, 2006). Les sports de nature en tant qu'objet géographique et économique se définissent donc par le croisement entre les propriétés d'objets proches : le tourisme, l'économie résidentielle, les sports, les loisirs.

Dans ce cadre, ils font fondamentalement l'objet d'une opposition socioéconomique interne entre deux modes de pratique : l'un libre ou autonome et l'autre encadré. Cette distinction est essentielle pour des activités pratiquées en territoire rural où l'offre d'encadrement est la principale source de consommation marchande locale directement imputable aux sports de nature. Dans les deux modes, les consommations effectuées dans l'optique de pratiquer des sports de nature (Massiera, 2003) sont en partie similaires (matériel sportif), mais diffèrent par le recours à des professionnels de l'encadrement sportif. Ce sont ces prestations de services, touristiques et sportives, qui semblent structurer les économies sportives de nature locales des espaces touristiques et ruraux (Paget, 2007).

Ce chapitre mettra en perspective les sports de nature avec le loisir, le tourisme et le sport. Ceci dans le but de décrire le rôle de la nature puis l'émergence de l'économie dans cette forme de récréation que sont les sports de nature.



### **1.1. Le développement récent des activités de sports de nature : de la récréation à la récréation de territoires**

Les recherches universitaires portant sur les sports de nature sont récentes. La première thèse de doctorat de sciences sociales sur ce sujet date de 1974 (Lejeune, 1974), peu après les travaux de Dumazedier (1968) sur l'inclusion des loisirs dans la société. Ce dernier analysait les premières mutations de la société industrielle liées aux congés payés et aux « temps non travaillés » (Dumazedier, 1968). Par la suite Ch. Pociello (1981) mena des travaux au sein des sciences sociales sur des "loisirs sportifs de nature" ou sur des "activités physiques de pleine nature". Ils portent alors sur l'alpinisme et les pratiques sportives de haute montagne (Lejeune, 1974 ; Bourdeau, 1991, Tetet, 1991). Historiquement, l'alpinisme est la première forme de sports dans la nature. En effet, il comporte toutes les dimensions de la récréation en milieu naturel présentes dans les loisirs sportifs de nature (Hoibian, 2003).

Une seconde ascendance est matérialisée par le "Grand Tour" des jeunes aristocrates anglais dans les Alpes (Towner, 1985) et leur utilisation de l'alpinisme comme prétexte à un tourisme naissant. Les sports de nature contribuent au tourisme avec qui ils partagent les dimensions compensatoires et hors temps domestique. Dès lors, l'aspect sportif participe aux activités très présentes dans celles dites de loisir, en réponse à des besoins hygiénistes, sociaux ou libérateurs (Mermet, 2008).

Enfin une référence thématique complémentaire peut être effectuée avec l'ensemble des activités « récréatives résidentielles » (Viard, Rollin, 2006). Ces activités représentent l'ensemble des pratiques ludiques modifiant l'attractivité résidentielle des espaces ruraux ou périurbains en y développant des loisirs sportifs valorisant des ressources locales naturelles et culturelles.

La notion de récréation peut se définir comme le fait de se délasser de se reposer en recourant à un ou des divertissements ou à une pause dans une période d'activité. Elle est englobée par celle de loisirs, dont elle intègre la dimension compensatoire face aux situations de travail. Les sports de nature constituent désormais une filière professionnelle (Corneloup, 2005). Ils peuvent donc recréer des situations quotidiennes de travail nécessitant à leur tour des loisirs. La récréation peut alors devenir une récréation professionnelle (Bourdeau, 2003). Chacune des influences thématiques des sports de nature partage un ou des éléments qui la composent selon des domaines différents. Les sports de nature empruntent ainsi à la culture

du loisir (Dumazedier, 1968) ; à l'espace, à la culture et à l'économie du sport (Augustin, 2006 ; Mao, 2003 ; Pociello, 1981 ; Michon, Ohl, 1989 ; Desbordes *et al.*, 2004) ; à l'économie et aux espaces du tourisme (Pigeassou, 1997 ; Mao et al., 2009 ; Bourdeau, 2003 ; Corneloup, 2005) et ils participent à l'économie locale et résidentielle (Davezies, 2003, 2008). Enfin, ils partagent fondamentalement avec toutes ces formes d'activité des rapports à l'environnement naturel (Mounet, 2000). Les influences du champ des sports de nature sont nombreuses et contribuent toutes à la constitution d'un objet flottant, subtil, complexe.

Si la délimitation entre économies du tourisme, du loisir, du sport ou résidentielle s'efface progressivement (Mao, 2006), de nouveaux enjeux liés au développement économique des territoires ruraux et montagnards apparaissent à la frontière de ces thématiques. Il s'agit dans ce cadre et en premier lieu d'une recherche systématique de diversification saisonnière de l'offre touristique suite à la crise du marché des sports d'hiver (période 1986-1989 ; Bourdeau, 2007).

Le développement commercial des activités sportives de nature tient en second lieu d'une recherche de vecteurs de relance économique et identitaire pour les zones rurales frappées par la déprise agricole ou la disparition des industries et des artisanats traditionnels grâce à l'attraction de populations. Dans de tels contextes, la réorientation volontariste des espaces concernés vers un développement touristique-sportif de nature plus ou moins structuré apparaît comme un palliatif incontournable de leur marginalisation économique progressive.

### **1.1.1. Terminologie et qualification des sports de nature**

La terminologie scientifique produite dans le champ des loisirs sportifs de nature fournit un grand nombre d'appellations proches de ce qui sera nommé dans ce travail les sports de nature, telles que : les sports ou pratiques de plein air, de pleine nature, nouveaux loisirs sportifs (Dienot, Theiller, 1999), sports californiens (Pociello, 1981), sports extrêmes (Le Breton, 1991), sports des "années fun", pratiques "d'*outdoor*", ou bien encore de tourisme sportif (Mao, 2003 ; Bourdeau, 2003 ; Augustin, 2000 ; Plagnol, 1997 ; Lacroix, 1993).

Cet inventaire souligne toujours plus la complexité de l'objet sport de nature. Chacune de ces dénominations ressort d'une démarche analytique et disciplinaire spécifique.

On utilisera principalement dans ce travail la notion de sports de nature pour identifier l'objet central et englober méthodologiquement toutes les formes successives d'activités qui ont émergé localement. Cette dénomination représente la **définition volontairement large des sports de nature que l'on retient dans ce travail, d'un ensemble d'activités physiques et corporelles qui ont comme théâtre originel la nature.**

### **1.1.2. Une approche géoéconomique des sports de nature**

Les économistes nord-américains et britanniques de l'environnement ont mobilisé les premiers dans leurs travaux les outils de l'économie, de l'économétrie et de la géographie économique aux loisirs sportifs de nature (Rotillon, 2007). A propos de ces derniers, ils utilisent l'appellation d'*Outdoor Recreation Activities* (Hanley et al., 2003) qui englobe les différentes formes de loisirs sportifs de nature selon un critère géographique : l'extérieur en tant qu'environnement naturel. Cette dénomination s'accompagne d'une conception économique du champ des sports de nature où les activités sont composées de consommations touristiques (encadrement, location de matériels) dans la nature (Hanley et al., 2003).

Cette recherche s'inscrit dans une perspective similaire d'étude géographique des sports de nature en France, plus précisément en développant un volet géoéconomique.

Il ne s'agit donc pas de proposer une nouvelle définition des sports de nature, mais de les situer au sein d'une approche de géographie économique. Cependant, le marché du tourisme sportif de nature possède des spécificités structurelles liées aux origines des sports de nature. Celles-ci sont notamment formées par la diffusion spatiale des pratiques sportives de nature à l'opposé des agglomérations touristiques (en référence à la station touristique), par une dissimulation commerciale et par une forte diversité et un renouvellement fréquent des formes d'activités mises en marché.

Ses spécificités légitiment donc une approche de l'économie des sports de nature d'abord par leur processus de mise en marché puis par le marché en lui même.

Le marché des sports de nature est un objet géographique qui est le lieu de la rencontre entre l'offre et la demande de sports de nature. Ce dispositif peut être considéré dans un premier temps comme un « économisme » (Claval, 2005). Cette notion définit une approche impliquant que « l'économie [soit] pleinement autonome des autres aspects de la vie sociale » (Claval, 2005). L'économie est dans ce cadre focalisée sur les échanges marchands, « délaissant pour le moment l'étude du rôle et des effets des méthodes de régulation ou de

gouvernance tandis que les acteurs y ont des motivations purement égoïstes » (Rosanvallon, 1979).

Ces derniers facteurs (rationalité et stratégie des acteurs), seront introduits et analysés dans un second temps. Ainsi, les institutions et les collectivités ont commencé à structurer le fonctionnement de ce marché (Desbordes, Tribou, 2001). On verra néanmoins que des comportements non marchands jouent dans la constitution d'une économie marchande, ne serait-ce qu'en tant qu'alternative. Ainsi, l'économie locale des sports de nature en milieu rural constitue un objet complexe et à propos duquel les acteurs locaux coordonnent en partie leurs activités, les collectivités apposent un cadre et les lois du marché conditionnent les échanges productifs. Une approche territoriale est de nature à saisir cette dimension complexe comme on le verra par la suite.

## **1.2. Le loisir et les sports de nature : un désir d'altérité en commun**

La notion de loisir imprègne fortement celle de sports de nature. Avant de s'inscrire dans un mouvement ou de nécessiter des consommations, les sports de nature sont du loisir. Celui-ci concerne des pratiques qui ne sont pas toutes caractérisées par un engagement physique important. Elle constitue un cadre d'analyse des différentes formes de récréation et permet selon la définition anglo-saxonne (*recreation*) : « de se rafraîchir, de recréer et de renouveler sa santé et son esprit par le plaisir et la relaxation » (Harper & Collins, 2009)<sup>11</sup>.

Le loisir est construit par opposition, non pas au seul temps de travail, mais surtout « à l'ensemble des nécessités et obligations de la vie quotidienne » (Dumazedier, 1968). Cet auteur se démarque de ce qui faisait la norme chez les sociologues et économistes dans les années 1970, pour qui seule comptait la règle des « trois-huit », huit heures de travail, huit heures de sommeil, huit heures de loisir (Dumazedier, 1968). Dumazedier avance alors que le loisir ne serait pas uniquement délassant, mais qu'il aurait aussi une fonction sociale. Il serait pour autant fondamentalement improductif et désintéressé. Il est « l'espace [d'un] développement humain » (Marx cité par Dumazedier, 1968), rendu notamment possible par le machinisme industriel, qui a permis ce temps libre. Cet espace de développement humain est donc en mesure, en retour, d'humaniser le travail (Chéneau, 2001). Ainsi, le loisir, qui est avant tout « libération et plaisir » (Dumazedier, 1968), possède trois fonctions majeures :

---

<sup>11</sup> « refreshment of health or spirit by relaxation and enjoyment », Dictionnaire Harper & Collins, Edition 2009

- « **le délassement**, qui délivre de la fatigue. En ce sens, le loisir est réparateur des détériorations physiques ou nerveuses provoquées par les tensions qui résultent des obligations quotidiennes et notamment du travail ;
- **le divertissement** délivre de l'ennui ;
- **le développement de la personnalité**, qui délivre des automatismes de la pensée et de l'action quotidienne. [Cette fonction] permet une participation sociale plus libre et une culture désintéressée du corps, de la sensibilité, de la raison, au-delà de la formation pratique et technique ».

Le loisir possède quatre caractéristiques fondamentales qui sont toutes impliquées de la même manière dans les sports de nature et qui sont : « un caractère **libérateur, désintéressé, hédoniste et personnel** » (Dumazedier, 1968). Il correspond alors à une forme de « recherche d'une éthique de l'enchantement individuel ou collectif [...] participant à la définition des conditions et des normes de la bonne vie » (Theiller, 2007).

Les sports de nature sont donc de la récréation.

Le champ du loisir est « l'ensemble des occupations librement choisies hors du travail. Les "activités de loisir" ont pris une place considérable dans la géographie des pays développés et, pour le compte de ceux-ci, dans certains pays moins développés qui en tirent des revenus, au point que l'on évoque parfois "l'industrie des loisirs" [...]. Cela inclut le sport et les jeux, bien que le loisir soit parfois pris dans un sens plus restreint et moins actif » (Brunet, 1993). Le loisir englobe les loisirs qui peuvent prendre un très grand nombre de formes. Le tourisme est en grande partie fait de loisirs, d'activités récréatives. Mais leur champ ne se recouvre pas intégralement puisque le tourisme est plus que du loisir comme l'illustre le tourisme d'affaires.

Dès lors, les pratiques de loisir émergent continuellement de la société par différents processus de segmentation, d'hybridation, de mutation et de création (Bourdeau, 2006).

Les loisirs sportifs de nature ajoutent la notion d'inclusion dans un environnement naturel à la récréation et au loisir.

Si le détour par la "recréation" ne fait pas l'unanimité<sup>12</sup>, il permet de considérer les activités récréatives comme étant potentiellement à leur tour re-productives.

Le loisir peut prendre de plus en plus de place dans les temps hors quotidien et s'appuyer sur des véritables filières proposant des services et des biens à des publics de plus en plus sectorisés (Mermet, 2008). Ces derniers sont désormais l'objet d'études approfondies de la part de l'INSEE (2010a), où les dépenses en biens et services pour les loisirs sont parfois distinguées du tourisme. Les temps quotidiens et récréatifs sont notamment identifiés puis analysés via l'utilisation de carnet de bord par les sociologues (Coulangeon et *al.*, 2002) pour y distinguer des logiques sociales, économiques ou spatiales. Cela permet donc la définition de profils aptes à différencier les individus selon leurs caractéristiques démographiques et récréatives (Chenu, Herpin, 2002). Ainsi les loisirs se développent comme un secteur où les filières d'activités sont nombreuses et très diversifiées (sport, culture, religion, animalerie) et donnent désormais lieu à la commercialisation d'accessoires, de matériel et de services.

Ces productions sont donc à la fois dans le secteur économique dit primaire ou secondaire, pour le matériel, et surtout au sein du secteur tertiaire lorsqu'il s'agit de locations de matériels et de services commerciaux ou d'encadrement.

Les principales proximités entre loisirs et sports de nature résideraient à la fois dans leur situation interstitielle entre temps travaillés et temps domestiques et dans leur opposition aux valeurs sociales accordées au travail (pénibilité physique, contrainte spatiale et temporelle, rythme régulier). C'est bien dans leur dimension libératoire que les sports de nature se raccordent le plus efficacement au loisir, notamment en s'appuyant sur un cadre naturel ressourçant.

Enfin, la coconstruction sociale, due aux valeurs sociales et communautaires des loisirs, est un élément fondateur des sports de nature qui résulte en une récréation de systèmes de valeurs basés sur des activités non productives et uniquement régénératrices (Corneloup, 1995 ; Aubel, 2002).

La mise en marché des loisirs représente donc la marchandisation d'un secteur hédoniste.

---

<sup>12</sup> Critiques de l'utilisation de la notion de « récréation » en référence à la « récréation » par J.-M. Dewailly (2002, p. 369).

Le tourisme, au sens récréatif<sup>13</sup>, nécessite quant à lui une certaine oisiveté ludique pour s'amorcer : il est un loisir incluant la recherche d'une destination (Corbin, 1990). En le mettant en perspective avec les sports de nature, le tourisme apporte une capacité à s'affranchir des seules situations récréatives quotidiennes pour s'en éloigner spatialement puis culturellement.

Les sports de nature sont une réponse à la recherche d'altérité quotidienne ludique. Ils s'inscrivent néanmoins aussi dans des temps plus longs et des ensembles d'actions régis par les rapports entre « l'ici et l'ailleurs » (Bourdeau, 2003). Cette dimension est de nature à activer un déplacement puis des consommations à but touristique.

### ***1.3. Le tourisme et les sports de nature : produit touristique et tourisme sportif***

Les sports de nature partagent la recherche d'une expérience de l'altérité avec le loisir et le tourisme. Par ailleurs, ils motivent des déplacements touristiques (Pigeassou, 1997) et sont désormais des produits intégrés puis consommés dans des packages touristiques (Caccono, Solonandrasana, 2006).

Environ 17 % des surfaces de promotion touristique institutionnelle contenues dans les documentations touristiques officielles<sup>14</sup>, soit un peu moins d'une page sur six, utilise les sports de nature pour mobiliser les touristes et susciter leurs déplacements. Suivant cette observation, on peut considérer les sports de nature comme des aménités touristiques au même titre que le patrimoine ou que l'environnement (Perret, 2002). Ils seraient alors des aménités particulières (Perret, 2002), des facteurs de pérennisation de l'attractivité économique touristique d'un territoire. Ces activités ne sont, dans ce cas, pas préexistantes au territoire, mais sont présentes d'abord suivant un besoin, une nécessité transmise par des acteurs locaux, des pratiquants. Néanmoins, ces activités sont aussi des produits ou des services touristiques et marchands, qui peuvent entrer dans un package touristique ou susciter une consommation touristique indirecte.

Les sports de nature peuvent également être pleinement des motifs de déplacements touristiques lorsqu'ils conduisent à se déplacer pour plus de 24 heures en dehors de son

---

<sup>13</sup> Hors tourisme d'affaires et tourisme scientifique

<sup>14</sup> Travaux collectifs d'observation des brochures touristiques principales de tous les Comités Départementaux Touristiques français en 2008, Groupe Sport – C.I.T., Cermosem, Mirabel

domicile en recourant pour cela à des produits ou des prestations touristiques : transport, hébergement, restauration. De fait, la notion de tourisme sportif inscrit les sports de nature dans une dimension essentiellement marchande : consommer des produits touristiques pour pratiquer des sports de nature.

### 1.3.1. Du tourisme au produit touristique

Le touriste existe en référence à une situation sociale quotidienne, « l'ici » (Bourguet et *al.*, 1992) et agit en fonction de la recherche d'une situation sociale éloignée, « l'ailleurs » (Bourguet et *al.*, 1992). Ceci constitue le moteur de l'action touristique. Ce mouvement nécessaire au tourisme est initiateur de flux entre espaces émetteurs de touristes (ordinairement les centres urbains) et espaces récepteurs (les espaces touristiques ou ruraux). Le tourisme serait donc un « ensemble de phénomènes résultant du voyage et du séjour temporaire de personnes hors de leur domicile en tant que déplacement et satisfait, dans le loisir, un besoin culturel de la civilisation industrielle » (Boyer 2007).

D'abord rite initiatique puis symbole de l'émancipation des travailleurs, comme les congés payés en 1936, avant de devenir un phénomène sociétal, le tourisme est ainsi un secteur économique, une « quasi-industrie » (Hoerner, Sicart, 2003). Si son volume monétaire souffre encore de la comparaison avec d'autres filières ou secteurs plus classiquement industriels (construction, industrie lourde), il constitue une « planche de salut » (Janin, 1985 ; Ardillier-Carras, 1999 ; Roberts, Hall, 2003) pour de nombreux territoires ruraux en proie à des déprises agricole et industrielle (Perrier-Cornet, 2001). Toutefois, ce secteur est "quasi" industriel en ce qu'il n'est pas exactement une industrie *stricto sensu*<sup>15</sup>. Ainsi l'industrie touristique n'existe pas en tant que telle à travers une logique d'offre. L'économie touristique se définit donc d'abord par la consommation exercée par l'intermédiaire des touristes et non par la production de ce secteur (Dewailly, 2006). En effet, schématiquement, seuls certains équipements sont exclusivement produits et dédiés au tourisme comme le sont par exemple les remontées mécaniques.

---

<sup>15</sup> Un regroupement de secteurs qui produisent essentiellement le même produit, qui utilisent essentiellement la même technologie et dont le résultat est assez important pour justifier la collecte de données et l'analyse de ces données (Smith, 2004)<sup>15</sup>.



Pour le Ministère de l'Économie, le tourisme est un assemblage des activités d'hôtellerie, de restauration et d'entretien corporel<sup>16</sup> qui recouvre environ 894 000 emplois salariés en France en 2006 (Baccaïni et *al.*, 2006). En comparaison l'agriculture française comportait en 2007 environ 1 million d'actifs<sup>17</sup> à temps plein ou partiel, et le secteur de la construction 1,7 million (I.N.S.E.E., 2010).

Le poids économique du tourisme pour le territoire national demeure très important : « la consommation touristique en 2006 est évaluée à 112 milliards d'euros soit 6,3 % du produit intérieur brut (PIB) » (Paget, 2007). Dès lors le tourisme est le troisième secteur, agrégats d'activités, le plus créateur d'emplois derrière les secteurs des services aux entreprises et du bâtiment (Lebert, 2009)<sup>18</sup>. Ces emplois touristiques contribuent alors au développement d'un autre volume d'emplois touristiques indirects : celui de la filière professionnelle de l'encadrement sportif de nature

Le touriste est ainsi un consommateur. Son action bénéficie aux économies touristiques locales en y développant l'emploi. Dès lors, les consommations touristiques induisent des transferts de richesse vers les espaces touristiques et vers les autres secteurs locaux de la récréation comme les sports de nature. Les touristes – consommateurs peuvent alors indirectement appuyer l'aménagement du territoire dans les espaces touristiques. En outre, ces secteurs économiques et touristiques sont structurants pour les économies rurales et constituent des leviers de développement, des éléments clés des politiques publiques en milieu rural (Voisard, Lavallard, 1997 ; Bensahel, Donsimoni, 1999 ; Maclellan et *al.*, 2000, Hautbois, 2004b).

Enfin, la nature est une aménité touristique (Perret, 2002), dans le cadre du tourisme de nature, qui constitue une passerelle avec les sports de nature : elle est un support de production de ces deux formes de récréation. Dès lors, la nature est un facteur d'attractivité pour les filières touristiques et sportives de nature des territoires ruraux. Le touriste – consommateur participe aux formes de péréquation économique et sociale entre espaces centraux et espaces périphériques naturels (Karl, 1983 ; Viard, Rollin, 2006 ; Davezies, 2008).

---

<sup>16</sup> Définition officielle disponible sur Internet : [www.tourisme.gouv.fr/stat\\_etudes/definitions.php](http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/definitions.php) (date de consultation : 12/02/2012)

<sup>17</sup> « 1 020 000 personnes occupent un emploi permanent à temps plein ou partiel sur les exploitations agricoles » (INSEE, 2010b).

<sup>18</sup> Il représente 4,3% de l'emploi salarié total français au 1er janvier 2005, soit 232 000 entreprises exerçant leur activité parmi les trois secteurs caractéristiques du tourisme que sont l'hébergement, la restauration et la production de loisirs. Données issues du répertoire S.I.R.E.N.E. et citées par Lebert (2009)

### **1.3.2. Le tourisme et la nature**

Les formes de tourisme s'orientant vers les espaces ruraux sont mobilisées par des représentations d'une campagne « nature et paysage » (Perrier-Cornet, 2001). Ces formes valorisent une représentation éloignée de celle originelle et partagée d'une campagne « nourricière » (Perrier-Cornet, 2001). Elles interviennent sur la production d'images, l'attractivité de ces espaces et sur la préservation de l'environnement. Le tourisme de nature, qui s'appuie sur la ressource naturelle pour se distinguer, peut être qualifié de postfordiste (Cuvelier, 1999) dans son organisation économique liée à la spécification plutôt que la standardisation.

En effet, les deux formes de campagnes présentées se côtoient au sein du concept de ressource territoriale touristique (Mao, 2007a) appliqué aux espaces ruraux. Si ceux-ci basent leur développement récréatif sur la construction et la préservation de leurs composantes paysagères et naturelles, elles vont servir de points de convergence entre le tourisme et les sports de nature. En effet, les ressources territoriales touristiques dans les espaces ruraux consistent en une valorisation d'actifs environnementaux par des pratiques récréatives. Dans le cadre de la production de loisirs, les sports de nature y contribuent directement (Pecqueur, Gumuchian, 2006 ; Mao et *al.*, 2009). Néanmoins, d'autres activités plus contemplatives comme le tourisme vert ou le tourisme patrimonial fonctionnent suivant des mécanismes de valorisation des ressources naturelles proches. L'environnement naturel, la campagne, constitue donc un élément attractif et constitutif à la fois du tourisme et des sports de nature. Toutefois, les sports ne se développent pas originellement dans la nature, mais ont gagné progressivement ce milieu par des évolutions successives.

### **1.4. Sports traditionnels et sports de nature**

La définition du sport le positionne à la confluence de plusieurs notions. Herbert (1925) définissait le sport en ces termes : « tout genre d'exercice ou d'activité physique ayant pour but la réalisation d'une performance et dont l'exécution repose essentiellement sur l'idée de lutte contre un élément défini, une distance, une durée, un obstacle, une difficulté matérielle, un danger, un animal, un adversaire, et par extension, contre soi même ». Si cette définition semble éloignée des positions contemporaines du sport dit de loisir (Irlinger et *al.*,

1987), elle a le mérite d'ouvrir la porte à la confrontation à un milieu. L'élément défini, l'obstacle et le danger sont tous trois présents dans la confrontation sportive à un milieu naturel au sein des sports de nature.

#### 1.4.1. Du jeu au sport : éléments de cadrage de la pratique sportive

La définition du sport nécessite un détour par la notion de jeu dont il hérite des caractéristiques culturelles. Le jeu (Caillois, 1958) est un ensemble d'activités physiques et mentales purement gratuites qui n'auraient d'autres fonctions, pour celui qui s'y adonne, que le plaisir physique ou intellectuel qu'elles procurent. On distingue ainsi les jeux de lutte, les jeux de vertige, les jeux de simulacres ou de masques et les jeux de hasard (Caillois, 1958). Les six « conditions constitutives du jeu » (Caillois, 1958) stipulent qu'il est : **libre, séparé des autres temps, incertain, improductif, réglé et fictif**.

Le ou les sports s'en émancipent par la définition stricte des conditions réglementaires et standardisées dans lesquelles ils se déroulent. Le sport possède un système de valeurs prônant la performance, la progressivité des records obtenus dans le dépassement et l'alternance entre compétitions et entraînements (Pociello, 1981). Les frontières entre toutes les formes de sport sont floues et fluctuantes (Pociello, 1981) :

- « **floues** en ce qu'il reste une part irréductible de jeu dans l'activité sportive, assurant une "fonction ludique" évidente, pour les adeptes, qu'ils soient amateurs ou professionnels. C'est ce qui fait une part importante de son pouvoir attractif. N'a-t-on pas dit que le sport "c'est ce qui empêche de grandir" ? ;
- **fluctuantes** en ce que les compétitions les plus instituées subissent, selon les périodes de l'histoire, des appréciations plus ou moins favorables (voire des dépréciations) de la part du public qui porte certains pratiquants à créer, parallèlement, des formes d'activités plus "libres", festives, autoorganisées, assimilables aux jeux récréatifs qui échappent – au moins provisoirement – aux institutions et qui n'en revendiquent pas moins la dénomination "d'activités sportives" ».

L'intérêt ou l'attirance pour les sports évolue donc selon des effets de conjoncture ou de mode. Les sports se réinventent en permanence sous l'influence de ses pratiquants ou de ses acteurs (Bourdeau, 2006). La fonction ludique, le *ludus* (Caillois, 1958) est indissociable de la conception des sports de nature défendue dans ce travail. Ces activités seraient à la fois des jeux de vertige, de lutte et de simulacre (Boutroy, 2004 ; De Léséleuc, 2000) se déroulant

dans un environnement naturel. Les sports de nature sont des pratiques sportives qui intègrent des relations actives avec la nature.

#### **1.4.2. Les sports dans la nature**

Les rapports à la nature comme la confrontation ou l'exploration sont fondateurs de chacune des pratiques récréatives mobilisés ici (Mignotte, 2004 ; Franchini, 2007). Le statut de la nature et sa valorisation économique ou patrimoniale varient suivant les modalités de pratique des sports de nature et selon la manière dont son caractère de ressource est intégré. Ainsi, la nature y est à la fois un bien collectif à préserver et une ressource productive à valoriser : un facteur de production (Kalaora, 2001).

Les variations structurelles du "support" naturel des activités physiques sont historiquement l'aboutissement d'une « démarche hygiénique ambiguë, que l'on peut faire débiter au XVIII<sup>ème</sup> siècle » (Diénot, Theiller, 1992). A l'origine, il s'agissait de s'aérer et de faire de l'exercice en extérieur dans le but d'assouvir des convictions médicales, voire philosophiques (Corbin, 1982). Ainsi, ce n'est qu'à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle que les progrès en matière de physiologie permirent de mettre en évidence le rôle de l'oxygène dans le fonctionnement cellulaire. L'air cessait alors d'être purement vital et sanitaire, dissipant les miasmes nés de la promiscuité des corps, pour devenir un composant nécessaire à la bonne marche du corps humain. En parallèle de cette prise de conscience, les premiers « clubs sportifs d'inspiration anglaise » (Diénot, Theiller, 1992)<sup>19</sup> prônèrent la pratique et la circulation à "l'air libre" ou au "grand air". Vint un nouveau glissement de la notion de grand air vers celle de plein air. Cette dernière fit apparaître l'importance accordée au soleil et à la recherche d'une certaine purification au contact d'éléments naturels. Le « milieu social privilégié touché permet de parler, [à l'occasion de ce glissement] du destin psychique de l'hygiène » (Diénot, Theiller, 1992). Ce projet s'inscrit dans un contexte plus large que le respect d'une hygiène corporelle, mais aussi dans le choix de gestuelles codifiées, les pratiques sportives.

L'environnement naturel, spécifique à chaque espace, est l'élément le plus déterminant pour cerner les objets géographiques que sont les sports de nature. En effet, la ressource naturelle marque les activités sportives de nature présentes localement. L'utilisation de la

---

<sup>19</sup> Pour étayer ceci, les auteurs présentent la revue du Touring Club de France, éditée à partir de la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle et qui s'intitulait « La vie au grand air ».

nature par un groupe de pratiquants ne dépend pas uniquement des qualités intrinsèques de l'environnement, mais aussi de la capacité de ces acteurs à innover, à inventer ou à s'en saisir. Les hybridations urbaines des sports de nature (base jump, escalade urbaine, trails et randonnées urbaines) voire l'artificialisation de son support montrent sa potentielle adaptation à tous les milieux environnementaux.

Cependant, si les sports de nature en Ardèche touchent tous les milieux naturels présents dans le champ de ces activités, seule une partie d'entre elles sont représentées localement. Ainsi il existe des sports de nature **terrestres, aquatiques et aériens** :

- **les sports terrestres** : deux secteurs cohabitent ici, sports "horizontaux" comme les randonnées pédestres et équestres, le cyclotourisme, le vélo tout-terrain, la course d'orientation et les sports terrestres "verticaux" comme l'escalade, la spéléologie, le canyoning ou l'alpinisme ;
- **les sports aquatiques** : canoë-kayak, raft, nage en eau vive ;
- **les sports aériens** : parapente, deltaplane.

Les sports terrestres seront, dans la suite de ce travail, segmentés d'une part entre sports terrestres "horizontaux" (que l'on nommera sports terrestres) et sports terrestres "verticaux" (que l'on nommera sports verticaux)

La typologie adoptée par la collectivité départementale en Ardèche<sup>20</sup> est basée sur celle du Ministère des Sports et intègre les sports d'hiver. Ces derniers ne seront pas compris dans l'échantillon utilisé dans cette recherche puisqu'ils s'éloignent du modèle des sports de nature que l'on retient et qui sont présents localement. Les sports d'hiver sont fondamentalement structurés autour des remontées mécaniques. Dans le cas du ski alpin, ils impliquent un rapport très fort à une nature remodelée, aménagée pour les besoins de l'offre marchande. Ils sont donc très fortement marchands et doivent obligatoirement passer par un droit d'entrée forfaitaire pour être pratiqués. Ils divergent avec le modèle des sports de nature, eux fondamentalement libres. Leurs dynamiques spatiales ont été très tôt conditionnées par des procédures d'aménagement du territoire pour assurer une redynamisation des territoires ruraux montagnards (Gumuchian, 1983).

Si l'on considère désormais aussi les sports de nature comme des pratiques leviers d'aménagement du territoire, ils se sont pendant longtemps développés sans l'appui de politiques publiques de développement rural. La structuration du marché des sports de nature

---

<sup>20</sup> Extrait du compte rendu de la séance d'installation de la Commission Départementale des Espaces Sites et Itinéraires de l'Ardèche du 09 janvier 2003

fait donc intervenir des influences à la fois sociales, productives ou administratives et politiques tandis que celle des sports d'hiver s'est quasi exclusivement faite par le biais de politiques publiques.

Il existe des pratiques plus libres, au sens de l'autonomie sportive dans les sports d'hiver comme les chiens de traîneau, le ski *joering*<sup>21</sup> ou la raquette à neige. Ces activités ne sont pas présentes en Ardèche à l'exception de la raquette à neige qui sera intégrée aux activités terrestres dans l'échantillon retenu puisque le diplôme d'encadrement requis est le diplôme d'accompagnateur de moyenne montagne (comme pour la randonnée pédestre) auquel s'ajoute une qualification complémentaire "raquette à neige"<sup>22</sup>. Etant donnée que l'approche principale de cette recherche consiste, pour une bonne partie, à observer les effets territoriaux de la filière professionnelle, de l'encadrement des sports de nature en milieu rural et que les professionnels de la randonnée pédestre, qualifiés pour encadrer la raquette à neige encadrent à la fois sur la neige (dans la Montagne ardéchoise) et sur terrain "sec", ils exercent alors sur l'intégralité du territoire observé, et cette activité très marginale en Ardèche ne sera pas automatiquement écartée.

Le cas du canoë-kayak dans les Gorges de l'Ardèche, qui a été dès l'origine "marchandisé" (Mao, 2007b), montre que tous les sports de nature n'étaient pas non plus originellement totalement désintéressés. La pratique du canoë et du kayak s'est depuis libérée spatialement et économiquement en Ardèche (Morverand, 2008) du modèle visible dans ces Gorges.

Enfin, on s'intéresse dans cette recherche essentiellement aux pratiques estivales, véritable enjeu d'aménagement du territoire, porteuses d'une plus grande variété de pratiques dans un ensemble global d'activités sportives où l'hiver est extrêmement polarisé, au moins économiquement, par le ski alpin.

Issue d'un support classifiant les espaces par milieu, la typologie gouvernementale a l'avantage de positionner le support spatial comme le premier facteur de construction des pratiques. L'espace, le milieu naturel originel, est le principal élément à découvrir, à maîtriser, à dépasser via l'utilisation de techniques sportives et de matériels adéquats (Pigeassou, 1997). D'autres distinctions existent dans ce domaine comme celles basées sur les différents types d'offres de produits en matière de tourisme sportif et de sports de nature (Plagnol, 1997 ; Mao, 2003 ; Bourdeau, 2003).

---

<sup>21</sup> Ski de piste tracté par des chevaux et empruntant des chemins recouverts de neige

<sup>22</sup> Les stagiaires qui passent le brevet d'Etat nécessaire à l'encadrement de la randonnée pédestre passent quasi systématiquement cette qualification complémentaire pendant leur parcours de formation pour se laisser la possibilité de guider des touristes si la météo ou le climat local implique la présence de neige.

Les volumes et les familles socioprofessionnelles de pratiquants permettent eux aussi de distinguer les différents sports de nature. L'Observatoire du sport (Aubel et *al.*, 2007) estime que le vélo (toutes disciplines confondues, V.T.T., V.T.C., cyclisme sur route) est le sport, dans la nature, le plus pratiqué en France avec 20,7 millions de pratiquants (soit 44,8 % des sportifs). Viennent ensuite la randonnée pédestre (4<sup>ème</sup> avec 9,9 millions de pratiquants), la pêche (11<sup>ème</sup> avec 4,9 millions de sportifs), le canoë-kayak (23<sup>ème</sup> avec 2 millions de pratiquants), l'escalade et l'alpinisme (30<sup>ème</sup> avec 1,1 millions de pratiquants) puis le canyoning et les autres sports d'eau vive (38<sup>ème</sup> avec 600 000 sportifs). Si le cyclisme et la randonnée pédestre sont les sports de nature qui figurent aux premières places, c'est parce qu'elles sont des pratiques peu instrumentées, accessibles à tous, nécessitant peu d'apprentissage et englobant de multiples modalités de pratique (les formes de cyclisme, la randonnée aquatique, la randonnée en moyenne montagne, la randonnée en raquettes à neige). Ces diverses modalités touchent une part importante de la population française alors que les sports de nature plus spécialisés et considérés dans un sens strict<sup>23</sup> n'apparaissent qu'à partir du 23<sup>ème</sup> rang et atteignent au maximum le million de pratiquants. Le nombre de pratiquants de cette catégorie d'activités est donc relativement restreint.

---

<sup>23</sup> Typologie utilisée dans l'étude sur l'emploi sportif du Ministère des Sports en 2009

### **Conclusion du premier chapitre :**

Les sports de nature sont des activités récréatives à la confluence du loisir, du tourisme et du sport. Elles prennent place dans des milieux naturels dont les caractéristiques physiques les marquent. Les sports de nature occupent désormais une place importante, à la fois dans les activités quotidiennes et dans les activités touristiques des sociétés industrialisées. Les sports de nature se pratiquent donc de manière libre ou encadrée (seul ou au sein d'un collectif) et toujours en référence à des valeurs hédonistes, désintéressés, défoulantes et récréatives. Les pratiquants peuvent néanmoins être des touristes, inscrire leurs activités sportives de nature dans un cadre touristique (déplacements et consommations touristiques), ou des pratiquants locaux, présents sur le site. Bien que ces deux familles principales de pratique soient perméables (les deux peuvent notamment recourir à l'encadrement marchand), discerner des "pratiquants - touristes" et des "pratiquants - présents" permettra de différencier les logiques économiques et territoriales suivant lesquelles ils se développent localement. Si le nombre de pratiquants est élevé, les modalités socioculturelles des sports de nature en font toujours des objets en émergence.

Les activités sportives de nature se distinguent, se créent et se recréent aussi suivant des processus d'innovations marchands, économiques et marketing (Corneloup, Mao, 2010a). Ainsi, l'innovation marchande dans les sports de nature serait aussi un processus social marqué par la figure de l'entrepreneur (Schumpeter, 1999) et par sa capacité à s'inscrire dans une démarche mouvante et une situation d'incertitude (Corneloup, 2010).

Le second chapitre va ainsi introduire, puis développer les cadres de la mise en marché des sports de nature. Les nouvelles activités qui émergent sans cesse, dans différents milieux sociaux et professionnels, s'inscrivent dans de nouveaux espaces au sein desquels leur pratique fait systématiquement apparaître de nouveaux enjeux économiques liés à ces nouvelles consommations touristiques et sportives de nature.





## Chapitre 2. La mise en marché des sports de nature

Le chiffre d'affaires généré par les consommations sportives et les activités associées est en nette croissance (Mermet, 2008). Les études réalisées sur le coût des pratiques chez les Français (Michon, Ohl, 1989) montrent que les loisirs sportifs de nature ont un coût élevé et que l'achat de matériels ou le déplacement sur les sites occasionnent des dépenses importantes.

Les dépenses sportives totales des ménages français s'élèvent à environ 14,2 milliards d'euros, soit une dépense moyenne annuelle par ménage de 560 euros (Chiffres clés du sport, Ministère des Sports, 2005). Cette consommation se répartit pour un tiers dans des services touristiques et sportifs et pour deux tiers dans l'achat de biens (habillement, autres biens et biens durables ; Objectifs Rhône-Alpes, 2001).

La croissance est particulièrement nette dans le secteur des équipements sportifs de nature (Objectifs Rhône-Alpes, 2001). La technologisation croissante des pratiques et la tendance à la "multiactivité" nécessitent à chaque fois des matériels adaptés et spécifiques (Abdourazakou, Richard, 2010). Les aménagements, qui induisent pour certains des pratiques payantes alors qu'elles étaient initialement pratiquées gratuitement, sont de plus en plus nombreux (via-ferrata, escalade sur des structures artificielles, parcours acrobatiques en forêt, bassins d'eau vive ; Mao, Langenbach, 2006). Globalement les aménagements et l'équipement sportifs de nature sont destinés à ouvrir la pratique de ces activités à un plus grand nombre de pratiquants en facilitant et en sécurisant la pratique. Les locations de matériels augmentent (canoës et kayaks, V.T.T., matériels de canyon ou de via-ferrata) et l'offre de services proposée par les prestataires poursuit son développement au gré de l'évolution des pratiques (Abdourazakou, Richard, 2010).

Dans ce cadre, le marché du sport se confronte à trois grands types de pratiques qui recouvrent des valeurs distinctes et, à cet égard, symbolisent les modes de pratique principaux des sports de nature. Elles ont des impacts plus ou moins structurels sur les économies locales :

- le premier type de sport : **l'associatif**, est le plus traditionnel, « fondé sur la morale du devoir et de la responsabilité, [il] est promu par le mouvement **associatif** » (Massiera,

2003). « Dans ce modèle de création de relations impersonnelles, se jouent et se déploient la démocratie et le civisme, ainsi qu'une morale du devoir et de la responsabilité librement consentie » (Pigeassou, 1997). La pratique associative nécessite, dans certains cas, le recours à une offre sportive marchande pour l'entraînement ou l'encadrement sportif. Elle utilise des matériels sportifs pour réaliser, ou progresser, dans les différents sports de nature. La pratique associative n'est pas fondamentalement touristique, elle ne motive pas obligatoirement de déplacement, mais peut en nécessiter dans le cadre de sorties collectives. Le collectif associatif peut amorcer le déplacement dans le but de pratiquer les sports de nature en recourant à des produits touristiques. Il peut aussi guider l'achat d'un matériel ou d'une prestation, voire le contraindre en devenant prescripteur (Gire et *al.*, 2007), mais aussi être directement responsable des consommations de biens et de services qui seront ensuite utilisées par les membres du collectif ;

- le second type : **libre**, est celui où « le sport se fixe comme objectif la recherche de la joie, du plaisir et du bonheur et qui utilise les codes et les valeurs en vigueur dans cette tendance marquée du sceau de l'émancipation » (Massiera, 2003). « Cette forme prône le fun [et] se présente comme une morale du plaisir. C'est aussi une stratégie marketing, un look, un vocabulaire, une musique et un ensemble d'attitudes » (Loret, 1995). Dans ce cadre **hédoniste et libre**, les règles sont moins prégnantes et les pratiquants se structurent de manière informelle. Cet hédonisme recourt à une offre sportive peu organisée et pouvant fortement se diffuser spatialement. Elle peut potentiellement se situer partout où les sportifs de nature pratiquent pour répondre à leurs seuls besoins sportifs. Le pratiquant peut y être un touriste potentiel guidé par sa pratique ou celles de son collectif. Il peut également consommer des matériels sportifs pour progresser et des produits touristiques pour agrémenter son séjour. Ce type de profil recouvre aussi celui du sportif quotidien (Irlinger, 2002) qui pratique durant les temps laissés libres par l'activité professionnelle ;
- le troisième type : **marchand et encadré**, se développe « à partir des années 1980 où les effets de l'évolution des enjeux économiques ébranlent l'ensemble des repères de la société [et donc du sport]. L'augmentation du pouvoir d'achat, la mondialisation des produits, l'explosion de la publicité et des moyens de communication tendent à faire perdre au sport de son substrat moral pour privilégier les objectifs personnels de santé, de loisirs, de plaisir, d'esthétisme, de performance et de distinction sociale » (Pigeassou,

1997). Les valeurs de la **consommation** et de la **marchandisation** intègrent alors les sports de nature, puis rythment de nouveaux comportements sportifs comme le recours à des produits touristiques. Ce type d'offres purement marchandes correspond donc à celles ayant cours traditionnellement au sein du tourisme sportif. De manière générale, il y a dans les formes touristiques une forte proportion d'activités marchandes (Cuvelier, 1991) bien que des formes restent non marchandes (tourisme familial notamment). La consommation est la norme dans le tourisme sportif de nature. Les volumes peuvent y être appréhendés à travers ceux de la vente des produits (chiffre d'affaires touristique, part de l'activité dans le P.I.B., capacité de charge).

Ces trois types de pratiques des sports de nature contribuent aux dynamiques de quatre marchés spécifiques (Loret, 2003) :

- le marché **des services sportifs**, de plus en plus souvent lié au développement touristique des territoires ;
- le marché du **matériel** (raquettes, skis, V.T.T.) et des équipements lourds (piscines ludiques, murs d'escalade artificiels, pistes de ski artificielles) ;
- le marché des **vêtements et des accessoires** ;
- le marché **du spectacle et surtout du « téléspectacle »** (Loret, 2003) sportif auquel est associé celui de la presse écrite.

Le marché des produits sportifs (matériel, vêtements et accessoires) est présent, dans tous les secteurs des sports de nature, dans tous les types de pratique et dans tous les milieux naturels. En découlent les remarques suivantes :

- le matériel est le même à l'intérieur d'une pratique sportive, quel que soit le mode de cette pratique (compétitif, ludique, sportif) ;
- les services sportifs peuvent être consommés, selon des degrés, des occasions et des objectifs différents à tous les types de pratiques de sports de nature ;
- le marché du téléspectacle se situe en marge de ces marchés dans la mesure où il n'implique qu'une partie restreinte des pratiquants, ceux évoluant exclusivement à haut niveau. Il s'adresse à toute la société par l'intermédiaire des médias. Il ne concerne donc pas spécifiquement les pratiquants des sports de nature, il est en grande partie a-spatial et ne sera pas abordé en détail dans cette recherche.

Si « les activités les plus pratiquées en nature s'inscrivent en dehors de toutes prestations » (Corneloup, Bourdeau, 2004), leurs actions ont néanmoins des impacts sur les économies locales.

Les effets économiques locaux des sports de nature marchands se dissimulent et se diluent au travers de l'économie touristique, selon des rondes successives, c'est-à-dire des redistributions faites de réinvestissements successifs (Cazes, 1999), et selon des effets d'entraînement locaux au-delà de la durée de vie du produit sportif de nature. Les entrepreneurs touristiques et sportifs de nature investissent localement en matières premières et en salaires. Ils redistribuent ainsi localement des capitaux, qui vont à leur tour être redistribués lors de boucles successives en développant l'aire d'application et l'importance de ces retombées économiques (Barget, 1997 ; Maurence, 2010). Ce multiplicateur keynésien n'est pas spécifique aux sports de nature et s'applique à son secteur touristique de la même manière qu'il s'applique à l'économie touristique (Barget, 1997 ; Weinmann et *al.*, 1999).

De manière simplifiée, les dépenses touristiques comptabilisées dans un bilan comptable génèrent, de nouvelles injections dans le système économique local (Tuppen, James, 1993). Pour partie, car certains prestataires ou producteurs réinvestissent leurs recettes en dehors du territoire étudié. Elles représentent un réinvestissement local des recettes touristiques créant « des vagues successives de dépenses par le biais des entreprises et commerces locaux » (Hautbois, 2004a). Le facteur multiplicateur correspond à la valeur qui, multipliée par l'injection initiale (nette), fournit l'impact total sur le territoire du phénomène étudié. Ainsi, l'effet multiplicateur montre que l'injection dans l'économie locale d'une dépense initiale aboutit à un accroissement du revenu supérieur à la somme initiale (Echevin, Gerbaux, 1999). Ceci est vrai pour le tourisme sportif de nature, comme pour tout acte de consommation courante qui participerait à une relance de l'économie locale par la consommation.

### ***2.1. L'économie des sports de nature dans l'économie touristique des espaces ruraux***

Au sein des espaces ruraux, l'offre marchande de sports de nature est rendue spécifique par son ancrage structurel au support naturel. Sa croissance est liée au développement de ses produits touristiques. Les cadres de l'évolution contemporaine des

sports de nature propres aux systèmes urbains (structures artificielles, pratiques urbaines, consommations quotidiennes ; Bourdeau, 2006 ; Bessy, Hillairet, 2002) sont absents de ces espaces ruraux.

Les sports de nature s'y pratiquent fréquemment en dehors des temps et des espaces quotidiens. Ils s'intègrent à la définition temporelle des modèles récréatifs de l'excursionnisme et du tourisme. Ils participent à l'économie touristique (Coulomb, Domergue, 1988). Les espaces ruraux sont aussi moins structurés par les clubs sportifs puisque le nombre de pratiquants et d'habitants, susceptibles d'adhérer y est logiquement moins élevé (Mao, 2006). En conséquence, les prestations sportives d'encadrement y constituent le principal indicateur du développement d'une filière récréative basée sur les sports de nature. Ils y représentent une grande partie des services touristiques (Emergence, 2006 ; Lozato-Giotard, Balfet, 2007).

## ***2.2. Le développement des marchés des sports de nature***

Les opérateurs de la marchandisation des sports de nature ont longtemps rejeté, jusqu'à la fin des années 1980, le vocabulaire marchand et les cadres idéologiques de la rencontre entre l'offre et la demande (Aubel, Ohl, 2004). Suivant l'exemple de l'escalade (Aubel, 2002) on avance que cette marginalisation d'ordre capitaliste est symbolisée par les réticences d'une partie des usagers à entrer dans une économie monétaire. Cette dynamique qualifiée de dérive par une partie des usagers est également vive chez les opérateurs de l'économie marchande des sports de nature<sup>24</sup>, en général. Cette représentation symbolise leurs positions individuelles et politiques face à des représentations de la société. Elle fonde le constat plus large d'une certaine marginalisation des sports de nature vis-à-vis des modèles dominants de la société de consommation (Baudrillard, 1970).

Ces représentations sont mises à mal par l'intégration des produits sportifs à l'économie de marché, illustrée par leur massification, leur touristification et leur prégnance dans la grande majorité des formes de pratique (Corneloup, 2005).

La généralisation des consommations dans et autour des pratiques sportives de nature est à mettre en perspective avec l'idéologie de la marginalisation socio-économique qu'elle

---

<sup>24</sup> Comptes-rendus d'entretiens exploratoires auprès des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche

véhicule. Celle-ci est un artéfact qui brouille la lecture de l'économie locale des sports de nature en érigeant des remparts symboliques entre les modes de pratique et leurs engagements réels dans une économie de marché. Si ces deux cadres d'action, matériel et idéal, sont complémentaires, ils doivent permettre de comprendre ce qui compose l'économie locale des sports de nature et ce qui en échappe ou tend à en échapper.

La marginalisation est définie comme un mouvement de mise en marge des modèles dominants (spatiaux, économiques sociaux), de non-conformité avec l'activité ou la pensée principale. Toutefois, les entretiens exploratoires et les nombreuses discussions avec les acteurs de ce champ montrent que ces représentations et cette logique semblent désormais minoritaires chez les usagers des sports de nature. Elles s'inscrivaient auparavant, dans un contexte idéologique plus large où les sports de nature étaient des moyens de s'affranchir ou de contester certaines règles, certaines limites (Aubel, 2002). Elles constituent donc des éléments historiques constitutifs de la culture et de l'économie au sein du champ des sports de nature.

### ***2.3. Développement du marché de l'encadrement professionnel dans les sports de nature***

Il existe plusieurs systèmes d'encadrement : au sein d'un club, d'une fédération, ou suivant une prestation commerciale privée. Les dynamiques locales, auxquelles ces formes d'encadrement sont soumises, sont propres aux sports de nature et diffèrent des sports traditionnels. La prestation d'encadrement correspond pour un pratiquant, seul ou au sein d'un collectif, à un moyen de découvrir des activités perçues comme sportivement et techniquement trop complexes. A la manière du modèle du guide de haute montagne (de Bellefon, 1999), elle permet de sécuriser sa progression et d'être guidé dans la découverte du milieu naturel. Trois sociotypes de pratiquants sont concernés par l'encadrement dans les sports de nature (Mao, 2003) :

- **les collectifs** qui consomment des activités proposées dans le cadre de clubs, d'associations sportives avant de s'émanciper de l'encadrant une fois les enseignements de base assimilés. L'encadrement permet ici de devenir autonome ;

- **les clients** qui exigent uniquement un service de qualité en relation avec les prestations achetées, et recherchent des sensations maximales associées à une prise de risque minimale ;
- **les scolaires** qui sont contraints par le cadre social de leurs activités. Le recours à l'encadrement y est nécessaire d'un point de vue réglementaire pour sécuriser les pratiques et leurs évolutions.

L'augmentation des besoins en terme d'encadrement (sport de haut niveau, sport scolaire), l'apparition de cadres réglementaires et juridiques pour le sport ou bien encore le développement du tourisme sportif sont autant de faits participants au développement et à la professionnalisation de l'encadrement sportif de nature.

Cette constatation semble réductrice puisque les sports de nature orientent aussi les choix de carrières professionnelles d'une partie de leurs pratiquants (Paget, et *al.*, 2007). Dans ce cas, la professionnalisation y correspond à la fois à une volonté de vivre de sa passion en en faisant son métier, et à la fois à un refus idéologique d'entrer dans une société du travail représentée comme trop normée et contraignante. Dans cette représentation de la société, l'épanouissement corporel et social n'est pas à l'ordre du jour *a contrario* du monde des sports de nature. Ainsi, les sociologues et géographes du sport et des sports de nature l'intègrent et parlent à ce propos de « pôles culturels » (Corneloup, Bourdeau, 2002), de « logiques entrepreneuriales » (Bouhaouala, 2002) ou professionnelles pour qualifier ces formes d'encadrement (Bourdeau, Corneloup, 2001).

#### **2.4. Développement du marché des matériels et des équipements sportifs de nature**

Le développement du marché des articles et des équipements permet d'observer la diffusion sociale des consommations sportives de nature. Les produits sportifs sont désormais complexes (Desbordes et *al.*, 2001). Ils sont technologiquement très élaborés et leurs durées de vies, leurs usages, ont tendance à se raccourcir de façon importante. Il faut désormais beaucoup de matériel pour pratiquer et les prescripteurs (Ohl, 2001) encouragent à un renouvellement fréquent. Les innovations sont fréquentes, nombreuses et les produits commercialisés souvent récents (Abdourazakou, Richard, 2010). Cette approche s'applique



aussi bien à des produits qu'à des équipements et des sites sportifs de nature. Le V.T.T. (Vélo Tout Terrain) a par exemple effectué une percée importante dans le marché du cycle en France. Ainsi, entre 1983 et 2003, plus de 26 millions de V.T.T. ont été commercialisés (Mao, Langenbach, 2006). Les diverses phases du cycle de vie du produit (Bessy, Hillairet, 2002) V.T.T. lui ont permis d'aboutir à une intégration aux consommations nécessaires à l'accomplissement des loisirs :

- une phase de lancement entre 1983 et 1989 (jusqu'à 500 000 vélos par an) ;
- une phase de croissance de 1990 à 1993, pour atteindre près de 2,3 millions d'unités vendues annuellement ;
- une phase de maturité entre 1993 et 1995 ;
- une phase de décroissance en 1996 et 1997 ;
- une 2<sup>ème</sup> innovation : le V.T.C. (Vélo Tout Chemin) qui va redynamiser le marché entre 1998 et 2000 et y apporter une 2ème phase de croissance puis de maturité.

Cette même analyse peut être menée sur des équipements ou des espaces sportifs innovants et marchands. L'évolution quantitative de l'offre nationale de via-ferrata de 1989 à 2004 en constitue notamment, un bon exemple. Cette activité est par essence marchandisée puisqu'elle nécessite obligatoirement du matériel d'assurance et de progression, souvent en location à proximité, et parfois l'acquittement d'un droit d'entrée (Corneloup, Bourdeau, 2004). Ensuite, de 1988 à 1995, des équipements innovants apparaissent dans l'aménagement des sites de via-ferrata. Cette période de lancement est relativement courte. A partir de 1998, une phase de croissance très rapide est amorcée et s'accompagne de l'édition d'un « Guide de savoir-faire » par l'Agence Française de l'Ingénierie Touristique (A.F.I.T., Bourdeau, 1998). L'optimum de la distribution est atteint entre 1997 et 1999 avec 13 à 14 nouveaux équipements annuels. Depuis 2000, la courbe de croissance connaît un fléchissement avec la création de 10 à 12 équipements supplémentaires par an. Le produit via-ferrata a atteint une phase de maturité en devenant un produit s'implantant régulièrement. Activité pratiquée majoritairement par des "ferratistes" totalement débutants (Boutroy, 2002), la via-ferrata mobilise un ensemble de techniques à la fois élémentaires (la sécurisation) et complexes (les gestuelles d'évolution) impliquant souvent une prestation d'encadrement initiatique.

Suivant cet exemple, les sports de nature se pratiquant avec l'aide de matériel et parfois sur des sites fortement aménagés, composent un secteur marchand à part entière. Si ce

secteur est parfois qualifié d'industrie du plein air (Diénot, Theiller, 1999)<sup>25</sup> c'est en référence aux volumes de chiffres d'affaires générés. Car l'économie des sports de nature est fortement composée de services mais ne peut intégralement se confondre avec une industrie.

Le tourisme sportif se comporte comme une quasi-industrie, une partie des producteurs composant l'économie des sports de nature forment une industrie. Les matériels qu'ils produisent pour pouvoir pratiquer une ou des activités sportives de nature spécifiques sont presque exclusivement dédiés<sup>26</sup> à ces pratiques. Les entreprises et les producteurs de ce secteur se réunissent au sein de plusieurs fédérations (F.I.F.A.S.<sup>27</sup>, Sporaltec<sup>28</sup>, F.P.S.<sup>29</sup>, F.N.C.A.S.L.<sup>30</sup>) qui regroupent toutes les branches et les différents domaines de cette industrie.

Les pratiquants ont intégré que leurs activités favorites se réalisent grâce à des objets commercialisés. Ce recours est motivé par différents principes tels que la sécurisation, le gain de performance ou le confort. Le temps où les sportifs pratiquaient les sports de nature à l'instar des grimpeurs est-allemands sur les tours de grès de l'Elbsandstein, en ex-Allemagne de l'Est, pieds nus et sans matériel d'assurage, est désormais révolu (Wolff, 2000).

## **2.5. La mise en marché de l'image sportive dans les sports de nature**

De manière complémentaire à ces dynamiques de production et suivant l'avènement d'une « société du spectacle » (Debord, 1967) auquel les sports de nature n'ont pas échappé, leur médiatisation devient, elle aussi, un marché et un élément favorisant le développement des consommations de matériels et de services dans ce secteur. L'imagerie sportive de nature fait la promotion de matériels, de services ou de territoires sportifs.

La marchandisation de l'image sportive est visible dans les différentes périodes de la médiatisation des sports de nature. Même si elle transmet une forme de profits symboliques (Bourdieu, 1980), même si elle est un espace d'expression d'une culture des sports de nature,

---

<sup>25</sup> Notamment dans la littérature scientifique canadienne et en référence à la traduction de l'appellation anglophone "outdoor"

<sup>26</sup> A de rares exceptions près comme les matériels destinés aux travaux acrobatiques ou en hauteur

<sup>27</sup> Fédération Française des Industries du Sport et des Loisirs

<sup>28</sup> "Cluster de la région Rhône-Alpes au coeur du réseau des équipements de sport, de loisirs et d'outdoor" (extrait de sportaltec.fr)

<sup>29</sup> Fédération Professionnelle des entreprises du Sport et des loisirs

<sup>30</sup> Fédération Nationale du Commerce des Articles de Sports et de Loisirs

la presse spécialisée n'est plus uniquement un moyen de transmettre et de partager les récits créés dans le champ social des sports de nature de manière désintéressée. Elle fournit un vecteur de publicité pour les fabricants de produits et de services touristiques et sportifs de nature (Augustin, 2002). Elle est marquée par « la pesanteur des impératifs économiques sur la production journalistique » (Aubel, 2000) via la publicité et ses exigences de retour sur investissement, de compétitivité sportive ou encore de reproduction d'exploits réalisés par des sportifs sous contrats de sponsoring et de commercialisation de leur image. Les médias sont des acteurs non territorialisés du marché des sports de nature, mais ils modifient la perception du territoire et donc son attractivité (Corneloup, Bourdeau, Mao, 2008).

La médiatisation marchande des sports de nature démarre à la fin des années 1970 avec la création de revues non liées aux organisations gestionnaires que sont les fédérations (Aubel, Ohl, 2004). Ces revues étaient dépendantes d'éditeurs, d'auteurs ou de fabricants de matériels sportifs pour qui elles constituaient des produits marchands (Aubel, Ohl, 2004). Jusqu'alors, les revues émanaient des fédérations sportives ou affinitaires. Ce n'est qu'en 1977 qu'apparaissent les premières revues spécialisées et non institutionnalisées sur la montagne : *Alpinisme et Randonnées* puis *Montagnes Magazine*. D'autres revues ont vu le jour sur les autres sports de nature : le V.T.T. avec *Vélo Vert* en 1989 ou la randonnée pédestre avec *Balades* en 1992. Ainsi, la presse spécialisée s'est affirmée comme un secteur marchand particulièrement important, légitimant le système de la publicité et du sponsoring des sports de nature. En Rhône-Alpes, on dénombre 19 éditeurs de presse spécialisés dans les sports de nature pour 365 prestataires ou acteurs économiques de la filière sportive de nature et de montagne (Emergence, 2006).

L'émergence d'une filière industrielle de l'image sportive de nature contribue à la modification et à la transmission à une échelle élargie de l'image des lieux et des espaces sportifs de nature. L'utilisation d'événementiels sportifs de nature et leur médiatisation tend à renforcer la publicité qui est faite de ces espaces et contribue à leur attractivité. L'image sportive de nature marchande est donc à la fois une activité économique en soi et le vecteur de valeurs qui contribuent à doter « l'ailleurs » (Bourguet, 1992) sportif d'une attractivité touristique et marchande. L'image sportive ne transmet plus seulement des valeurs culturelles (Chazaud, 2004 ; Bourdeau et al., 2004), mais également une valeur marchande touristique.

### **Conclusion du deuxième chapitre :**

Les sports de nature composent plusieurs marchés différents, aux volumes de transaction très importants et continuant de croître, dont l'encadrement professionnel semble être le plus adapté et le plus attiré par les territoires ruraux non-industriels. Les sports de nature ont été progressivement "marchandisés", et ils se sont constitués une culture commerciale spécifique. Les producteurs de matériels sportifs ou de services commerciaux dans ce secteur doivent s'intégrer dans une économie globalisée où les cadres des échanges, ou des modes de production, imposent des localisations stratégiques. En outre, les entrepreneurs de l'encadrement sont aussi des acteurs du développement des sports de nature, qui agissent localement suivant des logiques commerciales ou sociales complexes.

Dans ce cadre, le chapitre trois apporte un niveau de détail supplémentaire et s'articule autour d'une présentation détaillée des opérateurs du marché du tourisme sportif de nature dans les territoires ruraux. Il propose pour cela une approche quantitative de ces acteurs privés et publics en analysant leurs hétérogénéités structurelles liées aux économies touristiques et rurales.



### Chapitre 3. Les acteurs de l'économie locale des sports de nature en territoire rural

Ce chapitre présente les acteurs privés et publics du marché des sports de nature. Il s'attache tout d'abord à présenter les entrepreneurs de l'encadrement marchand dans les sports de nature en détail. Par la suite il présente les places respectives des équipementiers sportifs, des prestataires de services commerciaux et des syndicats de professionnels dans les marchés des sports de nature. Après les acteurs privés, cette partie s'attache à positionner les acteurs publics et institutionnels, qui interviennent dans sa marchandisation, dans le champ des sports de nature.

Si les acteurs principaux de l'économie des sports de nature, dans les territoires ruraux, sont les entrepreneurs de l'encadrement, ils sont avant tout des agents économiques. La définition de l'agent suppose que l'élément humain soit non actant (Pinto, 1990 ; Brunet, 1993 ; Pecqueur, Zimmermann, 2004). Dans ce cadre, l'agent est un élément qui ne développe pas de stratégies propres, mais s'intègre dans une filière économique. Les entrepreneurs seraient alors des agents économiques, mais aussi des acteurs du territoire dans lequel ils développent leurs activités, et des acteurs d'un système local. Ces activités évoluent, elles sont fréquemment réinventées par des acteurs agissant au sein d'un cadre, du milieu des sports de nature. Les entrepreneurs des sports de nature sont à la fois des acteurs et des agents, conditionnés socialement d'une part et économiquement d'autre part.

Il existe trois principaux types d'acteurs privés dans le marché des sports de nature en France. Ils sont :

- les **prestataires d'encadrement**, marchands et professionnels ;
- les **entreprises de l'industrie** des sports de nature, les producteurs de matériel sportif ou de services commerciaux ;
- les **syndicats d'entrepreneurs** sportifs de nature.

Les deux premiers sont tout à la fois à visée interne, s'adressant à un marché local, et à visée externe, positionnant leur espace de production au sein d'un marché plus vaste. Ils sont amenés dans ce cadre à produire des biens et à offrir des services qui seront utilisés à l'extérieur de leur territoire de production. Les offres de services sportifs de nature, les produits touristiques et sportifs, participent donc à l'attractivité récréative du territoire

valorisée dans les sports de nature. L'activité marchande des sports de nature peut être qualifiée de captive (Facchini, 2006) ou de territorialisée dans la mesure où elle est liée à la compétitivité récréative des espaces que les entrepreneurs valorisent localement.

Dans ce cadre, la compétitivité des activités qu'ils commercialisent serait assurée par la position favorable des sites, des espaces sportifs de nature. Toutefois, ce ne sont pas les seules qualités naturelles de la ressource primaire ou naturelle, de ces espaces de pratique, qui déterminent cette attractivité, mais aussi le processus de révélation puis la valorisation qu'opèrent les acteurs locaux marchands et non marchands des sports de nature (Mao, 2003).

Dans ce troisième chapitre, les entrepreneurs sont positionnés au sein d'une filière sportive de nature avant d'être intégrés à une analyse territoriale de leurs logiques d'implantation, dans les quatrième et cinquième chapitres présentés dans la seconde partie de la thèse. Leurs interactions avec les autres acteurs des sports de nature et la constitution, par ce biais, d'un système local lié à l'économie des sports de nature viendra compléter cette lecture géographique de l'économie des sports de nature dans les territoires ruraux.

### ***3.1. Les entrepreneurs de l'encadrement des sports de nature***

Les professionnels de l'encadrement des sports de nature sont des éducateurs sportifs ayant validé au moins un diplôme professionnel apparaissant dans la nomenclature du Ministère des Sports (cf. annexe 1). L'Etat est garant de la sécurité, de la réglementation et de la qualité des formations dispensées sur tout le territoire. Ces qualifications permettent d'encadrer contre rémunération des pratiquants isolés, des clubs, des scolaires ou des groupes de pratiquants privés, consommateurs d'une prestation. Le Ministère des Sports propose, en marge de son Atlas cartographique des professionnels du sport (2008), une nomenclature de classification des différents titres permettant d'exercer une profession sportive, séparée en deux déclinaisons qui sont les diplômes sportifs de nature au **sens strict** et au **sens large**.

La première de ces déclinaisons exclut les activités motorisées, ne correspondant pas aux cadres de l'évolution fondamentalement non instrumentée et non mécanisée dans un milieu naturel, retenue ici. Ces cadres sont basés sur des gestuelles et des techniques corporelles à l'origine dépourvues de moteur.

Le cyclotourisme sera lui aussi écarté. En revanche pour les activités équestres, si l'appellation officielle de "professionnels du tourisme équestre" recouvre les moniteurs et encadrants d'équitation dont les publics sont essentiellement d'origine locale (Vial, 2009), elles demeurent très éloignées des cadres du tourisme sportif de nature. Cette forme de tourisme équestre ne rentre donc pas dans les cadres d'une économie touristique locale et rurale des sports de nature (Vial, 2009), car leur attractivité s'exprime en majeure partie dans une échelle uniquement locale et restreinte.

La seconde déclinaison de la nomenclature ministérielle ne correspond pas à la définition du professionnel, avant tout « pratiquant éclairé », que l'on retient comme étant structurante de l'identité des métiers de l'encadrement dans les sports de nature. Elle englobe de nombreux professionnels possédant des diplômes sportifs généraux et non spécifiques aux seuls sports de nature, mais qui ne permettent cependant pas d'encadrer contre rémunération : diplômes universitaires de type D.E.U.G., Licences ou Maîtrise de S.T.A.P.S.<sup>31</sup>, diplômes de sports adaptés. Ces diplômes peuvent permettre de devenir gérants d'une société employant des moniteurs diplômés eux-mêmes habilités à encadrer dans le champ des sports de nature. Si les professionnels ainsi désignés peuvent être des entrepreneurs des sports de nature, ils ne sont pas, par définition, implantés professionnellement dans une logique de marchandisation de leurs pratiques sportives de nature (Bourdeau, 1991). Ils ne seront donc pas intégrés comme des professionnels des sports de nature, observés dans ce travail.

Cette étude sera essentiellement focalisée sur les sports de nature suivants : le canyoning, l'escalade, la spéléologie, la randonnée pédestre, le vélo tout terrain, le cyclisme et le vol libre. Les professionnels de ces activités représentent d'une part ceux qui sont couramment admis comme structurant la filière sportive de nature marchande dans la documentation technique et scientifique (Plagnol, 1997 ; Pigeassou, 1997) et d'autre part les prestataires structurant l'offre marchande en territoire rural. En effet, ils représentent la majeure partie de l'offre sportive de nature en Ardèche, et dans les autres départements où ce marché est présent (C.D.T. de l'Ardèche, Altimax, 2008) et avec lesquels l'Ardèche est dans une forme de concurrence récréative.

---

<sup>31</sup> Diplôme d'Etudes Universitaires Générales (D.E.U.G.) en Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives (S.T.A.P.S.)



Les éducateurs sportifs de nature professionnels, les prestataires de d'encadrement sportif marchand et non marchand de ce secteur, seront globalement considérés comme des **entrepreneurs**. La pratique en club est une forme très minoritaire de pratique des sports de nature (Mao, 2003) et les éducateurs sportifs ne se forment donc pas majoritairement pour encadrer ces structures. La formation professionnelle à l'encadrement correspond alors principalement à une logique marchande (Bouhaouala, 1999). En outre, la qualification d'entrepreneur indique que le professionnel de l'encadrement est en position d'organiser sa production, qu'il en assume les risques et exerce une fonction d'autorité sur son entreprise. Il gère sa trajectoire et organise son activité professionnelle. Cela correspond donc aux caractéristiques globales des entrepreneurs des sports de nature (Bourdeau, 1991) ainsi qu'à celles des acteurs composant l'échantillon utilisé dans ce travail.

Les prestataires d'encadrement sont considérés comme des entrepreneurs qui possèdent plusieurs statuts professionnels (Bouhaouala, 2008). Ainsi, ils exercent :

- en tant qu'indépendant en facturant des prestations d'encadrement ponctuelles ou régulières à une ou plusieurs structures simultanément, ou directement à des clients ;
- en tant que salarié d'une entreprise (ou une petite, voire une très petite entreprise) des loisirs sportifs de nature, à temps plein ou à temps partiel en faisant varier le temps de travail, sur une saison ou à l'année ;
- en tant que gérant de leur propre entreprise de loisirs sportifs de nature et, en se salariant ou non, au sein de cette structure au gré des nécessités financières et, de celles liées à son statut juridique.

En ce qui concerne l'escalade, par exemple, le S.N.A.P.E.C.<sup>32</sup> (S.N.A.P.E.C., 2010) estime que 32,80 % de ses adhérents sont exclusivement salariés, 18,70 % d'entre eux alternent annuellement entre salariat et non-salariat et 48,50 % sont exclusivement non-salariés (indépendant et gérants d'entreprises). Ainsi, près de la moitié des moniteurs d'escalade syndiqués évoluent professionnellement sans être salariés.

Cette donnée connaît de fortes variations territoriales et la proportion est inversée dans l'intégralité des sports de nature encadrée professionnellement dans les régions Midi-

---

<sup>32</sup> Syndicat National des Professionnels de l'Escalade et du Canyon

Pyrénées, Languedoc-Roussillon et dans les départements du Massif Central où les proportions de travailleurs salariés s'articulent autour des 70 % (Revéret, Versant-Sud, 2006). Il existe donc de grandes disparités entre les différents espaces, entre les types de structures ou encore entre les catégories de personnel étudiés (professionnels diplômés ou stagiaires ; Revéret, Versant-Sud, 2006).

Il existe quelques disparités dans les statuts professionnels entre les différents types de sports de nature. Les sports sur corde sont ceux où les professionnels exercent le plus de manière non salariée en France (Revéret, Versant-Sud, 2006 ; S.N.A.P.E.C., 2010). Toutefois, aucune des études sur l'emploi dans les sports de nature ne couvre toutes les familles de pratiques avec une même méthodologie. Les données obtenues sont particulièrement hétérogènes, et divergent notamment sur les critères retenus pour définir les situations professionnelles. A partir de combien de jours d'exercice considère-t-on qu'un éducateur a fait des sports de nature son emploi principal (utilisation ou non de la variable E.T.P.)<sup>33</sup> ?

Les statuts de l'emploi et des entrepreneurs dans la filière des loisirs sportifs de nature sont ainsi particulièrement hétérogènes et ne permettent que d'identifier la complexité structurelle dans laquelle les emplois des sports de nature se développent. Ces distinctions sont purement qualitatives puisque les entrepreneurs sont tous des opérateurs marchands des sports de nature implantés localement. Ils participent tous à la filière, mais avec des indemnités variables.

La filière touristique et sportive de nature est très structurée en Ardèche par les entrepreneurs de l'encadrement marchand (Emergence, 2006). Ceux-ci confèrent donc à cette filière locale un marquage par un secteur particulier, celui des services touristico-sportifs. Cette spécificité, liée au cadre rural de l'analyse, est à prendre en considération dans l'étude du réseau formé par le marché des sports de nature en Ardèche, puisque celui-ci est très orienté vers un seul type de production.

Les économies locales des sports de nature dans les espaces ruraux sont majoritairement structurées par l'activité de services que forment les prestations d'encadrement professionnel. Ces prestations constituent un tissu d'activités très flexibles qui

---

<sup>33</sup> L'équivalent Temp Plein (E.T.P.) est la mesure d'une charge de travail, d'une capacité de travail ou de production.

se recombinent afin de se rapprocher le plus possible de la demande locale issue d'un tourisme de nature (Cuvelier et *al.*, 1994).

Il convient de considérer géographiquement l'économie qui est produite de la même manière qu'une économie de la production. Si néanmoins cela soulève logiquement une question d'approche économique (Gadrey, 1991), la constitution locale du marché des sports de nature dans les espaces ruraux postindustriels oriente de fait leur analyse vers le secteur des services. Les concepts géographie-économique seront alors transposés à ce secteur particulier.

Le marché de l'encadrement est très fluctuant et évolue au gré des créations, des cessations ou des délocalisations d'activité (Bouhaouala, 1999). Les encadrants dans les sports de nature en Ardèche ne font souvent qu'un avec leur entreprise. Une approche par les entreprises de l'encadrement ne présenterait donc que peu d'intérêt supplémentaire vis-à-vis de celle de leurs dirigeants, de leurs cadres. En effet, dans l'échantillon utilisé ici, seuls deux prestataires sur dix-huit sont salariés d'une entreprise qui emploie plus de deux personnes à l'année. Tous les autres professionnels de ce secteur enquêtés sont donc seuls ou deux au maximum, cogérant en l'occurrence, dans leur société. Les entrepreneurs sont donc saisis en terme de trajectoires individuelles et collectives, de fonctions et de familles d'activités. Ce faisant, ils apparaissent dégagés au maximum de toutes contingences structurelles de la part de leurs entreprises et reflètent bien les dynamiques d'un groupe d'acteurs indépendants.

Enfin, les prestataires d'encadrement dans les sports de nature ont évolué dans le temps et dans l'espace depuis les dix dernières années (Bourdeau et *al.*, 2004). L'émergence de ce nouveau marché de la récréation et des nouveaux usages sportifs dont il s'accompagne témoigne ainsi des dynamiques géographiques et économiques spécifiques aux espaces ruraux. Les évolutions de cette filière permettent de distinguer les logiques économiques de ces espaces, comme l'Ardèche où la récréation sportive dans la nature constitue une nouvelle économie rurale.

### **3.1.1. Les logiques de distribution de l'encadrement professionnel et marchand des sports en France**

Les professionnels de l'encadrement, ayant une carte professionnelle dans le domaine du sport, sont en 2009 environ 110 500 en France, alors qu'ils étaient 148 000 environ en 2003. Ceci correspond à une baisse de 25,3 % dans cet intervalle de temps. Cependant, les

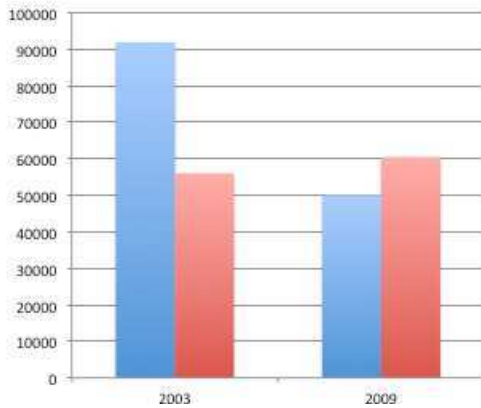
dynamiques de ces acteurs sont hétérogènes. Elles se différencient selon la nature des sports encadrés, entre les sports dits traditionnels et les sports de nature ainsi que selon les espaces considérés. Les sports traditionnels sont, par opposition aux sports de nature, tous ceux qui se pratiquent au sein d'infrastructures artificielles comme les sports de ballon (football, handball, rugby), les sports d'opposition (judo, karaté, boxe) ou encore les sports de raquette (tennis, squash, badminton) et qui donnent majoritairement lieu à des classements issus d'un système de compétition.

La Région Rhône-Alpes accueille, en 2009, 24 475 éducateurs sportifs. Elle est donc la région la plus attractive professionnellement dans ce domaine (soit 22,13 % des éducateurs sportifs totaux en France). Il y a en Rhône-Alpes 9 342 encadrants sportifs professionnels de moins qu'en 2003 (soit une régression de 27,6 %). La tendance est similaire sur le reste du territoire national. Cependant, le taux de pénétration (le nombre d'encadrants pour 1000 habitants) des éducateurs sportifs en Rhône-Alpes a connu la plus forte baisse des régions françaises, passant de 6 éducateurs sportifs pour 1000 personnes en 2003 à 4 en 2009. Les professionnels des sports ont plus diminué dans la population rhônalpine qu'en France (-0,6 %) entre 2003 et 2009. Cette tendance illustrée dans une région métropolisée et touristique amène à tenter d'isoler plus précisément les leviers sociogéographiques de cette dynamique.

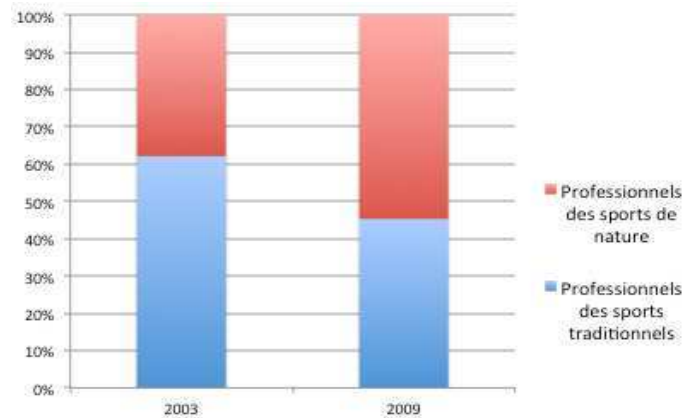
Dans ce cadre, le nombre et la proportion d'encadrants professionnels dans les sports de nature ont évolué au sein de l'ensemble des professionnels de l'encadrement sportif entre 2003 et 2009. Leur nombre est passé de 56 056 à 60 495 pendant que les professionnels des sports traditionnels passaient de 91 952 à 50 075 (graphique 1). Il est essentiel de pondérer cette dynamique par les différences qui peuvent subsister dans la méthode de recensement et d'inscription des professionnels dans ces bases de données entre les deux dates citées. Les évolutions statistiques peuvent être aussi liées à des lissages effectués sur la typologie, la méthode, les doublons ou les personnes ayant stoppé leur activité d'encadrement.

Néanmoins, la filière professionnelle des sports de nature semble la plus dynamique. Ces encadrants constituent désormais la majorité des professionnels des sports en France (54,71 % ; cf. graphique 2).

**Graphique 1 : Nombre de professionnels des sports traditionnels et des sports de nature en France en 2003 et 2009**



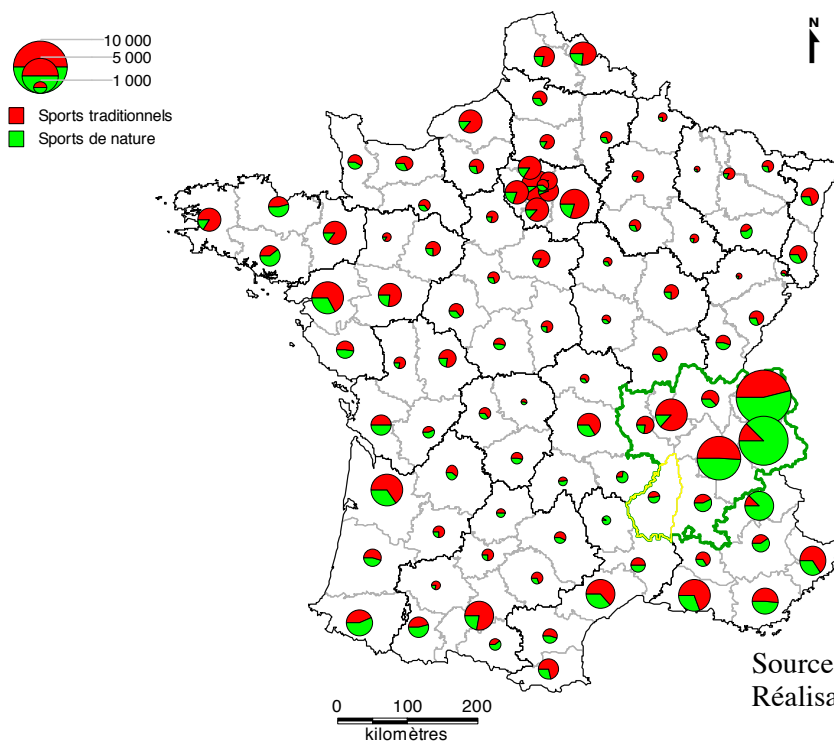
**Graphique 2 : Répartition des professionnels des sports traditionnels et des sports de nature en France en 2003 et 2009**



Source : Ministère des Sports, 2009  
Réalisation : Langenbach, 2012

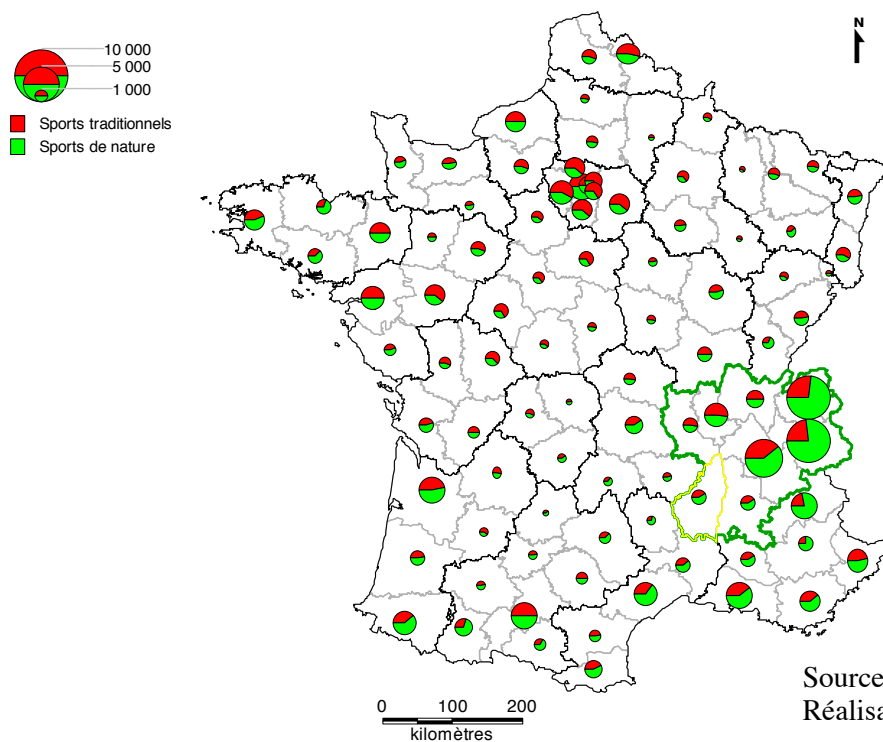
Comme ceci est perceptible sur les deux cartes suivantes, la part des professionnels sportifs de nature et des professionnels des sports traditionnels dans l'encadrement sportif est spatialement hétérogène. En 2003 (cf. carte 2), les éducateurs sportifs de nature approchaient et dépassaient fréquemment les 50 % dans les départements d'une grande moitié sud de la France (au sud d'une ligne allant de la Vendée au Jura). Ceux-ci ont particulièrement gagné du terrain par rapport aux sports traditionnels dans le reste des départements français par la suite (cf. carte 3).

**Carte 2 : Part des professionnels sportifs de nature et traditionnels dans les professionnels sportifs totaux en France en 2003**



Source : Ministère des Sports, 2003  
Réalisation : Langenbach, 2012

**Carte 3 : Part des professionnels sportifs de nature et traditionnels dans les professionnels sportifs totaux en France en 2009**



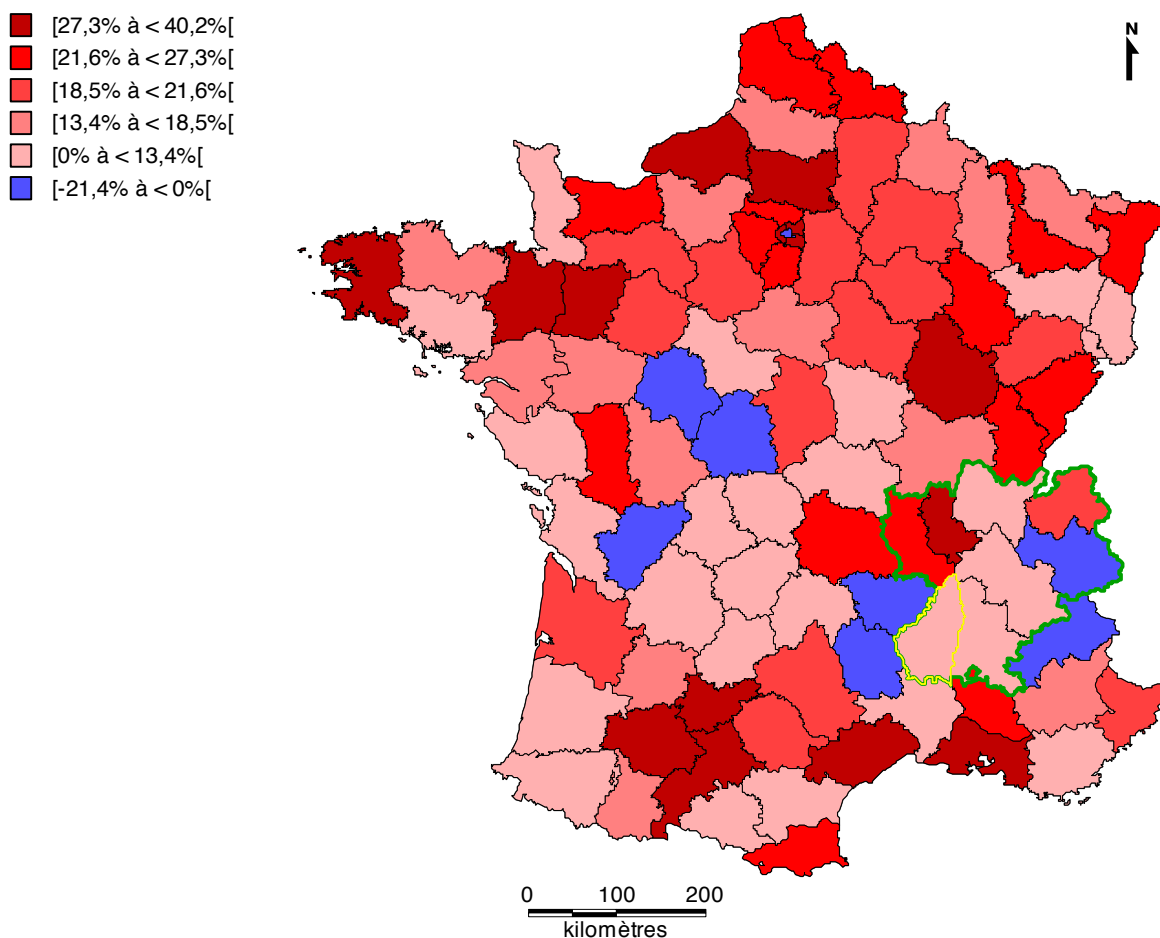
Source : Ministère des Sports, 2009  
Réalisation : Langenbach, 2012

L'augmentation de la part des professionnels des sports de nature est surtout marquée dans les départements de la région parisienne et dans les départements situés en périphérie des massifs montagneux. L'observation successive des deux cartes précédentes, montre cette logique dans les départements des Alpes-Maritimes, des Alpes de Haute-Provence, de la Garonne, des Pyrénées-Orientales. Ainsi, la proximité ou la présence des massifs montagneux ne semble pas permettre de considérer la seule ressource naturelle comme facteur explicatif dans cette augmentation.

Il existe plusieurs causes concomitantes à l'évolution démographique de la filière entrepreneuriale dans les sports de nature qui ne sont pas uniquement liées à des aménités naturelles.

Seuls huit départements français connaissent une diminution de la part des éducateurs sportifs de nature dans le nombre total des éducateurs sportifs entre 2003 et 2009 : les Hautes-Alpes (-8,8 %), la Savoie (-10 %) et la Lozère (-21 %), cf carte 4 page suivante. Les deux premiers suivent l'essoufflement relatif de la filière sportive de montagne et de son industrie dans les milieux montagnards (François, 2007 ; Descamps, 2008). La Lozère pose quant à elle un problème méthodologique puisque les populations y sont très restreintes comparées aux autres départements. Dès lors son intégration à ce raisonnement devient hasardeuse et difficilement comparable aux autres départements français.

**Carte 4 : Évolution de la part d'éducateurs sportifs de nature dans l'effectif total des éducateurs sportifs par département, entre 2003 et 2009**



Source : Ministère des Sports 2003, 2009  
Réalisation : Langenbach, 2012

L'analyse des évolutions de la professionnalisation des sports de nature tend à illustrer statistiquement et géographiquement l'émergence d'une alternative professionnelle qui possède une attractivité croissante chez les pratiquants des sports de nature en France, par rapport aux sports traditionnels. Ces hétérogénéités spatiales seraient donc liées à des facteurs géographiques tels que la démographie, le tourisme ou la nature.

Les départements ayant de fortes représentations des professionnels de l'encadrement sont des départements montagnards et touristiques. Cette tendance illustre la présence d'un rapport entre les ressources touristiques, les ressources naturelles et une forte représentation des professionnels de l'encadrement des sports de nature. Ainsi, le département de l'Ardèche se positionne comme le premier département non montagnard (cf. carte 5) par le taux de pénétration des professionnels de l'encadrement des sports de nature en 2009. Avec la Lozère, dont la population est particulièrement faible (72 000 habitants, soit 4 fois moins qu'en

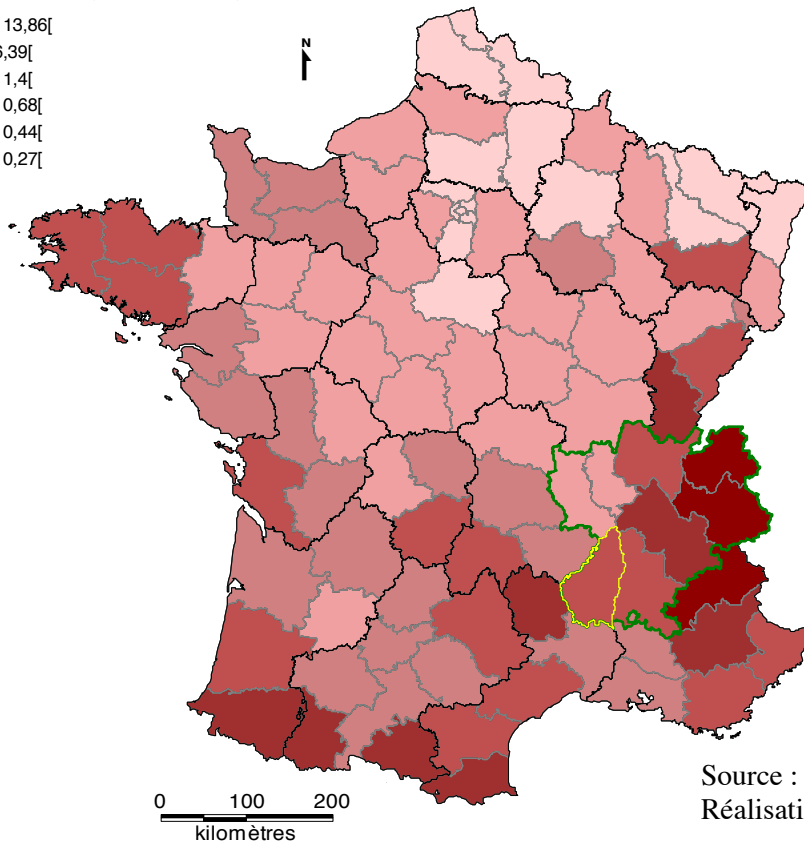


Ardèche), l'Ardèche est le département rural, non montagnard et touristique, où les professionnels des sports de nature sont les plus nombreux au sein de la population (1,59 professionnel pour 1000 habitants). Il y a donc un effet de filière dans certains départements ruraux.

**Carte 5 : Taux de pénétration des professionnels de l'encadrement des sports de nature en France en 2009**

Taux de pénétration des professionnels des sports de nature (/1000 habitants)

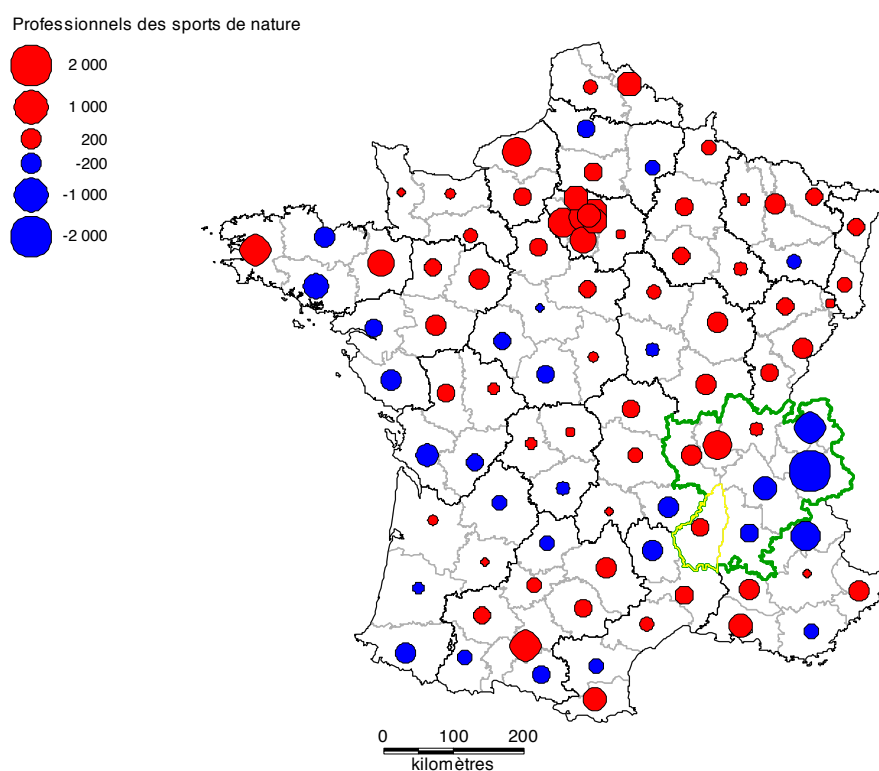
- [6,39 à < 13,86[
- [1,4 à < 6,39[
- [0,68 à < 1,4[
- [0,44 à < 0,68[
- [0,27 à < 0,44[
- [0,08 à < 0,27[



Source : Ministère des Sports, 2009  
Réalisation : Langenbach, 2012

Cette dynamique ne peut pas être directement et uniquement imputée à l'une ou l'autre de ces ressources, puisque les sports de nature se développent et se professionnalisent, suite à des interactions entre les pratiquants et selon une culture locale (de Bellefon, 1999). Les pratiquants des sports de nature se professionnalisent suivant des opportunités qui émergent socialement et localement (Facchini, 2006). Ainsi, la répartition de ces entrepreneurs au sein de la population a évolué dans le temps et dans l'espace. Ces dynamiques s'appliquent aussi, d'une part, aux départements urbains et métropolisés et, d'autre part, aux départements touristiques et montagnards.

**Carte 6 : Evolution du nombre de professionnels des sports de nature en France entre 2003 et 2009**



Source : Ministère des Sports, 2009  
Réalisation : Langenbach, 2012

**NB :** La représentation des informations géographiques de la carte 6 est dimensionnée selon une Méthode dite de « progression logarithmique ». Elle a été préférée à l'évolution linéaire plus classique pour mettre l'accent sur les valeurs médianes. En effet, la tendance pour le département de l'Ardèche suivant cet indicateur est bien positive, contrairement aux départements rhônalpins de montagne, mais de manière peu marquée. Le logarithme permet donc d'insister graphiquement sur cette tendance.

Les encadrants des sports de nature ont progressé intrinsèquement entre 2003 et 2009 dans les départements métropolisés (Ile-de-France, Rhône, Haute-Garonne, Bouches-du-Rhône, Nord) ainsi que dans certains départements ruraux, dont fait partie l'Ardèche. En revanche, ce nombre a baissé dans les départements touristiques et montagnards et dans certains départements littoraux, où la surfréquentation touristique pose des problèmes de préservation de l'environnement naturel nécessaire aux sports de nature (Var, Landes, Gironde, Morbihan, Loire-Atlantique, Vendée, Charente-Maritime). La filière y serait-elle dans l'incapacité de valoriser une ressource naturelle préservée, et donc attractive ?

A la lecture de la carte précédente, l'Ardèche est remarquablement pourvue en encadrants dans la filière sportive de nature pour un département non montagnard tandis que le nombre de ces entrepreneurs y est en progression. Ceci permet de confirmer la position de l'Ardèche comme un département où, si le développement des sports de nature a été fort par le passé et a atteint un niveau fort rapporté aux départements voisins, il continue à gagner du terrain par rapport aux sports traditionnels. Cette dynamique s'inscrit, pour les pratiquants locaux ou régionaux, à la fois dans un effet de mode (persistance de la recherche du fun et du sport californien), et à la fois dans la recherche d'une filière professionnelle possédant de réels débouchés localement (Herbin, 1980). Enfin, le nombre d'éducateurs sportifs totaux déclarés a tendance à régresser, soulignant de ce fait les difficultés dans l'insertion professionnelle que soulève la filière d'encadrement traditionnel, sans doute due en partie à l'autonomisation grandissante des pratiquants sportifs (Brohm, 1992).

Les départements alpins de la Savoie et des Hautes-Alpes voient leur nombre d'éducateurs sportifs de nature décroître, respectivement de 12 % et 25 %. Cette problématique issue de plusieurs facteurs (crise structurelle de la filière touristique hivernale et donc montagnarde, engorgement de l'offre d'encadrement sportif de nature, dégradation environnementale liée aux sports d'hiver) épargne l'Ardèche, mais concourt à l'opposition de sa dynamique entrepreneuriale avec ces départements.

Dès lors, la crise du tourisme de montagne (Bourdeau, 2007) dans les départements alpins touche le secteur marchand connexe des sports de nature dans les stations touristiques, tandis qu'en complément la fréquentation baisse sensiblement (Descamps, 2008). L'attractivité entrepreneuriale de ces départements montagnards et touristiques est sensiblement en baisse. L'offre locale de sports de nature subit une surabondance critique (Emergence 2007 ; Rech et *al.*, 2009) entretenue par une très forte présence locale de professionnels de l'encadrement (diplômés par l'Etat) et par les moniteurs employés au sein des grands ensembles touristiques par des groupes industriels touristiques (Club Med, U.C.P.A.).

Le nombre de professionnels de l'encadrement dans les sports de nature et leurs évolutions soulignent l'attractivité de la filière marchande en Ardèche. Le dynamisme de cette filière dans ce département se démarque ainsi de la concurrence, suivant les mutations démographiques et les mutations structurelles qui différencient les départements touristiques ruraux et montagnards. En effet l'Ardèche est un département rural, peu peuplé et qui n'a

jamais été soumis aux mêmes enjeux touristiques en montagne, malgré la présence d'un massif relativement montagneux (contreforts du Massif Central), que les départements alpins ou pyrénéens français (C.D.T. 07, AlterEspaces, 2007). Les entrepreneurs de ce marché de l'encadrement développent leurs activités marchandes selon des caractéristiques saisonnières et réglementaires spécifiques.

Il est nécessaire de prendre en compte ces variations pour obtenir une lecture pertinente de ce que représente localement l'encadrement professionnel et marchand dans les sports de nature.

### **3.1.2. Les cadres socio-économiques de l'activité marchande d'encadrement dans les sports de nature**

Les sports de nature sont par définition des activités fortement saisonnières puisque les conditions d'accès idéales à la nature sont sujettes à saisonnalité. Ces variations, alliées aux périodes de vacances, participent à une forte augmentation des enjeux économiques autour des quelques mois composant la saison principale. La "saison" est communément la véritable période "d'embâcle" touristique et économique qui s'étire tous les ans du 15 juin au 15 août (A.F.I.T., 2004).

Autour d'elle, se situent des périodes dites d'avant et d'après saison dont le but est de faire la jonction en ne laissant aucune "basse saison". La forte demande estivale conduit certains établissements sportifs à recruter fortement pour l'occasion, à accroître le nombre d'emplois ou à sous-traiter certaines prestations. Par exemple, pour deux tiers des prestataires de l'encadrement sportif de nature rencontrés<sup>34</sup> en Ardèche, la saison d'été (période du 15 juin au 15 août) représente 80 % de l'activité annuelle, en volume de chiffre d'affaires, alors que pour le tiers restant cette proportion descend jusqu'à 50 %.

La consolidation de ces arrières-saisons ou basses saisons constitue un des enjeux de la pérennisation marchande des sports de nature en les rendant moins vulnérables aux fluctuations de la demande, aux crises touristiques (Bourdeau, 2007) ou climatiques (François et *al.*, 2010). Cette recherche frénétique d'encadrants professionnels diplômés sur des

---

<sup>34</sup> Propos basés sur la partie présentant le cadrage de l'activité marchande de chaque entrepreneur des sports de nature en Ardèche et obtenus lors d'entretiens semi-directifs. Ces informations ont constitué un préambule aux entretiens, dont la méthodologie détaillée est présentée en introduction de la Partie 2 (p. 124)

périodes relativement courtes (Paget et *al.*, 2007), alliée à l'engorgement relatif de l'offre de services, et aux réminiscences de la culture de la resquille (Bourdeau, 2003), a conduit à la création d'une économie souterraine (Crevoisier et *al.*, 2007). Celle-ci correspond à la masse d'activité non déclarée, "au noir", que les sports de nature engendrent. Une recherche approfondie sur la filière de la plongée aquatique montre, par exemple, que les données officielles en matière d'emploi concernent de 22 à 40 % du fonctionnement de la filière (Mouton, 2005). Il en va de même pour les chiffres d'affaires globaux dont 30 à 50 % appartiennent à une économie parallèle. La majeure partie des transactions seraient dans ce cas dissimulées. Ces volumes semblent pouvoir s'appliquer à l'ensemble des loisirs sportifs de nature puisque les cadres socio-économiques de la plongée aquatique en sont proches (Mouton, 2005).

Cela implique deux enjeux socio-économiques principaux, outre la précarité sociale dans laquelle se situent les travailleurs et le manque à gagner pour la collectivité en recettes fiscales : une **clandestinité locale relative** et une **invisibilité économétrique**.

- **la clandestinité locale relative** : la dissimulation de l'activité économique via des prestations "au noir" s'entend quasi intégralement en termes de non-contractualisation réglementaire et d'absence de versement des charges sociales et fiscales concernant les transactions. Elle correspond aussi à la volonté des entrepreneurs de dissimuler toutes les informations quantitatives ayant trait à leur activité dans un espace concurrentiel (Ingram, 1989). Elle ne s'entend cependant pas de manière physique puisque les prestataires sont bien visibles et présents lors des activités qu'ils encadrent. Une partie au moins des prestataires a tendance à chercher à pérenniser son activité en s'intégrant ou en s'intéressant aux procédures de gestion collective des sports de nature<sup>35</sup>. Cette clandestinité est à "voilure réglable" dans le but de maximiser un profit personnel à propos duquel certains prélèvements sociaux sont perçus comme injustifiés ;
- **invisibilité économétrique** : cette dissimulation d'activités pose des problèmes méthodologiques dans l'optique de l'observation d'une filière locale et de ses effets sur les territoires. Si les comportements marchands des acteurs observés sont bien réels et tangibles, leurs retranscriptions dans les comptes publics et officiels ne le sont eux, pas du tout. Elle oblige à pondérer de manière fragile les évaluations localisées de volume ou d'intensité des échanges marchands. Si les flux mis en lumière restent d'ordre marchands,

---

<sup>35</sup> Propos basés sur la partie présentant le cadrage de l'activité marchande de chaque entrepreneur des sports de nature en Ardèche et obtenus lors d'entretiens semi-directifs. Ces informations ont constitué un préambule aux entretiens, dont la méthodologie détaillée est présentée en introduction de la Partie 2 (p. 124).

ils sont par nature incomparables aux prestations "officielles" puisque le bénéfice ou la marge réalisés divergent fortement. Le géographe ou l'économiste doivent adapter leur approche méthodologique en conséquence. Ainsi, il n'est pas question de comparer économies publiées et économies dissimulées en les mesurant avant de les situer au sein des espaces, mais plutôt de comprendre leurs effets et leurs fonctionnements. Il serait nécessaire de développer une approche de sociologie fine, pour comprendre les mécanismes de la dissimulation fiscale et dépasser les limites déjà mises en lumière dans les premiers travaux sur les micromentalités des entrepreneurs du tourisme sportif de nature (Bouahouala, 2000).

Les prestataires d'encadrement dans les sports de nature doivent impérativement déclarer au préalable, dès leur installation administrative, leur activité à la Direction Départementale de la Cohésion Sociale et de la Protection des Populations (D.D.C.S.P.P.) du département d'exercice. Ceci est obligatoire pour vérifier que les éducateurs sportifs possèdent les diplômes et la formation adéquats. Si ce manquement peut entraîner une sanction, il engendre des distorsions dans les recensements des professionnels encadrants puisque tous ne procèdent pas à cette déclaration. Les raisons évoquées par les professionnels des sports de nature rencontrés durant cette thèse sont de rester ainsi dans une forme de « clandestinité fiscale » (puisque la D.D.C.S.P.P. n'a pas pour vocation de faire des contrôles dans ce domaine ni de dénoncer les situations qu'elle jugerait irrégulières) ou de pouvoir conserver la flexibilité entrepreneuriale qu'ils n'estiment pas garantie une fois inscrits. Une petite partie des prestataires rencontrés dans cette thèse (environ 3 sur 18) n'était pas déclarée dans leur département d'exercice. Cette proportion est beaucoup plus forte chez les encadrants qui se déplacent pour exercer tout au long des saisons (Reveret, Versant-Sud 2006). Toutefois, certains professionnels ancrés se gardent le droit d'officialiser les prestations d'encadrement effectuées quotidiennement, parfois ultérieurement et après réflexion, pour des raisons :

- de **sécurité**, puisqu'en cas d'accident le prestataire est obligé de prouver que son activité se déroulait au sein d'un cadre contractuel réglementaire pour pouvoir bénéficier d'une assurance ;
- d'**affichage économique local**, afin d'exister localement et publiquement au sein de la filière sportive et contribuer à la gouvernance du marché ou de la filière sportive de nature locale ;

- de **contractualisation**, puisque certaines prestations peuvent intervenir dans le cadre de contrats de sous-traitance entre plusieurs établissements ou prestataires touristiques et sportifs qui requièrent cette officialisation ;
- **administrative**, pour attester de l'activité minimum nécessaire à un statut juridique donné, comme celui d'indépendant et en payer les charges annuelles fixes (cotisations sociales et assurance responsabilité civile professionnelle).

Ces logiques sociales appuient la complexité des modes de mise en marché des Sports de nature et donc la pertinence d'une approche par le territoire.

### **3.1.3. La composition de la filière d'encadrement marchande des sports de nature en territoire rural.**

En France, les professionnels des sports de nature dont les activités sont présentes dans le milieu rural ardéchois et qui composent la typologie choisie pour ce travail, et pour ce type de territoire, étaient 6 638 en 2009. Ils se répartissent dans les catégories de pratiques que sont les sports aériens, les sports aquatiques, les sports cyclistes, les sports pédestres, le canyon et la spéléologie<sup>36</sup> et les sports de montagne suivant le tableau reproduit en annexe (cf. annexe 1). Ces données chiffrées sont issues de la base de données ministérielle sur les professionnels de l'encadrement sportif produite en 2009.

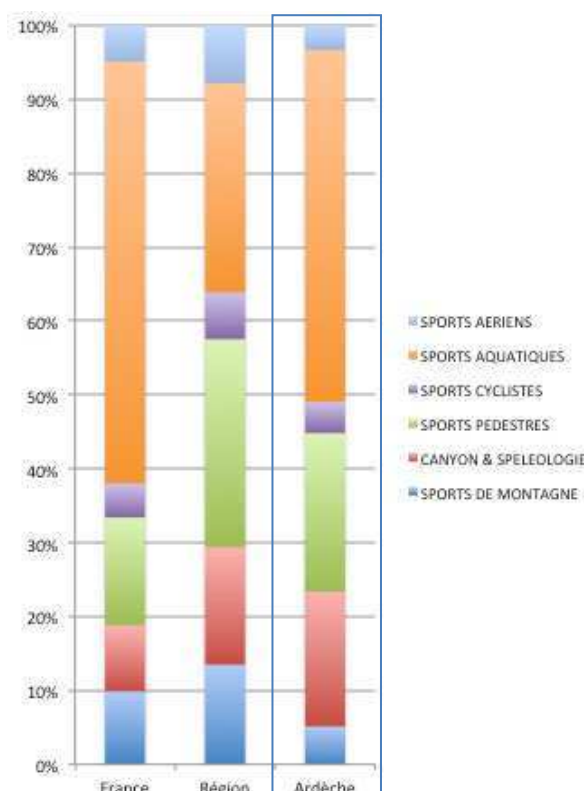
Elle est composée des entrepreneurs ayant déclaré localement leurs activités. Il a ainsi été nécessaire de lisser les informations pour éliminer les prestataires ayant déclaré plusieurs domaines d'encadrement lorsqu'ils sont titulaires des qualifications adéquates. Dans ce cas, c'est la première qualification obtenue qui représente la principale activité sportive exercée professionnellement. Ce recensement comporte quelques biais qui tiennent notamment à l'hétérogénéité des sources originelles des données (les Directions Départementales) et à la complexité de la nomenclature utilisée par le Ministère des Sports pour classer les emplois de ce secteur. Pour exemple, les Accompagnateurs de Moyenne Montagne ont été volontairement transférés depuis les sports de montagne vers les sports pédestres et seuls l'escalade ou le guidage en haute montagne sont encore présents dans la catégorie des sports de montagne.

---

<sup>36</sup> Ceci englobe les professionnels diplômés pour encadrer en spéléologie, avec ou sans la qualification supplémentaire pour encadrer en canyoning et les professionnels diplômés pour encadrer en escalade possédant la qualification pour le canyoning

Les sports aquatiques forment la famille d'activités la plus pourvue en encadrants en France (2 656 entrepreneurs). Le reste des activités sportives évolue entre 216 (cyclisme) et 678 (sports pédestres) professionnels. Les encadrants en matière de canyon et de spéléologie puis de sports de montagne sont d'un volume proche (417 contre 461). Ils se répartissent, en France, dans la région Rhône-Alpes et en Ardèche de manière hétérogène et selon la figure suivante :

**Graphique 3 : Répartition des professionnels de l'encadrement dans les sports de nature en France, dans la région Rhone-Alpes et en Ardèche par famille d'activités en 2009**



Source : Ministère des Sports, 2009  
Réalisation : Langenbach, 2012

En France, les prestataires d'encadrement dans les sports de nature exercent à 31,1 % avec le statut de travailleur indépendant et 51,4 % avec le statut de salarié. En Ardèche, ils sont 25 % à être indépendants et 66,6 % à être salariés (Ministère des Sports, 2009). Cependant, entre 2000 et 2009, le taux de travailleurs indépendants y a augmenté de 5% tandis que le taux de salariés baissait de 7%. Le salariat laisse donc visiblement la place à des activités entrepreneuriales plus flexibles illustrées par la dynamique des entreprises

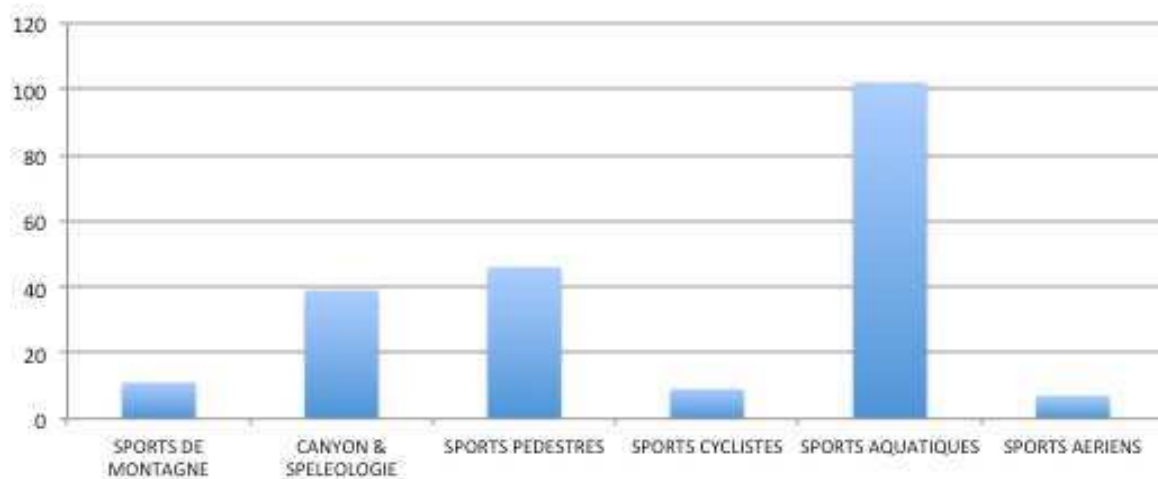


unipersonnelles des travailleurs indépendants. Cela renforce l'existence et l'évolution spécifique du secteur des services marchands dans les sports de nature, en territoire rural.

Mais cet indicateur est particulièrement fragile puisque la base de données du Ministère des Sports dont il est issu, ne mentionne que dans la moitié des cas environ le statut professionnel, tandis qu'elle recense pour certains deux statuts différents. Il n'existe pas d'autres enquêtes à grande échelle recensant les statuts des prestataires d'encadrement sportif dans les sports de nature.

Le département de l'Ardèche fait preuve d'une distribution singulière des professionnels de l'encadrement dans les sports de nature qui illustre les tendances fortes de la filière locale du tourisme sportif de nature en territoire rural. Celle-ci permet d'identifier et de valoriser les spécificités structurelles du marché des sports de nature en Ardèche, en la confrontant à la distribution de l'offre aux niveaux régional et national. Les professionnels de l'encadrement y sont au total 328 en 2009 tandis que la famille d'activités principale est aussi en Ardèche celle des sports aquatiques (cf. graphique 4). Le canyon, la spéléologie et la randonnée pédestre sont surreprésentés départementalement. Cette tendance est principalement justifiée par le développement fort du secteur de l'eau vive et du canoë-kayak, pour la descente des Gorges de l'Ardèche et du Chassezac<sup>37</sup> (Duval, 2007).

**Graphique 4 : Nombre de professionnels des sports de nature en Ardèche par famille d'activités en 2009**



Source : Ministère des Sports, 2009  
Réalisation : Langenbach, 2012

<sup>37</sup> Le Chassezac est un des cours d'eau structurants en Ardèche qui coule d'ouest en est, prend sa source en Lozère, passe par Les Vans et rejoint la rivière Ardèche au sud de Ruoms.

Les activités venant après les sports aquatiques (randonnée pédestre, spéléologie, canyon) sont les marqueurs de la filière sportive de nature en Ardèche. Elles constituent les familles d'activités à caractère sportif qui y sont surreprésentées dans les offres marchandes (C.D.T. de l'Ardèche, Altimax 2008).

Elles indiquent d'une part une tendance à l'utilisation transversale du support aquatique dans les prestations marchandes et, d'autre part, l'attractivité de l'offre sportive de découverte d'espaces naturels via la randonnée (A.F.I.T., 2004). Il y a 39 professionnels du canyon et de la spéléologie déclarés en Ardèche et 46 pour la randonnée pédestre, contre 102 pour les sports aquatiques. Entre 2001 et 2009 le nombre total de professionnels des sports de nature a ainsi augmenté en Ardèche de 11,9 % (303 en 2001). Toutefois, les sports aquatiques (-2,5 %) et cyclistes (- 43,7 %) ont vu leur nombre de professionnels décroître.

Le nombre des entrepreneurs a augmenté dans les autres pratiques dans des proportions importantes : 15 % pour les sports de montagne, 16 % pour les sports pédestres, 27,5 % pour les sports équestres et 75 % pour les sports aériens. Cependant, ces pourcentages sont sujets à caution puisqu'ils illustrent une évolution partant parfois d'un indice faible (sports de montagne, cyclistes ou aériens). Le nombre d'entrepreneurs dans le secteur du canyon et de la spéléologie est resté stable dans ce laps de temps.

Les sports de montagne, la randonnée pédestre, le canyon et la spéléologie ressortent bien comme des activités surreprésentées professionnellement en Ardèche. Les entrepreneurs des sports pédestres sont plus représentés au sein de la population rurale d'Ardèche qu'en France, tandis qu'ils sont quelque peu en retrait par rapport au reste des départements de la région, notamment touristique. Cette dernière tendance s'explique en partie par le rôle des dynamiques entrepreneuriales dans les espaces touristiques de montagne où la randonnée pédestre constitue toujours une alternative estivale aux sports d'hiver dans l'offre marchande de loisirs sportifs.

Si l'encadrement dans les sports aquatiques, dans les sports de montagne et dans le canyon et la spéléologie sont structurants de l'offre marchande en Ardèche (Mao, Dupuy, 2002 ; C.D.T. de l'Ardèche, Altimax, 2008), la relative stagnation du nombre de prestataires entre 2001 et 2009 montre que ce marché a atteint un stade de maturité (Vu Manh Chien, 2007). Ces activités sportives marchandes y tendent vers un point d'équilibre entre l'offre et la demande.

En revanche, les autres familles sportives continuent à gagner en prestataires et soulignent d'un côté le dynamisme du marché de l'encadrement dans des sports de nature ludiques et de l'autre l'émergence par diversification ou innovation de nouvelles offres marchandes. Enfin, les sports de montagne continuent à être attractifs professionnellement notamment grâce à l'alternative récente qu'ils offrent de pouvoir encadrer en canyoning (Suchet, 2007). Par ailleurs, les sports cyclistes voient leur nombre d'encadrants décroître. Cette dernière dynamique s'explique en bonne partie par une crise de son modèle d'encadrement<sup>38</sup>, originellement peu adapté au tourisme sportif par son engagement physique important.

Ces hétérogénéités dans l'offre marchande d'encadrement montrent les secteurs et les milieux naturels qui sont particulièrement attractifs commercialement en territoire rural. Ils y soulignent les spécificités locales marchandes des sports de nature.

### **3.2. Les équipementiers des sports de nature**

A côté de ces entrepreneurs de l'encadrement, même s'ils sont les plus structurants dans les territoires ruraux comme l'Ardèche, les producteurs de matériels sportifs qui s'adressent aussi bien aux encadrants qu'à toutes les formes de pratique jouent un rôle important.

Les produits issus de cette filière sont permanents et uniquement destinés à être utilisés dans le cadre de loisirs sportifs se déroulant dans la nature. Leurs producteurs composent une filière industrielle spécifique. Peu d'informations sont disponibles afin d'évaluer de manière pertinente son ampleur et son volume économique. Néanmoins, plusieurs aspects ont été abordés dans des études de marketing, d'économie et de sociologie quantitative sur cette industrie (Desbordes et *al.*, 2001).

Le poids économique des grands groupes de distributeurs (Décathlon dominant le secteur, devant Intersports, Sport 2000, Go-Sport) est connu grâce aux rapports annuels des entreprises et aux différentes publications de synthèse réalisées annuellement (Lettres de

---

<sup>38</sup> Entretien avec le président du syndicat des professionnels du cyclisme, les Moniteurs Cyclistes Français

l'économie du sport<sup>39</sup>). Un certain nombre d'indicateurs, comme les chiffres d'affaires, le nombre de salariés ou le nombre de points de vente, permettent de suivre les dynamiques et le positionnement de chaque entreprise dans ce secteur particulièrement concurrentiel. Cependant, il est difficile de saisir la place de ces grands groupes spécialisés par rapport aux autres entreprises du secteur (grande distribution classique, magasins indépendants, producteurs spécialisés). Un autre biais provient de la difficulté à évaluer la part de ces articles (et de fait, du chiffre d'affaires global) destinés à un usage sportif dans la nature. Les analyses menées par activité ou pratique s'attachent donc à rassembler de multiples indicateurs afin d'estimer le marché d'un type d'équipement sportif.

Par ailleurs, il existe des études sectorielles, par exemple sur la plongée subaquatique (Chauveau, 2005). Pour le marché français, les ventes d'équipement de plongée représentent un marché d'environ 80 millions d'euros annuels, avec quelques approximations. La part de la France dans ce marché international serait comprise entre 5 à 6 % tandis que les pays voisins de la France annoncent des chiffres d'affaires bien plus importants (130 millions en Allemagne, 150 millions en Italie, 500 millions aux USA et 200 millions au Japon ; Chauveau, 2005). La distribution de ce marché s'opèrerait à 35 % par les grandes enseignes spécialisées (Décathlon, Go-Sport, Vieux-Campeur), à 10 % par des hypermarchés (Leclerc, Auchan, Carrefour), à 5 % en direct dans les centres de plongée et à 50 % chez les revendeurs spécialisés.

Cette étude sectorielle identifie les volumes respectifs des différents postes de consommation (matériel, vêtements). Ces postes se regroupent dans des familles d'articles de sport évaluées dans des analyses marketing et statistiques par les entrepreneurs ou les organismes de financement personnel (tableau 1). Elles indiquent ce que les consommateurs déclarent acheter dans chacune de ces branches. Toutefois, il n'est pas possible de considérer qu'elles reflètent précisément les volumes de capitaux en jeu. Il existe des distributeurs indépendants, et l'entrée par des organismes de crédit est parcellaire.

---

<sup>39</sup> Hebdomadaire édité par le Groupe Sport.fr et publié sur Internet à l'adresse : <http://www.sport.fr/LES/>

**Tableau 1 : Evaluation du marché des principales familles d'articles de sport (en millions d'euros)**

<b>Types d'articles</b>	<b>F.N.C.A.S.L. (1997)</b>	<b>I.N.S.E.E. (1995)</b>	<b>CETELEM (1999)</b>
<b><i>Les vêtements sportifs</i></b>	<b><i>1 700</i></b>	<b><i>1 400</i></b>	<b><i>2 900</i></b>
Ensembles et survêtements	700		
Ensembles d'hiver	500		
Ensemble de bain	400		
Autre (randonnée, escalade)	70		
<b><i>Les chaussures de sports</i></b>	<b><i>700</i></b>	<b><i>1 500</i></b>	<b><i>1 500</i></b>
Jogging	200		
Cross training	100		
Randonnée	50		
<b><i>Le matériel et les accessoires</i></b>	<b><i>1 600</i></b>	<b><i>600</i></b>	<b><i>1 400</i></b>
Cycles	700		
Pêche et chasse	400		
Ensemble de ski (alpin, nordique)	200		
Plongée	70		
Randonnée (sacs, tentes, accessoires)	60		
<b><i>Total</i></b>	<b><i>4 000</i></b>	<b><i>3 500</i></b>	<b><i>5 800</i></b>

Source : Desbordes et *al.*, 2001  
Réalisation : Langenbach, 2012

On observe que les cycles et les vêtements constituent les principaux achats de matériels sportifs de nature. De manière globale, quelle que soit la source de ces informations, le marché des principales familles d'articles de sport représente entre 3,5 et 5,8 milliards d'euros, ce qui en fait un marché important malgré le différentiel entre les deux bornes. Cette approche comparative montre de grandes variations dans les différentes estimations et selon les enquêtes. D'un côté il s'agit des chiffres d'affaires annoncés par les entreprises productrices (F.N.C.A.S.L.). D'un autre côté, sont cités les chiffres de consommation des ménages (I.N.S.E.E., CETELEM<sup>40</sup>). Les rapports varient du simple au double entre les

<sup>40</sup> Compagnie pour le financement des équipements électroménagers (société française spécialisée dans le crédit à la consommation)

chiffres d'affaires relevés globaux ou partiels. Cette variation illustre en partie la différence de point de vue entre les producteurs de la filière et les consommateurs.

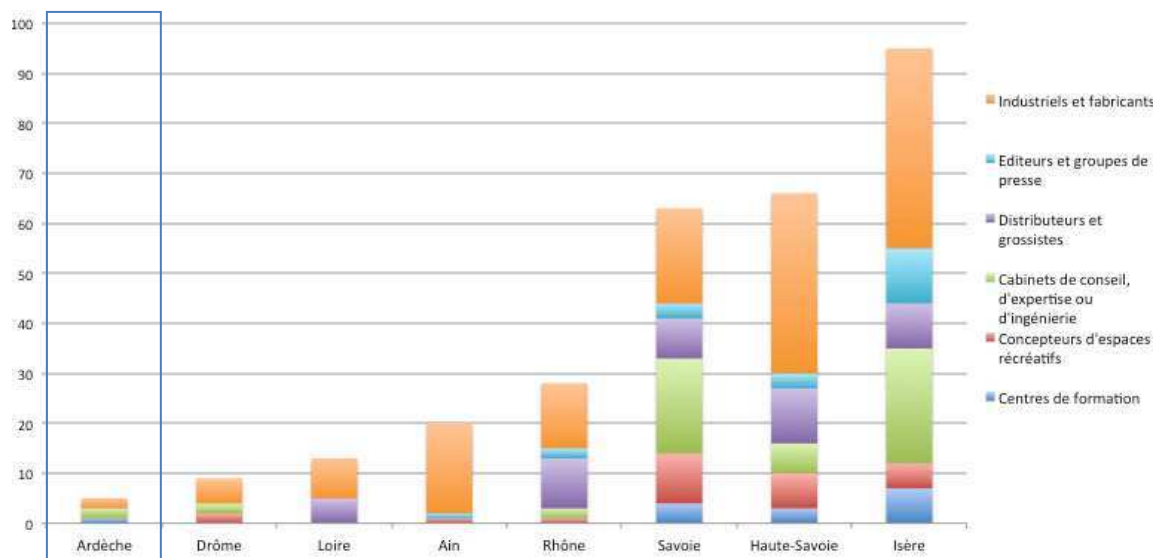
La filière industrielle et productive des sports de nature n'a jusqu'alors pas été évaluée localement dans son intégralité. Elle est composée d'entreprises participant de secteurs très hétérogènes et se localisant de manière, elle aussi, très hétérogène (Emergence, 2006). Il n'existe que des informations parcellaires sur ce secteur. Cependant, les volumes en jeu dans ce secteur sont désormais conséquents et, ils sont potentiellement en mesure d'influencer sur les économies locales des territoires ruraux.

### *Les entreprises productives et distributrices de la filière des sports de nature en Rhône-Alpes et en Ardèche*

Le secteur de la production et de la distribution de matériels et de produits permettant la pratique des sports de nature est structurant dans la région Rhône-Alpes. Elle est la première région française pour la fabrication d'articles de sports. Toute la filière, de la production à la distribution, y est représentée (Emergence, 2006). Cette filière régionale affiche un chiffre d'affaires de plus d'un milliard d'euros et compte plus du quart des entreprises totales implantées sur cette zone (Objectifs Rhône-Alpes, 2002). Ce secteur est en plein essor et comporte les activités suivantes : les centres de formation, les concepteurs d'espaces récréatifs, les cabinets de conseil, d'expertise ou d'ingénierie, les distributeurs et grossistes de matériel, les éditeurs et les groupes de presse, les industriels et fabricants. Ainsi, au-delà du domaine du ski, plusieurs sociétés implantées dans la région occupent des places de premier ordre dans leur secteur : Lafuma et Millet dans les vêtements ; Béal et Petzl dans le matériel de montagne et de travaux acrobatiques ; Entreprises dans les structures artificielles d'escalade ; Charlet-Moser et Simond dans le matériel d'alpinisme ; Atan dans les combinaisons de nage en néoprène.

Les entreprises de cette filière sont 299 dans la région et se répartissent dans les départements rhônalpins, de la manière suivante :

**Graphique 5 : Les entreprises productives de la filière des sports de nature par département rhônalpin en 2006**



Source : Emergence, 2006  
Réalisation : Langenbach, 2012

Si les départements alpins sont toujours aux premiers rangs, l'Ardèche ne compte que cinq entreprises. Ce département comporte deux entreprises de fabrication de matériels sportifs (vêtements et combinaisons en néoprène pour Atan et embarcations de canoë-kayak pour Dag), un centre de formation et deux cabinets de conseils dans le champ des loisirs sportifs de nature.

Ce secteur ne constitue pas une industrie en Ardèche. Ce département rural n'est globalement pas attractif pour le secteur productif (I.N.S.E.E., 2007), y compris en ce qui concerne la production dans le champ des loisirs sportifs de nature. Cependant, les entreprises de ce secteur n'y sont pas exclusivement tertiaires. Les deux seules entreprises implantées localement produisent du matériel qui est pour plus de la moitié destiné à être utilisé localement.

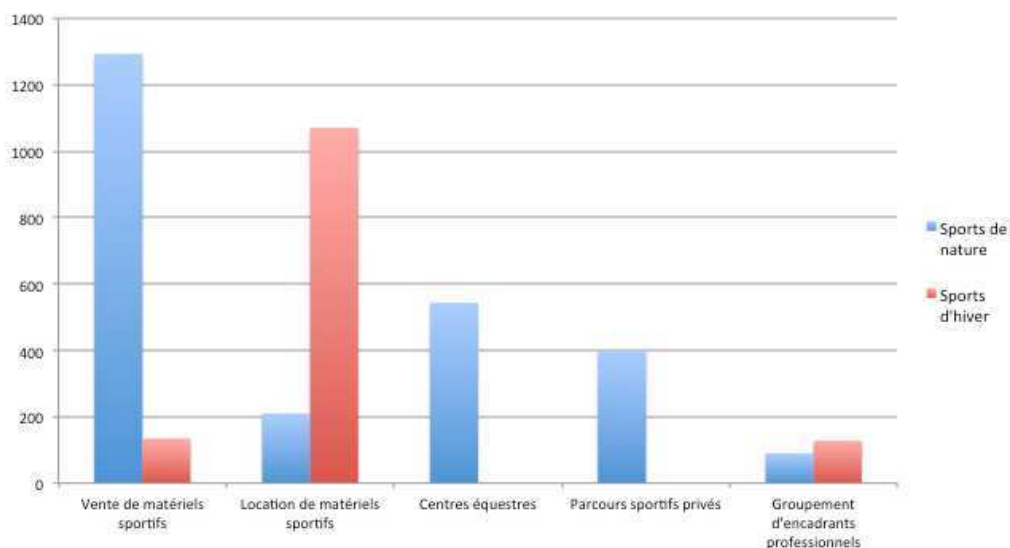
Toutefois, un centre de formation professionnelle d'envergure nationale est implanté en Ardèche, le C.R.E.P.S. de Vallon-Pont-d'Arc<sup>41</sup>, où des entrepreneurs, implantés localement, vont encadrer des élèves. Il participe à la formation d'une filière locale relativement déséquilibrée au profit des activités de services.

<sup>41</sup> Il forme les professionnels de l'encadrement sportif dans le domaine des sports "sur corde" dont les spécificités structurelles et réglementaires le positionnent comme l'une des deux structures de référence de ce type en France

### 3.3. Les prestataires de services commerciaux en Ardèche

Les prestataires de services commerciaux sont des structures fournissant des services de location ou de vente de matériels, de gestion d'espaces, ou encore des collectifs de professionnels de l'encadrement dans le champ des loisirs sportifs de nature. Ils représentent plus de 3 800 structures à l'échelle de la Région Rhône-Alpes, très majoritairement dans le secteur de la vente et de la location de matériel. Ce secteur recouvre près des deux tiers des opérateurs comptabilisés. Les sports d'hiver sont fortement représentés dans les activités de location de matériels sportifs et, dans une moindre mesure, dans la vente, ou dans les groupements d'encadrants. La lecture du graphique 6 montre les différences entre ces activités lorsque l'on y isole la place des sports d'hiver :

**Graphique 6 : Nombre de prestataires de services sportifs commerciaux par type d'activité en Rhône-Alpes en 2006**



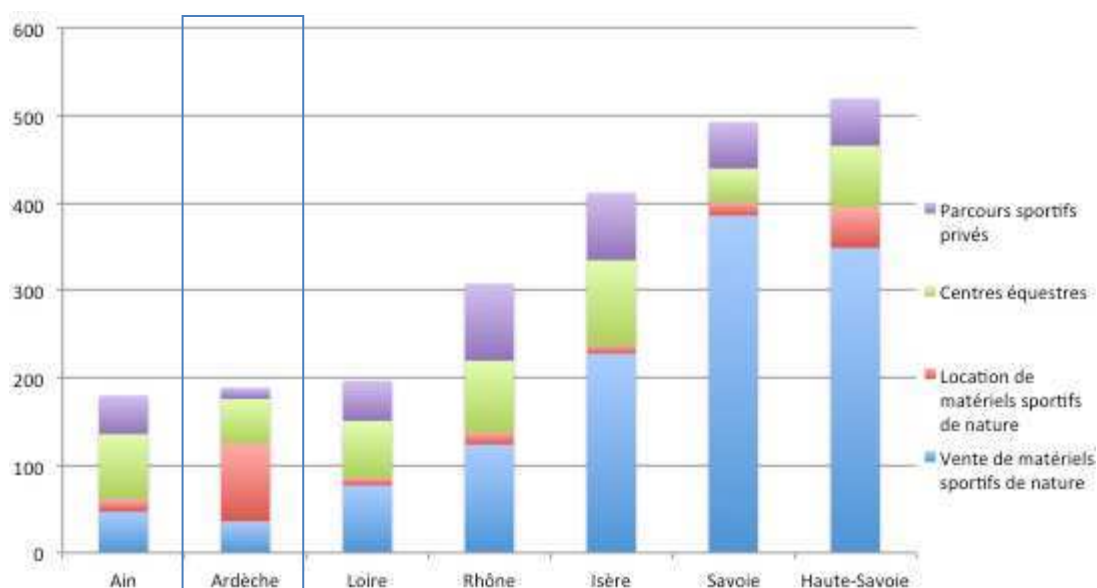
Source : Ministère des Sports, 2009  
Réalisation : Langenbach, 2012

Les lieux de location et de vente de matériels destinés aux sports d'hiver sont quasi exclusivement implantés dans les départements touristiques et montagnards rhônalpins : Savoie, Haute-Savoie, Isère. Cette activité autour des sports d'hiver concerne exclusivement ces départements et ne se retrouve pas en Ardèche (Emergence, 2006). Ils sont ici isolés et dissociés des sports de nature.



Les activités de services commerciaux les plus représentées dans la région sont donc la vente, la pratique de l'équitation dans les centres équestres et les parcours sportifs privés. Les départements alpins sont ceux qui possèdent le plus d'opérateurs du secteur des services commerciaux (cf. graphique 7). Le volume de fréquentation touristique très élevé dans ces départements (M.I.T.R.A., 2008) interagit avec le développement de ce secteur d'activité.

**Graphique 7 : Nombres et répartitions des prestataires de services commerciaux dans les départements rhônalpins et par type d'activité en 2009 hors sports d'hiver**



Source : Ministère des Sports, 2009  
Réalisation : Langenbach, 2012

Cependant, le département rural de l'Ardèche est pourvu en structures commerciales entrant dans chacune des catégories. Il possède une proportion particulièrement élevée de loueurs de matériels à usage des sports de nature. Ceux-ci sont présents afin de répondre à la demande d'activités touristiques autour de la descente en bateau (canoë-kayak) des Gorges de l'Ardèche. Ils sont constitués à plus de 90 % de loueurs d'embarcations (Emergence, 2006). Le canoë-kayak représente à lui seul une soixantaine d'entreprises de locations distinctes en basse Ardèche avec près de 90 points de commercialisation.

Le département est en revanche peu équipé en points de vente de matériels sportifs. Cela souligne d'une part la faible population locale susceptible d'acheter du matériel, et d'autre part, la présence de sports de nature pratiqués pour une bonne part par des consommateurs épisodiques où le pratiquant est souvent un usager, un client, à travers des

prestations de services temporaires (locations de matériels, services d'encadrement). Les pratiquants chercheraient ainsi à accéder aux sports de nature à travers des services qui faciliteraient ce mode de pratique (Rifkin, 2005). Cette tendance socio-économique quantitative converge avec la forte représentation de la filière d'encadrement dans les sports de nature en Ardèche. Les entreprises de location sont particulièrement structurantes de ce secteur en Ardèche et elles sont aussi soumises à des fluctuations saisonnières et spatiales. Leur nombre augmente fortement pendant la période de la saison touristique (Duval, 2007).

Les entreprises de ce secteur sont surtout représentatives de la filière touristique de nature et des activités d'eau vive en Ardèche. Elles constituent une forme de cluster touristique, regroupement d'entreprises du secteur du tourisme sportif autour d'un bassin de pratique (Van der Yeught, 2010). Dans son acception la plus générale, un *cluster* se définit comme un ensemble d'unités similaires engagées dans un processus dynamique (Belussi, 2006). Dans ce cadre, les entrepreneurs de l'encadrement touristique sont là pour accompagner les pratiquants qui désirent recourir à leurs produits et services.

La location et la vente y sont quasi exclusivement tournées vers ces activités. Elles sont symboliques de la tendance locale à la marchandisation continue du tourisme et des sports de nature. Il est donc possible d'établir un parallèle entre cette filière touristique et celle des loisirs sportifs de nature qui sont toutes deux composées de très petites entreprises fortement soumises aux trajectoires de leurs dirigeants (Bouahaouala, 1999). Ce constat illustre la touristification du champ des sports de nature en Ardèche.

Ces dynamiques forment un marché du tourisme sportif de nature. Cette économie locale est flexible, évolutive et tend à innover pour fournir localement des prestations adaptées à la demande aussi bien dans le champ du tourisme que des sports de nature (Abdourazakou, Richard, 2010).

La formation de ce marché, à l'interface du tourisme et des sports de nature, se fait localement par des interactions entre opérateurs et parfois avec les institutions locales. Il existe aussi des opérateurs intermédiaires, permettant d'améliorer les cadres de la mise en marché de ces activités sportives.

### **3.4. Les syndicats de professionnels et les regroupements de filières**

Les regroupements de professionnels sont des structures fédératives. Celles-ci ne sont pas des opérateurs qui agissent en premier lieu sur le marché des sports de nature. Elles illustrent la structuration locale des filières d'encadrement. Ces structures interviennent parfois dans des formations professionnelles ou des "recyclages" (cycles de formation réguliers permettant de remettre à niveau les connaissances des professionnels) et deviennent alors des entreprises de formation à part entière<sup>42</sup>. La quasi-totalité des professionnels de l'encadrement, implantés localement et durablement en Ardèche, et identifiés dans cette recherche, est syndiquée. Cette caractéristique montre que le recours au syndicat occupe une place importante dans la pérennisation locale de l'activité marchande.

A l'instar d'autres professions, dès lors qu'ils basculent vers des pratiques professionnalisées, les sports de nature s'accompagnent de l'émergence de regroupements syndicaux. Ceux-ci ont pour rôle de structurer un discours professionnel et des revendications auprès des institutions ou des autres entrepreneurs du marché. Les syndicats ont pour ambition d'être :

*« le seul interlocuteur versant "professionnel" auprès de tous les partenaires concernés par [la pratique sportive] (Ministère chargé des sports, Fédérations sportives, autres syndicats) »<sup>43</sup>.*

Ces regroupements s'adressent exclusivement aux professionnels diplômés pour l'encadrement. La pratique sportive qu'ils représentent y est donc fondamentalement celle qui comprend le recours à leurs services, la pratique marchande. Cette position d'interlocuteur professionnel unique pour chacune des filières et des pratiques doit permettre de faire valoir localement des représentations communes aux adhérents en matière de développement des sports de nature.

La syndicalisation a également pour but de protéger les intérêts communs dans le domaine professionnel. Le développement de destinations sportives de nature où s'appliquent des tensions autour du marché, allié à la territorialisation de l'action publique concernant les sports de nature, va conduire l'action syndicale à s'ancrer. Il convient de distinguer les **syndicats nationaux et leurs représentations locales, des syndicats locaux**.

---

<sup>42</sup> Cas de l'escalade, de la spéléologie et du cyclisme

<sup>43</sup> Extrait de la page de présentation du site Internet du Syndicat National des Professionnels de l'Escalade et du Canyon (S.N.A.P.E.C.). <http://www.snapec.org> (28 octobre 2010)

Les syndicats nationaux d'encadrants des sports de nature sont composés de personnes physiques titulaires de diplômes professionnels en encadrement des sports de nature. Ces structures sont de statut associatif. Celles-ci sont parfois elles-mêmes adhérentes à une centrale syndicale (comme pour l'U.N.S.A, Union Nationale des Syndicats Autonomes) afin d'accroître la portée de leur discours. Leurs sièges (souvent le domicile du président) sont quasiment tous localisés au sein de la région Rhône Alpes, c'est le cas du cyclisme, de l'escalade, du canyoning, de la randonnée pédestre et de la spéléologie (Emergence, 2006<sup>44</sup>).

Ceci constitue un élément essentiel à la compréhension de la forte représentativité des départements issus de cette région au sein de ces syndicats. Pour autant, la vocation de ces structures est d'agir sur l'intégralité du territoire national et d'y défendre les intérêts de chacun de ces adhérents aussi bien localement que nationalement. Ils proposent une aide juridique à leurs adhérents afin de parer aux conflits d'usage, au respect des procédures à suivre en cas d'accident, au montage d'un établissement sportif ou de tout autre problème que peut rencontrer un professionnel des sports de nature.

Certains syndicats nationaux proposent des tarifs privilégiés pour les assurances en responsabilité civile, obligatoires pour un éducateur sportif voulant exercer, à leurs adhérents en les négociant selon les besoins spécifiques à chaque pratique avec les compagnies d'assurance. Cela induit une augmentation non négligeable du nombre d'adhérents, attirés par ces avantages. Ces derniers semblent essentiels dans une optique de rationalisation des coûts.

Ceci s'oppose au motif d'adhésion originel aux syndicats de professionnels qui proposait à chaque acteur soucieux du développement de sa pratique de se transcender dans un organisme collectif afin de structurer une action collective et pose le problème du partage au sein de ce collectif des représentations entourant l'action du syndicat<sup>45</sup>. Le projet fondamental est désormais de faciliter la mise en marché d'une filière à l'échelle nationale ou locale.

---

<sup>44</sup> Soit : Moniteurs Cyclistes Français, Syndicat National des Professionnels de l'Escalade et du Canyoning, Syndicat National des Professionnels Spéléo Canyon.

<sup>45</sup> Entretiens auprès de trois représentants locaux de syndicats nationaux (escalade et accompagnateur en moyenne montagne) et du président du syndicat local

Les principaux syndicats nationaux de professionnels des sports de nature sont :

- le Syndicat National des Accompagnateurs de Moyenne Montagne (S.N.A.M.M.) : 2500 adhérents, siège à Chambéry (Savoie) ;
- le Syndicat National des Guides de Montagne (S.N.G.M.) : 1 600 adhérents, siège à Francin (Savoie) ;
- le Syndicat National des Professionnels de l'Escalade et du Canyon (S.N.A.P.E.C.) : 450 adhérents, siège à Grenoble (Isère) ;
- les Moniteurs Cyclistes Français (M.C.F.) : 370 adhérents, siège à Grenoble (Isère) ;
- le Syndicat National des Guides et Professionnels du Canoë-Kayak (S.N.G.P. - C.K.D.A.) : 293 adhérents, siège à Saint-Jean du Gard (Gard) ;
- le Syndicat National des Professionnels de la Spéléologie et du Canyon (S.N.P.S.C.) : 140 adhérents, siège à La Chapelle en Vercors (Drôme).

Certains de ces syndicats ont des correspondants locaux et sont ainsi représentés à plusieurs échelles (secrétaire national, régional et/ou départemental).

La seconde forme de regroupement officiel des professionnels est le syndicat local. Celui-ci possède un statut associatif et est un regroupement de professionnels dont les membres sont en majorité diplômés de l'encadrement sportif de nature.

Les syndicats locaux ont vocation à veiller à la sauvegarde des enjeux économiques entourant une filière locale, et ce quel que soit le type ou la qualification des entrepreneurs économiques. Les loueurs ou les producteurs de matériel y côtoient les encadrants puisque ces syndicats locaux interviennent pour la pérennisation de toute la filière. Le syndicat local de l'Ardèche est Pro Sports Nature 07. Cette structure reprend l'architecture, les statuts et le positionnement de syndicats locaux similaires dans les départements de la Lozère (P.S.N. 48) et de l'Aveyron (Loisir Sport Nature). Elle est l'émanation d'une réflexion et d'une structuration portée à l'échelle du Massif Central. Elle illustre aussi les échanges d'informations entre des prestataires mobiles et connectés à la fois en Ardèche et à l'échelle du Massif Central.

Ainsi, les regroupements de professionnels sont des opérateurs intermédiaires entre les entrepreneurs et les espaces sur lesquels ils sont implantés.

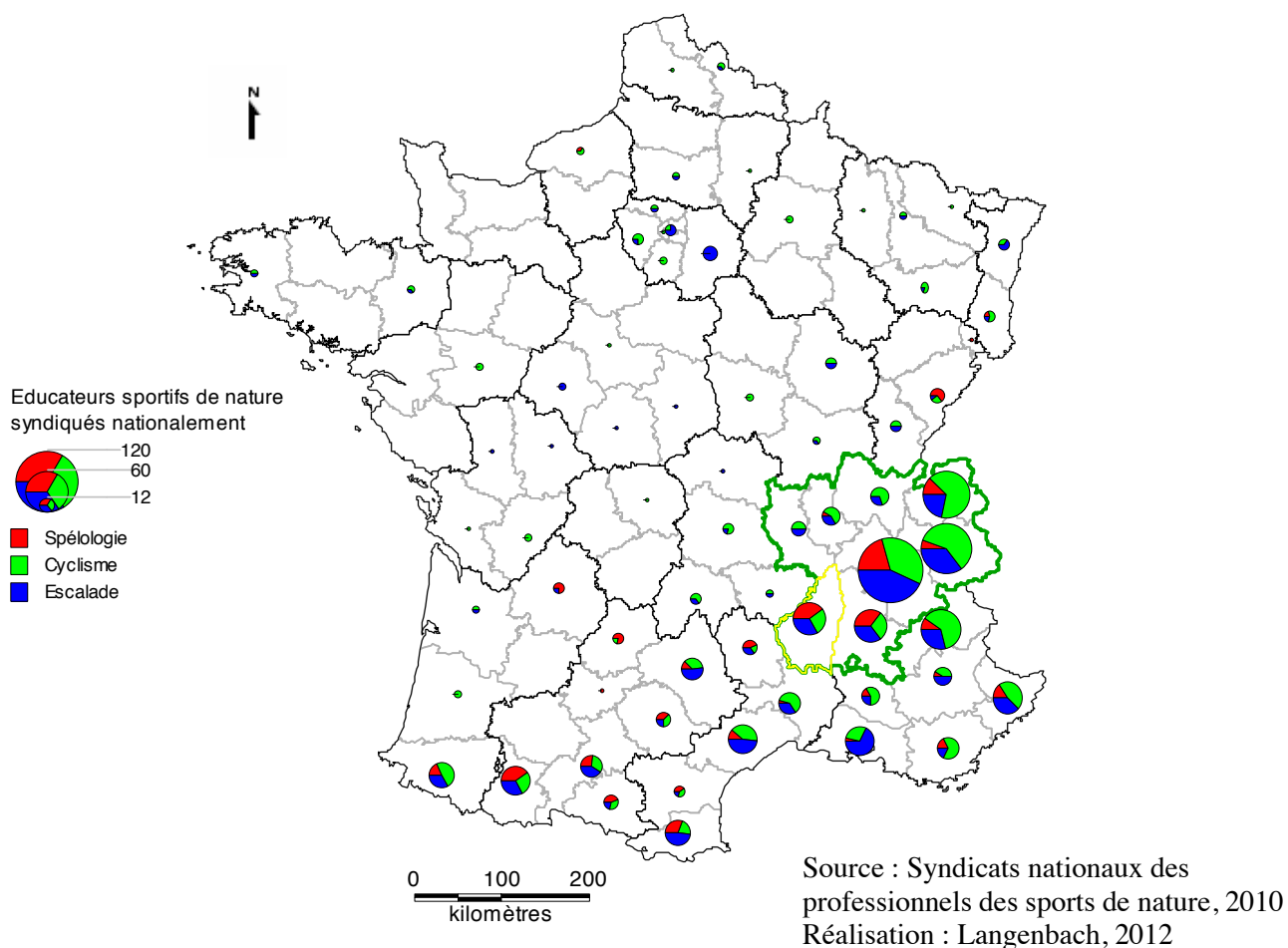
En effet, ces structures sont des médiateurs, chargés de représenter les intérêts des entrepreneurs auprès des pouvoirs publics et des autres acteurs institutionnels ou non, du territoire. Les syndicats sont des acteurs du marché des sports de nature, mais moins en tant qu'acteurs socio-économiques qu'en tant que participant à leur gouvernance.

### Répartition spatiale des éducateurs sportifs de nature syndiqués en France

Des tendances géographiques fortes apparaissent à l'analyse des localisations des adhérents aux trois principaux syndicats nationaux (cf. carte 7) de sports de nature : spéléologie (S.N.P.S.C.), cyclisme (M.C.F.) et escalade (S.N.A.P.E.C.). La quasi-totalité des adhérents est localisée au sud d'une ligne Strasbourg – Bordeaux.

La grande majorité d'entre eux le sont dans le quart sud-est du pays et notamment dans les régions Rhône-Alpes et Provence Alpes Côtes d'Azur. Si les départements montagnards pyrénéens possèdent beaucoup d'éducateurs syndiqués, leur nombre est toutefois plus faible que dans les Alpes. Enfin, les trois principaux départements français, selon le nombre de syndiqués dans ces trois disciplines, sont : l'Isère (112 membres recensés localement), la Savoie (68 membres) et la Haute-Savoie (65 membres). L'Ardèche est au 7<sup>ème</sup> rang national avec 30 membres de ces syndicats nationaux de professionnels, derrière les départements alpins et la Drôme (31).

**Carte 7 : Répartition départementale des professionnels des sports de nature adhérents aux syndicats nationaux en 2010**



La représentativité des professionnels syndiqués au sein de la population totale des professionnels de l'encadrement déclarés est hétérogène. Globalement, ces derniers n'adhèrent que partiellement aux mouvements syndicaux, ce qui peut mettre en évidence un manque ou un surcroît de représentativité locale de ces structures. Cet indicateur permet d'illustrer le degré de prise de conscience du rôle local, social et politique que peuvent jouer les prestataires d'encadrement au sein du marché des sports de nature.

La lecture de la carte suivante montre dans ce cadre un « axe de représentativité », depuis l'Ain jusqu'à l'Aude, au sud duquel la représentativité des syndicats est très marquée. Elle permet d'indiquer l'intégration des dynamiques d'action collective au sein de la population des professionnels déclarés, en passant délibérément outre ceux qui adhèrent par opportunité commerciale.

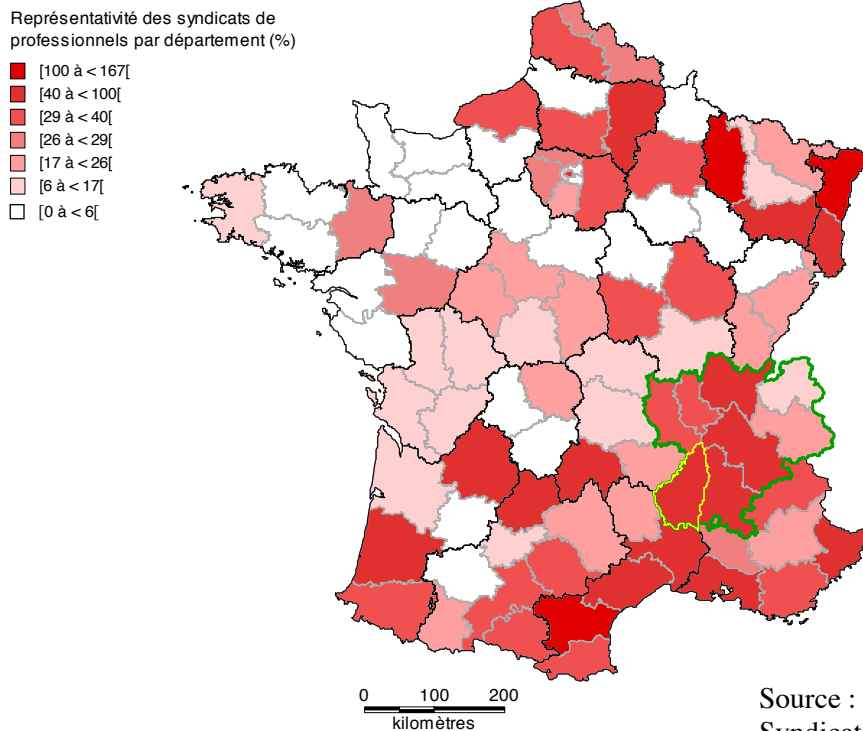
La représentativité de l'Aude pyrénéen est très élevée avec 166 %. D'une part, cela indique que certains adhérents n'y sont pas déclarés officiellement. D'autre part, les entrepreneurs se déclarent souvent dans le département où ils travaillent, et non dans celui où ils résident administrativement et depuis lequel ils adhèrent aux syndicats professionnels. Cela entraîne mécaniquement une distorsion dans la représentativité.

Cette logique est particulièrement visible dans deux autres départements où la représentativité est aussi très élevée, avec 100 % dans la Meuse et le Bas-Rhin. Plusieurs pôles, regroupant à chaque fois plusieurs départements avec de fortes représentativités syndicales, sont visibles: la Côte d'Azur (Alpes Maritimes, Var et Bouches du Rhône) ; la Meuse et les Vosges, la Dordogne, le Cantal et le Lot ou bien encore les Landes et les Pyrénées Orientales (cf. carte 8). Ces départements sont exclusivement des départements ruraux où les sports de nature émergent avec leurs enjeux territoriaux, identifiés précédemment.

L'implantation des syndicats montre que l'émergence de ces activités marchandes s'accompagne d'un besoin de négociation, de gouvernance, mais aussi de la formation de filières professionnelles spécifiques aux territoires ruraux. Dans ces cas, la représentativité atteint 50 %, tout comme au sein de l'axe rhodanien, et sur le pourtour méditerranéen. Ils soulignent la prégnance des discours et des politiques de gestion entre des entrepreneurs d'une même pratique, mobiles et fréquentant des espaces souvent similaires, ou proches, au sein d'une région.



**Carte 8 : Représentativité totale des syndicats de professionnels de la spéléologie, de l'escalade et du cyclisme par département en 2009**



Source : Ministère des Sports, 2009,  
Syndicats nationaux des professionnels des sports de nature, 2010  
Réalisation : Langenbach, 2012

**NB :** La représentativité est calculée comme suit :  $\text{Représentativité} = (\text{nombre de professionnels déclarés} / \text{nombre de professionnels syndiqués}) * 100$ . Elle s'exprime en %.

La représentativité départementale des syndicats professionnels des sports de nature forme des groupes de départements selon des effets de massif. Par contre, la représentativité syndicale des départements alpins (excepté les Alpes Maritimes et l'Isère qui sont en bordure du massif) est relativement faible. Les encadrants sportifs de nature y sont peu syndiqués, entre 20 et 30 %, et illustrent ainsi une tendance au "laisser-faire, laisser-aller" dans leur conception du marché des sports de nature dans les espaces de l'économie touristique que sont les milieux montagnards.

La variation des logiques spatiales de l'action syndicale permet d'atténuer l'effet du biais, apporté par les adhésions dues aux avantages liés à la responsabilité civile professionnelle. Cet avantage commercial intéresse potentiellement tous les prestataires sportifs de nature marchands, dans des proportions identiques dans tous les départements.

Ainsi, les comportements des groupes sociaux et locaux des professionnels des sports de nature en France paraissent homogènes. L'hétérogénéité des logiques spatiales de la représentativité syndicale est donc en mesure d'illustrer la recherche d'un avantage comparatif chez des groupes d'entrepreneurs au travers de cette adhésion aux syndicats.

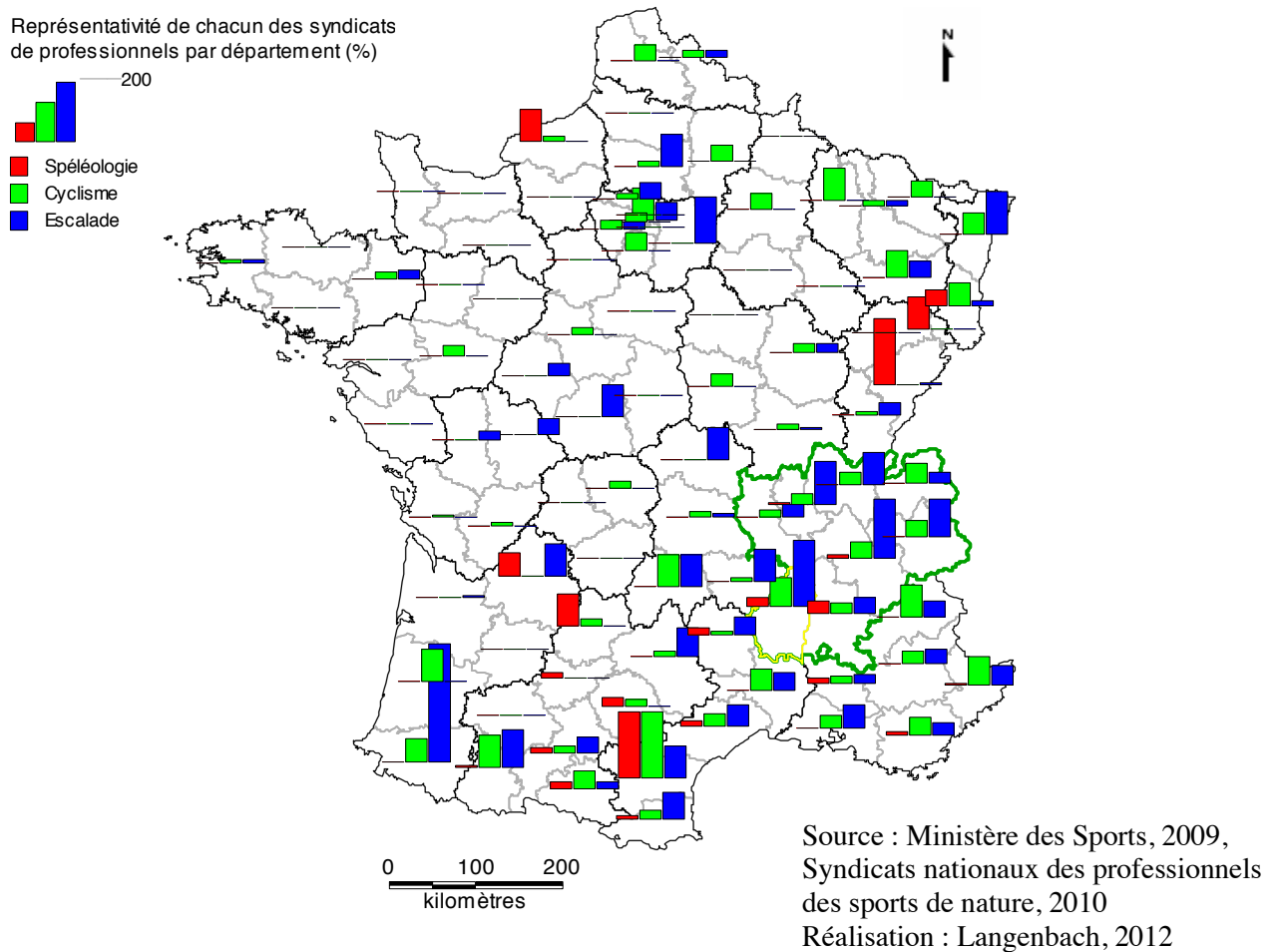
La représentativité totale des syndicats exprime la présence d'un potentiel d'interrelations entre les acteurs économiques des filières locales des sports de nature et les pouvoirs publics (cf. carte 8).

Cependant, elle ne permet pas, seule, de comprendre intégralement les dynamiques d'actions au sein des marchés locaux du tourisme sportif de nature. Au sein de la représentativité totale des trois syndicats analysés ici, des singularités apparaissent entre les différentes pratiques. La lecture de la carte 9, où figure la représentativité relative des syndicats de la spéléologie, du cyclisme et de l'escalade montre des hétérogénéités régionales. Des pôles de syndicalisation se forment autour de certaines activités, illustrant des perméabilités culturelles et sociales, en matière de marchandisation des sports de nature.

L'escalade apparaît, par exemple, comme une pratique au fort taux de syndicalisation. Elle se retrouve dans une grande partie du territoire national à l'exception de l'ouest et du centre du pays. La pratique de la spéléologie donne quant à elle lieu à une syndicalisation professionnelle limitée à quelques massifs comme : le Jura (Doubs, Haute-Saône), le sud du Limousin et la partie orientale des Pyrénées (Aude, Ariège), le couloir rhodanien (Ardèche, Drôme, Vaucluse). Les professionnels de la spéléologie installés sur le reste du territoire national sont peu ou pas du tout syndiqués.

Enfin, la pratique professionnelle du cyclisme donne lieu à une syndicalisation répartie selon deux regroupements régionaux : l'un dans une zone au sud d'une ligne Annecy – Bordeaux et l'autre dans le quart nord-est du pays. La représentativité y est importante et les adhésions aux Moniteurs Cyclistes Français fréquentes.

### Carte 9 : Représentativité de chacun des trois principaux syndicats sportifs de nature par département en 2009

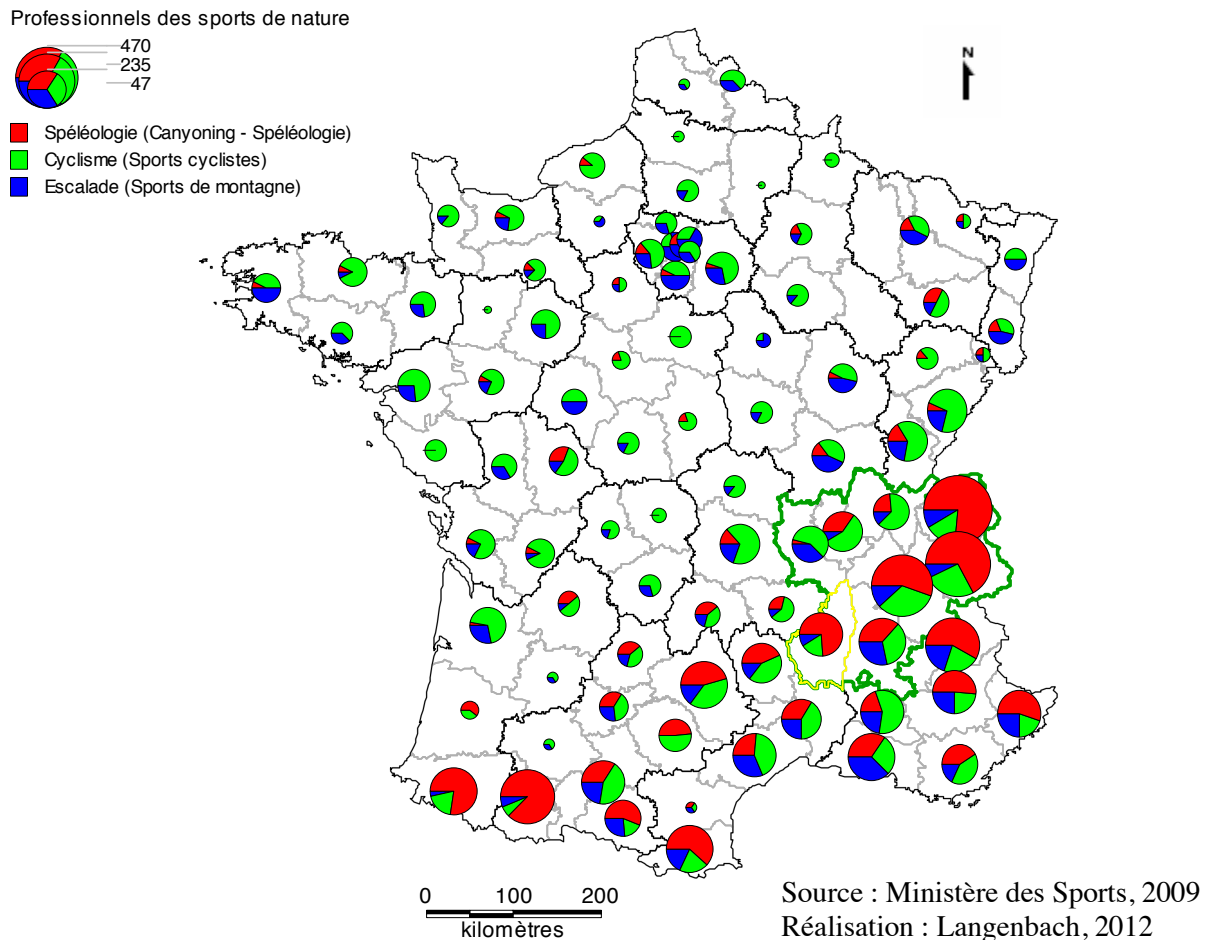


**NB :** La sémiologie graphique de cette carte est volontairement décalée par rapport aux cadres académiques. Ce mode de représentation ponctuel et non surfacique ne peut en théorie pas représenter de pourcentage. Néanmoins, il permet de confronter dans le même mouvement la représentativité des trois syndicats de professionnels des sports de nature retenus, en France.

Les hétérogénéités spatiales de la représentativité syndicale confirment les effets de massifs liés aux regroupements de professionnels autour de représentations de l'action collective, de cultures professionnelles et de milieux naturels spécifiques.

Toutefois, il est nécessaire de confronter cette approche à celle des logiques spatiales d'implantation des entrepreneurs de ces activités. Cela doit permettre d'isoler les spécificités géographiques de répartition syndicale et ses causes, dans les logiques générales d'implantation des entrepreneurs, auxquelles elles sont théoriquement liées.

**Carte 10 : Répartition des professionnels de la spéléologie, du cyclisme et de l'escalade par département en 2009**



**NB :** La représentation des informations géographiques de la carte 16 est dimensionnée selon la méthode dite de « progression logarithmique ». Elle a ici encore été préférée à l'évolution linéaire plus classique pour mettre l'accent sur les valeurs médianes. L'indicateur illustré cartographiquement ici forme de grands ensembles que la méthode du logarithme fait nettement apparaître. Les figurés représentant les professionnels sont ainsi suffisamment visibles pour pouvoir distinguer à la fois la logique spatiale globale et celle de la répartition des professionnels par activité.

Les professionnels de la spéléologie se localisent surtout dans le sud de la France (carte précédente, n°10). Les départements alpins qui ne sont quasiment pas représentés au sein du syndicat concerné, mais qui regroupent beaucoup d'entrepreneurs de cette activité, constituent une part importante de l'offre d'encadrement sportif de cette activité en France. Pourtant ce syndicat a été formé originellement dans le Vercors. Le massif du Jura, s'il n'est

que peu pourvu en prestataires de la spéléologie<sup>46</sup> fait à l'inverse l'objet d'une forte représentativité dans cette activité. Le facteur historique ne semble jouer ici qu'un rôle mineur. La représentativité des syndicats d'escalade et de cyclisme, tout comme de spéléologie, varie indépendamment de la localisation des professionnels. Ainsi, l'action collective et syndicale est une valeur partagée localement.

Les syndicats sportifs de nature agissent sur le développement et la pérennisation de filières locales autant que sur les dimensions juridique, règlementaire ou environnementale. Des pôles se constituent en complément des logiques spatiales de répartition des professionnels autour de l'action syndicale et visent à l'amélioration des cadres territoriaux de la marchandisation des sports de nature.

L'Ardèche est un département où les syndicats principaux sont représentés et où la représentativité totale est forte et régulière au sein des sports de nature. Avec la Drôme, l'Ariège et l'Aude, il est le seul département à posséder des professionnels syndiqués de chacune des trois activités.

Enfin, ces syndicats y sont présents au sein de la population totale de manière importante (0,109 syndiqué pour 1 000 habitants), positionnant l'Ardèche sur le même plan que les deux Savoie selon cet indicateur. Le faible nombre d'habitants montre que les entrepreneurs y sont plus représentés. Le département de l'Ardèche fait preuve d'une mobilisation collective forte des entrepreneurs des sports de nature autour de la pérennisation du marché des sports de nature.

Ce constat peut donc être généralisé aux territoires ruraux, où les entrepreneurs de ce secteur agissent au sein d'un marché essentiel pour l'économie locale. Ils œuvrent dans le cadre d'une concertation globale, constitutive en matière d'aménagement du territoire, du développement local.

---

<sup>46</sup> Suivant la base de données ministérielle exploitée ici

### **3.5. Les acteurs publics, institutionnels et intermédiaires face aux sports de nature**

Les sports de nature et leur économie sont officiellement administrés, gérés, accompagnés par des institutions et des collectivités locales, à plusieurs titres et pour répondre à plusieurs enjeux.

Selon que l'économie des sports de nature en territoire rural est perçue comme vecteur du développement de la filière sportive (vente de matériel ou de prestation), ou du développement de la filière touristique et sportive, ou plus globalement du développement local, ses acteurs accompagnent des volets différents. Ainsi ce sont globalement 10 000 emplois publics qui en France concernent la gestion territoriale et institutionnelle du sport.

L'État et les collectivités locales sont, avant les ménages et leurs consommations, les principaux financeurs du sport (Bayle, 2002). Ils dépensent annuellement sous forme de subventions, d'aides aux équipements et infrastructures, de soutiens aux emplois et à la formation plus de 12 milliards d'euros, dont 8 milliards par les seules collectivités locales (Charrier, Durand, 2002). Par ailleurs, l'investissement public (Etat et collectivités) en faveur des sports de nature en France représente 24 % d'un poids économique total estimé à 700 millions d'euros, soit 168 millions d'euros (Mao et *al.*, 2009). Le marché du tourisme sportif de nature mobilise une partie des cadres sportifs intégrés aux institutions et aux collectivités publiques et locales. Ceux-ci développent désormais leurs propres réseaux d'information<sup>47</sup> et des événementiels qui permettent des partages d'informations techniques, méthodologiques ou scientifiques<sup>48</sup>.

Les sports de nature sont donc pris en charge par des acteurs publics, des collectivités territoriales, et les institutions locales de manière différenciée, à la fois suivant l'échelle et les thématiques utilisées (accompagnement du mouvement sportif, financement des équipements sportifs, structuration d'une filière professionnelle). Ces dernières dépendent directement des enjeux que font émerger les sports de nature à chacune des échelles. On présentera les sports de nature au sein des collectivités territoriales avant de détailler la place et le rôle qu'ils

---

<sup>47</sup> Pôle Ressources Sports de Nature du Ministère des Sports

<sup>48</sup> Les Rencontres Techniques de la Pleine Nature organisées tous les ans ou tous les deux ans par le Pôle Ressources Sports de Nature du Ministère des Sports

occupent auprès des Départements. Les territoires de projet puis les institutions fédérales compléteront cette approche institutionnelle et collective des sports de nature.

### **3.5.1. Les collectivités territoriales face aux sports de nature**

**L'Etat, à travers sa représentation locale** (la Direction Départementale de la Cohésion Sociale et de la Protection des Personnes, ex-Direction Départementale de la Jeunesse et des Sports) participe au **développement collectif des sports de nature** comme des activités publiques et selon les compétences régaliennes qui sont les siennes.

Il est chargé de faire respecter la législation professionnelle et commerciale en matière d'encadrement du sport et participe en retour au développement et à la structuration d'une filière professionnelle officielle. Il participe aussi au développement des sports de nature compétitifs (sports de haut niveau) et agit à ce titre indirectement sur la création et la médiatisation d'une image sportive de nature marchande (sport télévisé, grandes compétitions internationales). L'Etat est engagé depuis une dizaine d'années, avec les collectivités territoriales, dans l'élaboration puis le fonctionnement de la gestion maîtrisée des sports de nature à l'échelle des départements. Il est l'instigateur, au travers des textes de loi, de la gestion concertée des espaces naturels touchés par les sports de nature.

**Le Conseil Régional** est chargé de la mise en cohérence des équipements sportifs, dont les espaces sportifs de nature font partie, avec des objectifs sportifs partagés, notamment avec les fédérations sportives. Pour cela, elle se base sur la mise en place de schémas de cohérence régionaux des équipements sportifs dans chacune des disciplines sportives où ce besoin a été identifié. Cette collectivité territoriale fixe ainsi des stratégies de développement sportif, par le biais des équipements sportifs, qui sont ensuite mises en œuvre par les communes.

**Le Conseil Général** est quant à lui chargé par la loi, d'orchestrer le développement maîtrisé des **loisirs sportifs de nature** sur son territoire. Il agit pour cela avec l'appui d'outils que la loi lui permet de mobiliser (schémas de développement, commissions départementales, subventionnement) et en favorisant tout à la fois les **sports de nature "touristiques"**, vecteurs de retombées marchandes et, les **sports de nature "sportifs"** comme des activités collectives et publiques. Le Département occupe une place centrale dans la gestion locale et concertée des sports de nature et de leur économie. L'Etat en a fait l'échelon principal de cette

forme de gestion en partenariat avec ses propres services déconcentrés grâce à la modification de la loi sur le sport et aux nouvelles compétences acquises par les Départements en parallèle. Ceci est l'objet principal de la section suivante (cf. section 3.5.1.1.).

Enfin, **les communes** sont principalement présentes dans le champ institutionnel des sports de nature en tant que gestionnaires des équipements sportifs. A ce titre, elles sont en charge de l'aménagement, de l'entretien et du balisage des espaces, sites et itinéraires sportifs présents sur leur territoire. Elles sont donc des gestionnaires d'espaces sportifs. En outre, les communes possèdent des missions de développement touristique (accueil, information, promotion) et peuvent intégrer les sports de nature à ces activités. Les sports de nature devenant dans ce cadre des services touristiques avec lesquelles les communes construisent une image récréative ou des produits touristiques.

#### **3.5.1.1. Le département : un acteur central du développement maîtrisé des sports de nature**

Depuis les années 2000, les Conseils Généraux sont au centre du dispositif législatif qui encadre le développement des sports de nature. Ce cadre a été formé par de nouvelles dispositions législatives qui donnent à ces collectivités la possibilité de programmer le développement des sports de nature sur des périodes longues.

La première disposition qui a permis ce mouvement est la loi d'Orientation pour l'Aménagement et le Développement Durable du Territoire (L.O.A.D.D.T. ou « loi Voynet ») avec la création de schémas des services collectifs tenant compte du sport :

*« Le schéma de services collectifs du sport définit les objectifs de l'Etat pour développer l'accès aux services, aux équipements, aux espaces, sites et itinéraires relatifs aux pratiques sportives sur l'ensemble du territoire national, en cohérence avec le schéma de services collectifs des espaces naturels et ruraux, et favoriser l'intégration sociale des citoyens »<sup>49</sup>.*

La seconde disposition est la réforme de la coopération intercommunale permise par la loi de renforcement et de simplification de la coopération intercommunale du 12 juillet 1999, dite « loi Chevènement ». Celle-ci favorise une plus forte intégration des compétences à des niveaux territoriaux plus rationnels. Elle développe et simplifie l'architecture intercommunale

---

<sup>49</sup> Loi n°99-533 du 25 juin 1999 - art. 24



en limitant à trois le nombre de catégories juridiques de l'intercommunalité et supprime ainsi la « Communauté de Villes » et le « District » et les dote de compétences et de fiscalité propres. Le sport et le tourisme deviennent alors des compétences optionnelles que les intercommunalités peuvent choisir et intégrer. Ces territoires de projet deviennent les interlocuteurs privilégiés pour orienter les investissements départementaux (et les leurs) en matière d'équipements sportifs de nature (aménagement et entretien).

La dernière disposition légale, qui a touché les prérogatives départementales, est la réforme de la loi n°84-610 sur le sport du 16 juillet 1984 par la loi n°2000-627 du 6 juillet 2000. Celle-ci positionne le département comme l'échelon incontournable de la gestion maîtrisée des loisirs sportifs de nature, officiellement positionnés, par la même loi, sur des espaces, sites et itinéraires naturels de pratique. Ces dispositions fournissent un nouveau cadre d'action aux collectivités départementales en modifiant le positionnement des acteurs sportifs au sens large et en plaçant le sport et les sports de nature comme des éléments structurants de la récréation et des territoires. Le marché des sports de nature devient un des enjeux de ce cadre législatif et territorial, qui vise à concrétiser leurs effets sur les territoires ruraux, où ces politiques de développement local s'appliquent. Les sports de nature marchands peuvent donc être les outils d'une gouvernance économique redistributive au sein des territoires ruraux.

Le Conseil Général devient alors l'acteur institutionnel territorial désigné par l'Etat pour prendre en charge les prérogatives du développement maîtrisé, transversal à toutes les modalités de pratique, des sports de nature. Il devient à ce titre l'élément central du développement local des sports de nature marchands et non marchands.

### **3.5.1.2. Les sports de nature dans les projets de territoire**

**Les intercommunalités de projet** interviennent indirectement dans le développement des sports de nature. Celles-ci intègrent les sports de nature comme des produits touristiques à même de redynamiser durablement les territoires ruraux.

Dans le cas de l'Arèche abordé ici, un territoire rural, il s'agit principalement d'un Contrat de Développement de Pays Rhône-Alpes<sup>50</sup>. Le tourisme sportif de nature se

---

<sup>50</sup> Le Contrat de Développement Pays de Rhône-Alpes (C.D.P.R.A., ex C.D.R.A.) est l'outil de mise en œuvre opérationnel de la Charte de Développement Durable. Il est signé pour cinq ans avec la Région Rhône-Alpes qui le finance en partie avec le Conseil Général. Les aides accordées peuvent profiter à des collectivités, ou à des privés selon les lignes budgétaires. Près de la moitié des crédits sont consacrés à des projets de développement économique et touristique. Le programme contribue au maintien et au développement des emplois et des

développe en Ardèche plus particulièrement dans le périmètre du Pays Ardèche Méridionale (ou C.D.P.R.A. Ardèche Méridionale).

Ces intercommunalités sont chargées de favoriser le développement des sports de nature comme des points **de fixation et de diversification de l'offre touristique**. Elles utilisent pour cela leur politique de développement touristique pour agir sur l'aménagement des espaces touristiques et sportifs de nature. Les sentiers de randonnée ont ainsi été les premiers espaces sportifs dont l'aménagement a été pris en charge par les intercommunalités, qui possèdent la compétence touristique. Ils étaient originellement les supports d'une activité perçue comme touristique (Lapompe Paironne, 2008) qu'il était nécessaire de pérenniser. Les intercommunalités participent à ce titre à l'équipement des sites touristiques et sportifs.

L'organisme de développement et de promotion touristique officiel des départements intervient aussi dans le champ des sports de nature. **Le Comité Départemental du Tourisme** participe au développement local et maîtrisé, ainsi qu'aux instances de gestion des sports de nature. Il est en charge **du développement et de la structuration de l'offre locale touristique** et sportive de nature. Il participe, pour cela, à la **construction**, par un appui méthodologique et commercial, **de produits touristiques** incluant ces formes de récréation, et met en place des outils d'observation et d'évaluation des filières locales. Les sports de nature y sont intégrés comme des pratiques intégralement touristiques et vectrices de capitaux de ce type.

**Les Parcs Naturels Régionaux<sup>51</sup> (P.N.R.)** sont eux aussi des acteurs publics du développement des sports de nature. Ils participent à la politique de développement et de coordination de la randonnée non motorisée et tentent aussi de maîtriser les impacts des différentes randonnées motorisées. Ils s'appliquent donc à préserver, sensibiliser et gérer un patrimoine territorial et naturel fondamental pour l'attractivité des sports de nature. Ils participent au développement et à l'organisation territoriale des sports de nature en étant présents activement au sein des instances de gestion concertée. Ils **s'impliquent donc activement dans le développement de sports de nature touristiques en tentant de limiter**

---

activités locales, il a pour objectif de renforcer les pôles d'emplois et l'économie du territoire. Le C.D.P.R.A. propose la promotion d'une politique environnementale volontariste, encourage le recours aux économies d'énergie, incite au développement des activités dans le respect et la sensibilisation à l'environnement. Il favorise également l'utilisation des sources d'énergie locales, tel que le bois-énergie. En termes d'égalité d'accès aux services, le C.D.P.R.A. cible des actions auprès des publics défavorisés, du monde rural, des personnes âgées, des familles par l'accueil de la petite enfance. Il favorise aussi l'accès aux loisirs et à la culture.

<sup>51</sup> Le Parc Naturel Régional ardéchois est celui des Monts d'Ardèche

**les impacts environnementaux et d'appuyer les impacts économiques.** Le label que représente l'appellation P.N.R. renforce l'attractivité et la fréquentation des espaces naturels.

**Les intercommunalités de structure** (communautés de communes, E.P.C.I.) **et les communes** participent à la gestion foncière **de l'accès aux espaces de pratique ainsi qu'à leur aménagement**, en accord avec les politiques et les réglementations départementales en la matière. Les sports de nature y **sont à la fois des activités touristiques et sportives**, mais la distinction entre ces deux dimensions est reléguée au second plan par la gestion globale des effets locaux tels la dégradation physique, la congestion locale ou les conflits d'usage autour de ces activités.

### **3.5.2. Les institutions fédérales face aux sports de nature**

**Les institutions sportives de nature fédérales** sont à la fois structurées par le haut, par les institutions publiques qui les financent et les orientent, et par le bas, via leur système associatif et leurs adhérents. Ainsi, « une organisation sportive associative ou fédérale doit intégrer deux types de contrainte dans ses modalités de fonctionnement : celle émanant de la légitimité étatique et celle qui relève de la légitimité sociale » (Loret, 1995).

D'un côté, elles assurent donc une mission de service public reconnue par le Ministère des Sports à travers des délégations (conventions d'objectifs, délégations de services publics ; Bayeux, 1999) tandis que de l'autre, elles se positionnent comme des instances associatives au service des pratiquants dont elles sont l'émanation. Leur organisation répond à un schéma pyramidal et fortement hiérarchisé. Principalement apparus dans la seconde moitié du XX<sup>ème</sup> siècle, leurs modes de fonctionnement sont similaires à ceux des fédérations sportives traditionnelles. De fait, les Fédérations sont les interlocutrices privilégiées de l'Etat et des collectivités territoriales dans tous les projets touchant au développement des pratiques sportives de nature. Leurs actions sur les espaces d'activités intègrent les cadres et les contraintes dictés par ces deux influences majeures. La pratique marchande y est une catégorie de la pratique.

Ces fédérations sportives peuvent être affiliées au Comité National Olympique et Sportif Français (C.N.O.S.F.) dans le cas où les activités sportives sont intégrées aux sports Olympiques. Ces institutions sont représentées à chaque échelle spatiale (nationale :

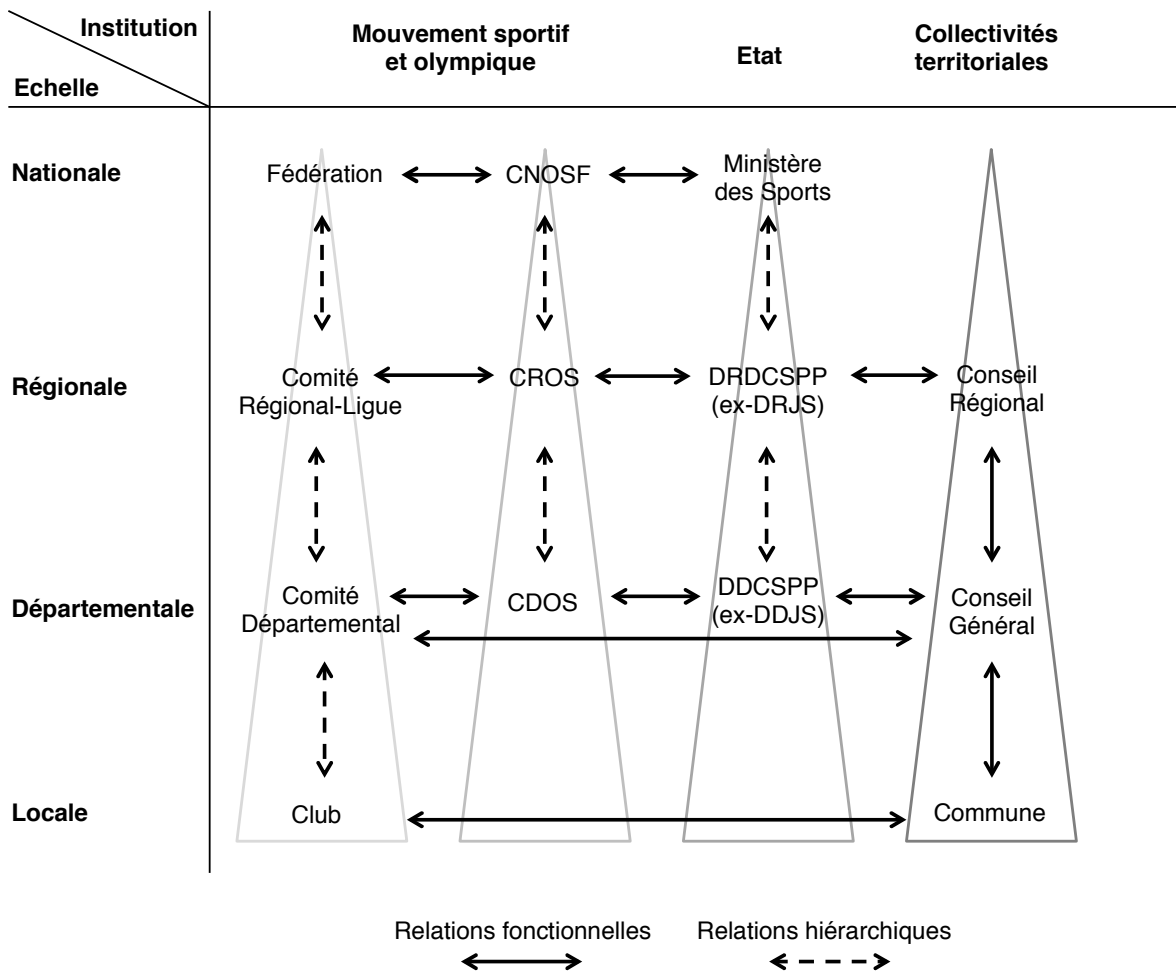
C.N.O.S.F., régionale : C.R.O.S., départementale : C.D.O.S.) et interagissent avec les collectivités afin de promouvoir un modèle sportif compétitif basé sur la pratique de haut niveau. Elles sont néanmoins intégrées aux instances de gestion locale des sports de nature au titre de la défense des intérêts locaux de ce mode de pratique sportive.

### **3.5.3. Les structures intermédiaires et locales entre les collectives territoriales et les institutions sportives dans la gestion des sports de nature**

**Les structures intermédiaires** ont pour objectif de favoriser le fonctionnement du système local des sports de nature en étant orientées vers l'animation des espaces de concertation. Ces structures intermédiaires sont des structures historiques, mises en place par les acteurs institutionnels locaux avant que les collectivités territoriales n'héritent de leurs prérogatives.

Il s'agit en Ardèche d'une structure associative liée par une convention avec le Conseil Général. **Loisirs Nature Ardèche** est ainsi chargée par la collectivité territoriale de **faire la passerelle entre les politiques de développement touristique et marchande des sports de nature et les politiques sportives**. Elle mobilise pour cela des cellules de concertation, de médiation et répond à des missions d'accompagnement de tous les acteurs de la sphère des sports de nature. Elle cherche à limiter les impacts négatifs et respectifs, localement forts, entre chacune des deux modalités de pratique, marchande et non marchande. Ceci dans le but d'ancrer territorialement une économie marchande des sports de nature porteuse d'une dynamique positive pour l'offre non marchande par la création et l'entretien des espaces de pratique, l'encadrement associatif et scolaire, entre autres, des sports de nature.

Figure 3 : Schéma simplifié de l'organisation institutionnelle des sports de nature en France



Source : Langenbach, 2012, d'après Mao, 2003 et Miège, 1993

Toutes ces structures institutionnelles s'organisent géographiquement suivant des emboîtements d'échelle. Celles-ci vont de l'échelon local, les communes, à l'échelon national et permettent d'illustrer les niveaux et la teneur des interactions entre chacun de ces acteurs collectifs, institutionnels ou publics du champ des sports de nature.

### **Conclusion du troisième chapitre :**

Les acteurs privés du marché des sports de nature, entrepreneurs, prestataires de services commerciaux, syndicats de professionnels et producteurs de matériels forment une filière à part entière. Hormis les producteurs de matériels et de services commerciaux, qui suivent plutôt des logiques sectorielles et industrielles, ils se répartissent suivant des logiques touristiques. Les entrepreneurs de l'encadrement et leurs syndicats sont ainsi fortement implantés dans les départements montagnards, littoraux mais aussi ruraux et soumis à de nouvelles attractivités récréatives, comme dans le département de l'Ardèche.

Cette filière s'implante donc de manière spécifique, et s'accompagne d'enjeux économiques pour les départements touristiques et ruraux. L'implantation et la représentativité des syndicats dans ces départements confirment la présence d'enjeux forts, comme la gestion concertée, les accompagnements règlementaire et administratif, liés à la marchandisation des sports de nature.

Par ailleurs, les acteurs publics utilisent désormais les sports de nature, marchands et non marchands, dans leurs politiques de développement des territoires ruraux. Le département de l'Ardèche a ainsi, par exemple, choisi de recourir depuis 2006 à un Schéma de Développement Maîtrisé des Loisirs Sportifs de Nature dans le cadre d'une contractualisation du développement local par les sports de nature. Celui-ci permet à la collectivité d'entériner, puis de programmer la gestion collective et maîtrisée des loisirs sportifs de nature. Celle-ci organise ainsi la concertation et demande à l'Assemblée Départementale de prononcer par le vote et d'officialiser les politiques départementales d'accompagnement et de développement des sports de nature. Si les communes du sud-Ardèche « sont marquées par une fréquentation touristique saisonnière (Terrier, Ministère du Tourisme, 2007)<sup>52</sup>, caractéristique directement induite par les modalités et les ressorts sur lesquels repose l'attractivité touristique de cette région » (Duval, 2007), les sports de nature participent désormais activement au renouvellement de cette attractivité.

---

<sup>52</sup> D'après la fiche sur l'Ardèche extraite du travail de Ch. Terrier (2007) : la population maximale présente était atteinte le 14 août (+ 82,7 % de population) et ce sont les mois de juillet et d'août qui concentrent de loin le plus les nuitées touristiques.

## **Conclusion de la première partie**

Les spécificités spatiales du marché des sports de nature soulignent des divergences par rapport aux logiques d'agglomération de l'activité économique dans les hauts lieux touristiques (Perret, 1991). Les opérateurs économiques des sports de nature semblent se diffuser spatialement et engendrer des rapports d'ordre économique entre des périphéries sportives de nature éloignées et des centres touristiques, provoquant des échanges ou des flux entre ces espaces respectifs.

Les formes de tourisme, construites socialement et historiquement par les touristes, sont fortement marquées par leurs rapports avec le territoire ardéchois et son identité. Elles constituent une clé de lecture pertinente du développement d'une filière sportive de nature. La valorisation du milieu aquatique et des rivières de la région par le tourisme de baignade et de détente a naturellement conduit au développement d'une filière de location de canoës et de kayaks (Mao, 2007b). Cette attractivité, puis la valorisation des milieux naturels du département, rivières, falaises et reliefs, ont naturellement permis le développement par étapes successives d'innovation (Hillairet, 1999), d'hybridation (Bourdeau 2006) ou de diversification (François, 2007) d'une offre sportive, avec les sites de pratique et les prestations d'encadrement, basée sur un nombre restreint d'activités sportives de nature, telles le canyoning, l'escalade, la spéléologie, la randonnée ou le cyclisme.

Ce sont les rapports entre le milieu naturel et le développement historique du tourisme en Ardèche qui semblent alors conditionner la répartition spatiale et le développement des sports de nature. Les espaces ruraux et naturels en Ardèche participent très fortement à la création d'actifs territoriaux (Mao, 2007b), révélés puis valorisés d'abord par les acteurs du tourisme puis progressivement par ceux des sports de nature en y intégrant alors une nouvelle dimension récréative. Cette forme de récréation s'est alors accompagnée d'une nouvelle économie : une économie d'émergence.

Le marché du tourisme sportif de nature en territoire rural semble donc spatialement hétérogène. Il est soumis à plusieurs influences : entrepreneuriales, naturelles, institutionnelles ou purement touristiques qui lui dictent des logiques spatiales isolées ou collectives.

L'espace serait donc en premier lieu le réceptacle de ces logiques spatiales commerciales, un outil d'analyse des différenciations entre les secteurs du tourisme sportif de nature en milieu rural et en Ardèche.

La seconde partie va donc proposer une analyse détaillée de ces logiques spatiales suivant lesquelles l'économie des sports de nature se développe en Ardèche. Elle montrera aussi quelles sont les interactions des acteurs économiques de ce secteur avec les autres leviers de développement des territoires ruraux.





**Partie 2. Les espaces touristiques et ruraux : une  
différenciation par l'économie des sports de  
nature**

Le marché du tourisme sportif de nature est, globalement, composé de services et de produits touristiques et sportifs commercialisés par des entrepreneurs spécialisés. L'offre de services d'encadrement et ses entrepreneurs, structurent principalement ce marché en territoire rural. Ils sont considérés ici comme les principaux éléments de l'offre. La demande y est en théorie, représentée par les pratiquants recourant localement à leurs services et produits.

Cette offre et cette demande se rencontrent lors de l'achat de prestations marchandes par des consommateurs, qui se déroulent sur des sites sportifs valorisant une ressource naturelle. La ressource naturelle et les sites sportifs semblent en retour marquer les prestations et les ancrer, de la même manière que leurs entrepreneurs. Ces sites sportifs sont par ailleurs, des portions de l'espace social local dont ils partagent des caractéristiques matérielles et immatérielles

Les logiques 1de spatialisation puis de territorialisation des entrepreneurs sont utilisées comme les indicateurs principaux des formes de structuration locales des interactions au sein du marché du tourisme sportif de nature. Il s'agit alors ici, de mettre en évidence ces logiques géographiques, puis leurs facteurs, qui sont en mesure d'explicitier la constitution d'un ensemble productif coordonné localement, une filière professionnelle locale.

Les espaces de pratique sont les supports de sports de nature utilisés à la fois par des pratiquants locaux, des touristes, des excursionnistes, des scolaires, des pratiquants en club voire des sportifs itinérants et libres. Néanmoins les espaces qui les supportent sont conditionnés par chacune de ces formes de pratique, mais aussi par la présence d'une ressource naturelle.

Pour dépasser la complexité de ces formes de pratique, la répartition des sites sportifs sera observée au travers d'une logique non-marchande puis d'une logique marchande.

Les sites sportifs sont, en effet, des objets sociaux-spatiaux qui constituent aussi des objets touristiques et sportifs. Dans ce cadre, les logiques spatiales des sites sportifs seront confrontées à celles de la population locale, à l'échelle nationale puis du département de l'Ardèche, avant d'être comparées à celles des hébergements touristiques marchands à l'intérieur de ce territoire touristique rural.

Les espaces sportifs seront, dans cette approche, des lieux de pratique mais aussi des indicateurs de la tendance à la diversification commerciale du tourisme, en Ardèche, par les différents segments du marché des sports de nature. Ainsi, les hébergements seront considérés comme un indicateur partiel des lieux où se localise la demande.

Les logiques spatiales de répartition de l'offre sportive de nature marchande seront, quant à elles, identifiées par les lieux d'implantation des entrepreneurs de l'encadrement.

Dès lors, il semble que les logiques spatiales des lieux de rencontre entre ces deux éléments soient conditionnées à la fois par les sites sportifs (logique de proximité géographique), par les lieux de l'hébergement touristique (logique de recherche de proximité fonctionnelle) et enfin par la population locale (logique de proximité structurelle). Une telle approche géoéconomique de l'exemple de l'Ardèche, permettra une première lecture de ces rapports géographiques entre ces éléments structurants du marché des sports de nature, qui sera ensuite affinée et complexifiée par la mise en évidence de territoires liés à l'économie des sports de nature.

Toutes les logiques propres à ces facteurs esquissent un système, forment un ensemble complexe dont les dynamiques se déclinent sur des dimensions économique, géographique, sociologique, environnementale ou politique. Cependant, il est essentiel de distinguer la place de l'espace dans la construction d'un marché récent pour comprendre ses logiques internes puis canaliser, utiliser ses effets dans le cadre du développement territorial rural.

Dans ce cadre, l'espace peut être intégré comme une marchandise dans les offres sportives de nature. L'espace devient alors une matière première dans le processus de production des sports de nature mis en marché.

Le chapitre quatre s'articule autour d'une approche spatiale des dynamiques de répartition des sites sportifs de nature. Celles-ci seront questionnées au travers de leur corrélation, ou leur absence de corrélation, vis-à-vis des logiques non-marchandes puis marchandes contenues dans les activités sportives de nature.

Après une introduction globale à l'échelle nationale, cette approche thématique des sites sportifs de nature se focalisera sur le territoire rural et touristique ardéchois, et sera complétée par des éléments issus des entretiens réalisés auprès des entrepreneurs des sports de nature. Ceci doit permettre d'identifier puis d'illustrer les différents types de dynamiques de répartition des sites sportifs de nature, utilisés par des entrepreneurs qui sont aussi des pratiquants, des sportifs.

Le lien entre ces espaces et les lieux de l'économie touristique ardéchoise permettra ensuite d'intégrer les logiques de répartition des entrepreneurs à cette étude globale des espaces touristiques et ruraux soumis à l'économie des sports de nature.

Le cinquième chapitre permettra d'analyser les logiques de répartition des entrepreneurs des sports de nature, en partant des logiques de répartition identifiées pour les sites sportifs de nature sur lesquels ils exercent ou pratiquent leurs sports.

Ensuite, les espaces des entrepreneurs seront mis en perspective avec les lieux d'implantation des hébergements touristiques, auprès desquels ils peuvent, par exemple, développer leurs offres, puis la répartition de la population locale pour comparer l'importance de la logique touristique face à la logique de services.

Le sixième chapitre constituera une montée en généralités autour de ces deux chapitres descriptifs et analytiques. Il aura pour objectif de détailler les dynamiques spatiales du marché de l'encadrement dans les sports de nature, présentées précédemment, avec les outils de la géographie économique, dans un premier temps, et de l'économie territoriale dans un second temps.

L'espace sera ici un facteur de différenciation, au sein de l'économie des sports de nature, puis d'ancrage des entrepreneurs. Cette notion permettra de prolonger cette réflexion par une analyse territoriale de cette économie. Cette approche s'appuiera sur les modes de constitution de la ressource territoriale sportive de nature en Ardèche, au travers des interactions entre ses actifs territoriaux.

Cette partie est constituée, dans un premier temps, d'une approche thématique basée sur une analyse cartographique à laquelle sont confrontés systématiquement des indicateurs

quantitatifs et des extraits des entretiens semi-directifs effectués auprès des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche. Les données quantitatives et spatiales sur les sites sportifs de nature, les entrepreneurs et l'économie touristique feront l'objet de cartes thématiques.

Cette partie s'appuie donc sur la base de données des sites sportifs de nature, constituée par le Ministère des Sports à l'échelle nationale puis consolidée par des travaux menés en partenariat avec le Conseil Général de l'Ardèche<sup>53</sup>. L'autre base de données sur les entrepreneurs, utilisée ici, est quant à elle issue du Ministère des Sports (Atlas cartographique, 2008).

L'économie touristique et les hébergements touristiques seront représentés spatialement au travers du nombre d'hôtels classés, de campings classés et de nuitées touristiques dans ces hébergements recensés en Ardèche par l'I.N.S.E.E.<sup>54</sup> (2008). Ces indicateurs ont été, à chaque fois, croisés statistiquement afin d'identifier des corrélations globales ou locales par l'analyse des coefficients de corrélation entre des couples d'indicateurs quantitatifs et avec l'aide du logiciel Sphinx<sup>2</sup>. Cette lecture des dépendances statistiques entre chacune des distributions spatiales mobilisées ici servira de point de base à la recherche de facteurs explicatifs à ces proximités géographiques.

#### **Encadré 1 : Introduction méthodologique à l'observation d'un coefficient de corrélation**

Calculer le coefficient de corrélation entre deux variables *numériques* revient à résumer la liaison qui existe entre les variables à l'aide d'une droite. On parle alors d'un ajustement linéaire. Le coefficient de corrélation est égal à 1 dans le cas où l'une des variables est "fonction affine croissante" (équation régissant l'orientation de la droite de régression) de l'autre variable, à -1 dans le cas où la fonction affine est décroissante. Les valeurs intermédiaires renseignent sur le degré de dépendance linéaire entre les deux variables. Plus le coefficient est proche des valeurs extrêmes -1 et 1, plus la corrélation entre les variables est

<sup>53</sup> Cette base de données a été maintenue à jour depuis 2001 par des travaux successifs menés par des chercheurs et des étudiants de l'Institut de Géographie Alpine au sein du Cermosem et toujours en lien avec le service des sports du Conseil Général de l'Ardèche. Ce fichier a été exploité puis valorisé à plusieurs reprises jusqu'en 2011 en étant à chaque fois remis à jour : par des relevés de terrain, en consultant les acteurs institutionnels des sports de nature ou en analysant la littérature sportive (presse spécialisée, topoguides).

<sup>54</sup> Enquête sur les hébergements touristiques de l'I.N.S.E.E. et recensement général de la population de 2008 – disponibles en ligne sur le site de l'I.N.S.E.E. (<http://www.insee.fr>)

forte ; l'expression "fortement corrélées" est employée pour qualifier les deux variables. Une corrélation égale à 0 signifie que les variables sont linéairement indépendantes.

Le coefficient de corrélation n'est pas sensible aux unités de chacune des variables. Par exemple, le coefficient de corrélation linéaire entre l'âge et le poids d'un individu sera identique que l'âge soit mesuré en semaines, en mois ou en années. En revanche, ce coefficient de corrélation est extrêmement sensible à la présence de valeurs aberrantes ou extrêmes ; ces valeurs sont appelées des "déviant" dans un ensemble de données ; ces valeurs très éloignées de la majorité des autres peuvent être considérées comme des exceptions.

Plusieurs auteurs ont proposé des directives pour l'interprétation d'un coefficient de corrélation en géographie : Marchand (1972), Béguin (1979). L'interprétation d'un coefficient de corrélation dépend du contexte et des objectifs de l'analyse. Une corrélation de 0,9 peut être très faible si l'on tente de vérifier une règle certaine en utilisant une méthode certifiée, mais peut à l'inverse être considérée comme très élevée avec une méthode plus empirique et un cadre plus complexe.

Ce constat s'applique particulièrement à l'approche géographique retenue ici où les indicateurs sont composites, en émergence, et leurs dynamiques fines. Ainsi, les coefficients de corrélation entre plusieurs variables seront étudiés sur un spectre large puisqu'ils varient fortement suivant les analyses retenues.

Pour cette analyse, les éléments issus de l'analyse thématique seront confrontés à une analyse discursive, basée sur l'enquête menée sur le format de l'entretien semi-directif auprès des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche. Ils ont été interrogés sur les caractéristiques économiques et spatiales de leur activité marchande. Ils ont été choisis selon leur implantation durable en Ardèche (à l'année) au sein du marché local du tourisme sportif de nature.

Dix-sept entrepreneurs des sports de nature présents à l'année ont répondu favorablement et ont accepté le principe d'un entretien autour de leurs logiques commerciales et territoriales. Cet échantillon constitue un groupe d'entrepreneurs qui se distingue par sa territorialisation. La méthode d'enquête est détaillée dans l'encadré suivant.

## Encadré 2 : Les entretiens auprès des entrepreneurs des sports de nature

Les entretiens semi-directifs ont été menés avec un ensemble de 17 acteurs permettant d'affiner, de modifier ou de valider les hypothèses exploratoires. « L'enquête par entretien est ainsi particulièrement pertinente lorsque l'on veut analyser le sens que les acteurs donnent à leurs pratiques, aux événements dont ils ont pu être les témoins actifs ; lorsque l'on veut mettre en évidence les systèmes de valeurs et les repères normatifs à partir desquels ils s'orientent et se déterminent » (Blanchet, Gotman, 1992). Ce type d'entretien permet donc de faire ressortir « la subjectivité des autres [recueillie par entretiens] qui est un élément capital, tout aussi objectivement que les contraintes techniques ou économiques, définit la situation de chacun, c'est-à-dire par rapport à quoi il élabore sa propre stratégie et sa propre conduite » (Crozier, Friedberg, 1977).

L'objectif principal de ces entretiens a été d'identifier les logiques de marchandisation, les spatialités et les territorialités des entrepreneurs des sports de nature, ainsi que leurs interactions (commerciales, sociales) au sein d'une filière professionnelle. Le croisement de ces entretiens permet d'identifier des logiques de fonctionnement propres à certaines familles d'activités, certains types d'espaces.

Les acteurs ont été identifiés puis contactés par les listes d'adhérents aux syndicats nationaux des professionnels des sports de nature ainsi que par une recherche des prestataires présents en Ardèche<sup>55</sup> et proposant leurs services. Le mode de passation des entretiens retenu a été celui d'une situation neutre, en dehors du cadre sportif. Les entretiens se sont ainsi déroulés, soit au domicile de l'entrepreneur, soit dans son local commercial, soit dans un lieu public. Les caractéristiques des entrepreneurs rencontrés dans ces entretiens sont présentées dans le tableau récapitulatif fourni en annexe (cf. annexe 11).

Pour limiter les biais inhérents à l'empilement des fonctions dans une filière professionnelle, dans un milieu professionnel, le contexte dans lequel l'acteur a été interrogé a été défini au préalable. La thématique centrale de l'entretien présentée à l'acteur concerne un travail de recherche universitaire portant sur les questions de « l'économie des sports de nature et des rapports qu'elle entretient avec le territoire ». Cette notion est suffisamment large et englobante, pour permettre d'aborder l'ensemble des thématiques choisies durant l'entretien.

<sup>55</sup> Recherche de plaquettes publicitaires dans les principaux lieux touristiques ardéchois (offices de tourisme, camping) et en ligne, soit avec l'aide d'un moteur de recherche (utilisation des mots clés : sports de nature, Ardèche) soit en utilisant le site Internet du C.D.T. de l'Ardèche (<http://www.ardeche-tourisme.com>)



Le guide d'entretien a été organisé autour de six thèmes principaux. Les acteurs rencontrés ont été relancés au moins une fois sur chacun de ces sujets lorsqu'ils ne répondaient pas ou recadrés lorsqu'ils s'éloignaient. Ces thèmes concernaient :

- **leurs rapports aux espaces de pratique** et au territoire en tant que **pratiquant, sportif** ;
- **leurs rapports aux espaces de pratique** et au territoire en tant **qu'entrepreneur** ;
- **une description de leur propre activité marchande et un positionnement circonstancié vis-à-vis des autres entrepreneurs**, de la même activité ou utilisant un type d'espaces sportifs similaire dans ce cadre ;
- **leurs interactions avec les autres acteurs institutionnels, économiques, associatifs** des sports de nature au travers soit de la gestion concertée ou des échanges informels existant entre entrepreneurs sportifs ;
- **leur perception de la gestion concertée, collective** et maîtrisée des sports de nature puis de l'économie des sports de nature ;
- **leur avis général concernant la privatisation de l'accès à un espace sportif** de nature emblématique de la marchandisation de l'activité : le cas du canyon de la Besorgues.

Ce dernier point a permis de révéler leur vision générale des sports de nature mis en marché et donc de confirmer leur logique de marchandisation.

Les entretiens, réalisés en mai et juin 2008, à l'amorce de la saison touristique principale (mi-juin à mi-septembre), ont systématiquement débuté par quelques questions générales permettant de définir : les trajectoires personnelle et professionnelle des entrepreneurs, leur statut professionnel et leur mode de marchandisation (saisonnalité, mobilité commerciale, nombre de salariés ou de stagiaires, recherche d'une clientèle spécifique). Les entretiens, menés pour certains dans les locaux commerciaux ou personnels des entrepreneurs de l'encadrement sportif de nature et pour d'autres dans des lieux neutres (café ou mairie) ont chacun duré environ une heure. Ils ont été enregistrés avec l'aide d'un dispositif numérique, et résumés par écrit. En outre, ces entretiens ont montré, par moment, le peu de recul que prennent les entrepreneurs vis-à-vis de leurs activités professionnelles et ils expriment dans ce cas des informations peu problématisées<sup>56</sup>.

---

<sup>56</sup> Afin de respecter l'anonymat proposé aux entrepreneurs au début des entretiens, et leur proposer ainsi de présenter en détail leur mode de commercialisation sans craintes (y compris les volets illégaux voire dissimulés), leurs noms n'apparaît pas dans ce travail.

Enfin, d'une part, ces entretiens ont abouti à une retranscription synthétisée des principaux éléments de réponse, et de l'autre, à la constitution d'une grille présentant les "idées-forces" de chaque réponse.

Dans ce second cas, les réponses ont été codées pour faire apparaître les caractéristiques principales de chacune des réponses fournies, suivant une série d'indicateurs et ce pour chacun des axes de l'entretien.

La grille détaillant les réponses obtenues lors de ces entretiens est fournie en annexe de ce travail (cf. annexe 11).

L'approche comprise dans cette seconde partie propose d'utiliser la géographie économique puis l'économie territoriale pour observer le marché local des sports de nature dans les territoires ruraux et touristiques.

L'Ardèche est tout d'abord identifiée dans les logiques spatiales nationales de répartition des espaces sportifs puis située face aux logiques spatiales de l'économie des sports de nature en territoire rural.

Ceci a pour objectif de confirmer puis de détailler les spécificités structurelles de ces logiques en Ardèche. Cette méthode consiste bien à avancer selon une progression suivant une "montée en complexité".



## **Chapitre 4. Une analyse de la localisation des sites sportifs de nature en Ardèche : d'une logique de répartition non-marchande vers une logique marchande ?**

Ce chapitre sera l'occasion d'introduire l'espace dans les sports de nature et dans leur marché.

Ces activités se développent sur des sites, des lieux de pratique, où elles s'ancrent spatialement. Dès lors la répartition spatiale des sites sportifs de nature est en mesure d'illustrer les spécificités structurelles des activités sportives de nature.

Si les sites sportifs de nature sont liés à l'environnement naturel sur lequel ils s'inscrivent, leur répartition spatiale sera analysée dans ce chapitre d'abord suivant une logique non-marchande, en tant qu'espaces sociaux, puis suivant une logique marchande et en tant qu'objets liés à l'économie touristique ardéchoise.

Après une introduction de la répartition des sites sportifs à l'échelle nationale, cette approche se concentrera sur le territoire rural du département de l'Ardèche pour identifier les liens avec son économie touristique.

### **4.1. Les espaces des sports de nature**

Les sports de nature sont *in fine* plus que des faits sociaux, dans la mesure où ils utilisent à la fois des espaces naturels pour être pratiqués et que ces espaces accueillent plusieurs modes de pratique, et ses pratiquants, qui les valorisent de manière différenciée.

Les sports de nature sont des faits sociospatiaux (Bourdeau *et al.*, 2011) conditionnés, et conditionnant les espaces de pratique où ils se déroulent.

D'un point de vue commercial, l'activité économique induite par les sports de nature qui se développe sur ces espaces est hétérogène spatialement par les volumes de pratiquants et donc par les flux de capitaux qu'ils amorcent. Cette économie locale varie à la fois suivant les caractéristiques naturelles des lieux de pratique et suivant les modes d'intégration de ces caractéristiques dans le marché.

L'espace serait donc un facteur d'hétérogénéité et de différenciation au sein du champ de l'économie des sports de nature. Cependant, dans le marché des sports de nature, l'espace comporte une première dimension matérielle (sa dimension géométrique définissant des distances) et une dimension idéale (sa dimension sociale et interactionnelle).

L'espace est avant tout l'objet fondamental qui préexiste dans les sports de nature : support et objet des activités physiques de nature. Il constitue un des premiers concepts employés par les sociétés humaines pour matérialiser la « portion de Monde » (Brunet, 1993) sur laquelle elles sont implantées et où se développent une ou plusieurs activités.

L'espace constitue historiquement l'objet de base de la géographie. Il se rapporte aux lieux où l'homme existe (Berdoulay, Entrikin, 1998) et correspond à « une page blanche où poser l'action humaine - et le travail du géographe » (Brunet, 1993). Cette définition fait référence à l'origine latine, *spatium*, du terme. Elle souligne les premières dimensions que l'espace apporte à l'analyse géographique, comme l'espacement, la distance ou l'étendue.

Il convient donc d'adosser le concept d'espace à celui du lieu dans sa construction. Les lieux sont des entités délimitées et délimitables « liées par des réseaux » (Brunet, 1993) à l'origine de l'espace. « C'est de lieux, de liens de lieux et de lieux de lieux que l'espace est fait » (Brunet, 1993). Les lieux sont alors ces endroits "où", qui possèdent une localisation et à propos desquels des données quantitatives sont disponibles (Berdoulay, 1988). « Les lieux n'ont aucun sens en eux-mêmes : ils n'ont que celui qu'on leur donne » (Brunet, 1993).

La théorie des lieux centraux de Christaller (1933) ou Lösch (1944), se basait sur la localisation des activités d'échange pour démontrer le rôle des lieux les uns par rapport aux autres. Cela supposait un espace homogène et constituait une application des méthodes de la science économique de la première moitié du XX<sup>ème</sup> siècle aux « problèmes de la géographie de la région et de la ville » (Claval, 2005). Cette qualité homogène de l'espace permet notamment une lecture des liens entre les lieux puisque l'espace n'apporte aucune limitation aux échanges.

L'espace géographique se définit comme un « ensemble de lieux et de relations entre les lieux, définies par les interactions entre des acteurs sociaux localisés » (Pumain, Saint-Julien, 1997). Il s'envisage alors selon les deux modalités suivantes :

- « comme un simple contenant, repère immuable dans lequel on situe les objets et analyse leurs relations : c'est l'**espace-support**, dit l'espace absolu, il est isotrope et homogène, c'est-à-dire qu'il a les mêmes propriétés dans toutes les directions ;
- comme un ensemble de relations dont les propriétés, variables dans le temps et dans l'espace, sont définies par la nature et la forme des interactions entre les objets et les unités spatiales : c'est l'espace relatif ou **espace-produit** » (Pumain, Saint-Julien, 1997).

L'espace n'est pas vide, il est marqué par les relations humaines, sociales, dans sa construction et par l'adjonction d'un sens commun. Cet espace géographique serait alors le support spatial d'interactions privilégié des populations humaines dont l'économie des sports de nature serait une dimension des liens entre ses éléments.

Enfin, l'espace est doté de trois caractéristiques principales : **l'échelle, la métrique, la substance**. « Un espace est donc un agencement construit par des opérateurs et qui résulte de la configuration spécifique » (Lévy, Lussault, 2003) des trois éléments précités. Cela permet d'observer l'espace comme une « certaine organisation, [où] l'ensemble des objets des sociétés (individus, groupes, choses, idées) [sont] coexistant et en relations » (Lévy, Lussault, 2003).

La teneur des échanges entre opérateurs est dans ce cas regroupée sous l'appellation de substance. L'objet qu'est l'espace géographique est sous-tendu par des relations bidirectionnelles faisant circuler cette substance d'ordre cognitif. Il offre donc des clés de lecture aux logiques spatiales et économiques qui sous-tendent les pratiques et le marché des sports de nature. Les logiques expriment les liens qui existent entre les lieux ou/et entre les hommes. Elles permettent de représenter cartographiquement les espaces qui sont ainsi produits.

Concomitamment à ces réflexions conceptuelles en géographie, les sciences économiques ont cherché à prendre en charge la question de la répartition géographique de ces objets et à mettre en question cette répartition.

Dans ce cadre, l'économie est une science visant à comprendre les mécanismes qui tendent à rationaliser les échanges monétaires ou non entre des agents produisant et consommant.

L'espace serait donc en économie un facteur de différenciation, d'organisation spécifique, d'interactions spatiales et enfin un facteur de développement économique régional différencié (Coffey, 1995). Il est un vecteur de complexité géographique et méthodologique pour les économies locales, les marchés selon la diversité des agencements de lieux construits par les actions d'opérateurs humains.

L'espace est dans cette approche un espace support d'activités commerciales, capable de les rendre spécifiques et attractives. Cette conception spécifique de l'espace tient à la nature de la valorisation qu'en font les sports de nature, à la fois support et point d'ancrage, mais aussi marqueur et objet construit.

Dans les sports de nature, l'espace est intimement lié aux acteurs et permet donc d'étudier les effets qu'ont leurs actions dans le champ de l'économie sur cet objet géographique.

#### **4.1.1. Les itinéraires, les sites et les espaces de pratique des sports de nature**

Les itinéraires, les sites et les espaces de pratique des sports de nature sont des objets géographiques qui définissent les portions d'espace utilisées dans les activités physiques de nature. Ils sont des entités spatiales susceptibles de supporter des pratiques humaines selon une diversité complexe de situations sportives de nature différentes.

**C'est à ce titre qu'ils se rapprochent du concept de lieu** en géographie et qu'une fois valorisés par les pratiquants ils peuvent être considérés comme les marqueurs sociosportifs des activités physiques de nature. La dénomination d'espace support de pratique

des sports de nature s'entend alors dans le sens où ce sont à l'origine des espaces ouverts et sauvages qui peuvent être utilisés dans ces activités. Cette définition correspond dans ce cadre à une étendue spatiale utilisée dans les sports de nature.

Ensuite, les lieux, sites, itinéraires et étendues sportives de nature deviennent **des espaces des sports de nature lorsqu'ils forment des réseaux locaux**, des ensembles de lieux. Cette notion d'espaces sportifs de nature permet alors d'englober toutes les entités spatiales (voies d'escalade, tronçons de chemin de randonnée, entrée de cavité souterraine ou encore berges de rivière) dans un élément localisé qui représente le support naturel utilisé par les pratiquants des sports de nature.

Les espaces sportifs de nature sont mobilisés tout au long du processus de marchandisation des sports de nature et sont des objets dont les multiples dimensions sont en partie définies par les pratiques (Mao, 2003 ; Plagnol, 1997). Les sports de nature et leurs espaces supports sont des objets qui sont liés. Les espaces de pratique constituent des objets déjà appréhendés par la géographie au sein d'un champ social et culturel (Mao, 2003). Un espace sportif de nature correspond bien à un « construit cognitif permettant d'appréhender un phénomène spatial » (Lévy, Lussault, 2003), un objet géographique.

Il convient donc d'aborder les espaces sportifs de nature comme les supports de toutes les modalités de pratique des activités physiques dans la nature : de la pratique hédoniste ou autonome à la pratique marchande. Ces formes de pratique peuvent se dérouler en parallèle, sur le ou les mêmes lieux et dans le même temps.

La valorisation marchande des espaces sportifs de nature à travers des prestations sportives ajoute une dimension productive et économique qui joue à la fois sur l'identité même de ces espaces et sur les caractéristiques économiques de l'offre.

Certains entrepreneurs qui ne proposent pas de services dans ce secteur l'affirment de la manière suivante :

« Ici c'est l'industrie du canoë-kayak » (Extraits des entretiens n°6 et n°8)



L'économie comme un ensemble d'interactions sociales visant à échanger des biens et des services selon des démarches marchandes et non marchandes engendre donc un réseau localisé de réciprocité qui est un objet géographique : le marché.

#### **4.1.2. Caractéristiques géographiques des espaces, des sites et des itinéraires sportifs de nature**

Les sports de nature suivent des cycles d'évolution qui aboutissent à des formes de pratiques parfois diamétralement opposées à celles d'origine. Si les espaces où sont pratiqués les sports de nature sont à la base tous implantés dans les milieux naturels, ils peuvent évoluer à la fois suivant les caractéristiques naturelles et le type de milieu.

Les mutations de ces supports spatiaux sont conjointes à celles des pratiques dont ils sont les objets. L'espace support sur lequel les sports de nature se déterminent est composé du milieu naturel sous ses différentes formes. « Les activités sportives de nature se pratiquent sur la terre, dans l'air ou dans et sur l'eau (rivière, lac, mer) » (Beauchard, 2004). Dès lors cette conception du milieu naturel est complétée par la définition fournie par le Code du Sport (article L311-1 ; cf. encadré 3) légitimant l'existence de ces portions terrestres en France.

##### **Encadré 3 : Extraits du Code du Sport concernant les espaces sportifs de nature**

###### Article L311-1 :

Les sports de nature s'exercent dans des espaces ou sur des sites et itinéraires qui peuvent comprendre des voies, des terrains et des souterrains du domaine public ou privé des collectivités publiques ou appartenant à des propriétaires privés, ainsi que des cours d'eau domaniaux ou non domaniaux.

Source : extrait du Code du Sport, entré en vigueur et publié au Journal Officiel le 25 mai 2006

Ces espaces sont ainsi la propriété (et donc sous la responsabilité) d'une structure collective ou d'un opérateur, d'une personne morale ou physique (Roux *et al.*, 2010). Quel que soit le type d'espace, celui-ci est approprié puis administré, de près ou de loin, par un opérateur dans le respect d'un cadre réglementaire ou législatif.

Dès lors, les espaces sont les objets de processus d'appropriation sociale par des acteurs locaux, des pratiquants (Bourdeau, Mao, 2002) qui vont leur conférer un usage, une valeur sportive. Ils sont originellement des portions de milieu naturel sur lesquels ne sont venus s'implanter les sports de nature que plus récemment. Ce sont bien les pratiquants, les sportifs, qui font des sites naturels des espaces sportifs de nature. Au même titre que les

dynamiques démographiques chez les pratiquants, ils illustrent le degré de structuration où la diffusion locale des pratiques sportives de nature et de leurs filières marchandes. Néanmoins, les sports de nature investissent de manière diffuse les milieux naturels et sont en partie conditionnés ou « sous la dépendance » (Mounet *et al.*, 2000) de l'offre physique du milieu.

L'utilisation récréative du foncier naturel et rural semble conférer à l'espace une valeur présente dans les différents champs de l'économie de la récréation, l'aménagement du territoire, l'aménagement rural et le foncier agricole ou rural. Appropriés collectivement ou individuellement, les espaces, sites et itinéraires sportifs de nature peuvent être des leviers des politiques de développement des sports de nature. Ils sont alors les objets de recensement (évaluation ou diagnostic des potentialités de développement) puis de procédures de gestion de la part des institutions chargées de ces activités.

Le Ministère des Sports recense tous les équipements sportifs y compris les espaces sportifs de nature au sein du R.E.S.<sup>57</sup> afin d'améliorer la maîtrise et l'acuité des politiques de développement du sport à toutes les échelles. Cette base de données est gérée par le Ministère des Sports, mais les saisies y sont effectuées par des techniciens de chacune des directions départementales du Ministère. Ainsi le R.E.S. a le mérite d'être exhaustif, mais il peut faire apparaître des hétérogénéités spatiales importantes, surtout liées à la non-transversalité des critères d'identification des sites sportifs entre les opérateurs.

Les sites sportifs de nature peuvent parfois être considérés comme des massifs (ensembles de plusieurs falaises d'escalade très rapprochées par exemple) ou des sites (chacune de ces falaises) ou des lieux (voies d'escalade) et ne représenter qu'une seule entrée dans cette liste. Néanmoins, c'est le seul outil de ce genre permettant de comparer la répartition des infrastructures sportives, les lieux où la pratique peut potentiellement s'ancrer, sur l'intégralité du territoire français, offrant la capacité de développer une analyse plus fine et détaillée (jusqu'à la commune et plus encore avec les coordonnées en longitude et en latitude des sites sportifs).

Entre espaces supports, variables d'ajustement d'un développement rural récréatif, et espaces produits, appropriés par des acteurs locaux, les espaces, les sites et les itinéraires

---

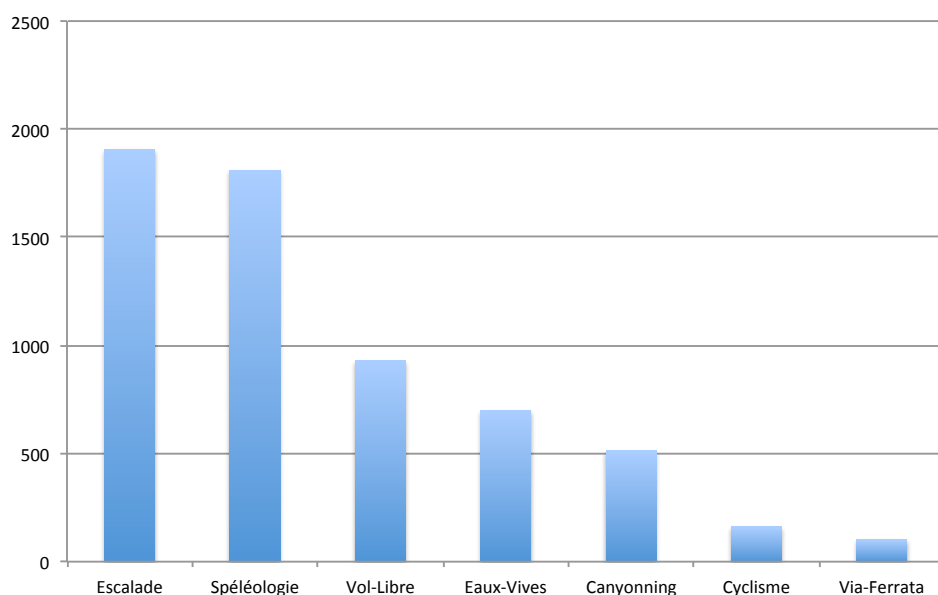
<sup>57</sup> Recensement des Équipements Sportifs en France effectués périodiquement par le Ministère des Sports

sportifs de nature constituent les liens entre les acteurs des sports de nature et leurs territoires. En matière de sports de nature commerciaux, ces liens sont renforcés par les flux de capitaux dont les sites sportifs sont les destinataires.

#### 4.1.3. La répartition des sites sportifs de nature en France

Il y a environ 6 120 sites sportifs de nature de spéléologie, d'escalade, de canyoning, de via-ferrata, de vol libre, de cyclisme et de sports d'eaux-vives en France en 2010 (cf. graphique 8). Ceux-ci se répartissent de la façon suivante :

**Graphique 8 : Répartition du nombre d'espaces sportifs de nature en France en 2010 par activité**



Source : R.E.S., Ministère des Sports, 2010  
Réalisation : Langenbach, 2012

La randonnée pédestre ne figure pas dans ce graphique parce que les indicateurs quantitatifs qui l'illustrent ne sont pas comparables à ceux des autres sports. En effet, les linéaires de sentiers ou d'itinéraires de randonnée sont difficiles à quantifier par commune pour l'ensemble des départements français. Ils ont certes des points de départ et d'arrivée localisables, mais le reste de l'itinéraire est principalement composé de segments, avec parfois plusieurs variantes. En outre, l'identification ou le recensement de ces itinéraires varient très fortement entre les départements ou entre les communes et perturbent la généralisation potentielle de cette approche. Dès lors, il n'est pas pertinent de comparer quantitativement tous les tronçons d'itinéraires recensés par le Ministère des Sports (R.E.S.) avec les autres sites sportifs de nature puisque leur nombre n'est pas représentatif des espaces qui peuvent

accueillir des pratiquants. Pour cette pratique sportive de nature, la plus populaire en France (14,5 millions de pratiquants), qui constitue localement l'activité touristique et sportive de nature la plus pratiquée (CDT de l'Ardèche, ALTIMAX, 2008), la France possède environ 40 000 kilomètres de sentiers de Grande Randonnée<sup>58</sup> contre 80 000 kilomètres de sentiers de promenade locaux.

Dans un autre domaine, l'estimation du nombre de sites de cyclisme permise par l'exploitation du R.E.S. n'indique que les "bases" agréées par les fédérations françaises de cyclisme et de cyclotourisme (F.F.C. et F.F.C.T.). Elles sont les points de départ de plusieurs boucles aux ramifications là aussi difficiles à dénombrer. Cette pratique peut par ailleurs se développer sur une très grande partie du réseau routier national (cyclisme sur route ou cyclotourisme) ou sur les chemins et sentiers (V.T.T.) préexistant. La quantification de ces espaces doit donc être considérée en tenant compte de ces réserves. Ce type de constat s'applique aussi aux itinéraires de randonnées équestres dont le dénombrement pose le même problème de représentativité des lieux de pratique disponibles localement.

Ce problème méthodologique peut être contourné en observant la présence ou l'absence de portions des divers types d'itinéraires (Mao, Bourdeau, 2008a) ou d'itinéraires entiers sur chaque commune. Cette méthode a été appliquée à la randonnée pédestre (Mao, Bourdeau, 2008a) et permet une première approche de leurs logiques de localisation. L'offre d'espaces de randonnée pédestre constitue depuis longtemps un marqueur touristique pour les espaces ruraux (Mignotte, 2004).

La densité locale des itinéraires de randonnée permet alors d'observer leur pénétration dans les milieux ruraux, touristiques et agricoles. Les itinéraires de randonnée pédestre, et plus largement les espaces sportifs de nature semblent permettre une lecture en négatif des espaces ruraux et montagnards (Bourdeau, 2003) suivant le constat d'une « juxtaposition et d'une complémentarité entre les pratiques sportives de nature et les activités traditionnelles (agriculture, élevage, exploitation forestière ou autres usages coutumiers) » (Mao, Bourdeau, 2008a).

Ces espaces sportifs de nature s'insèreraient donc dans « les marges, les interstices, les confins ou les espaces libérés par la déprise agricole » (Mao, 2003). Ils redonnent alors un

---

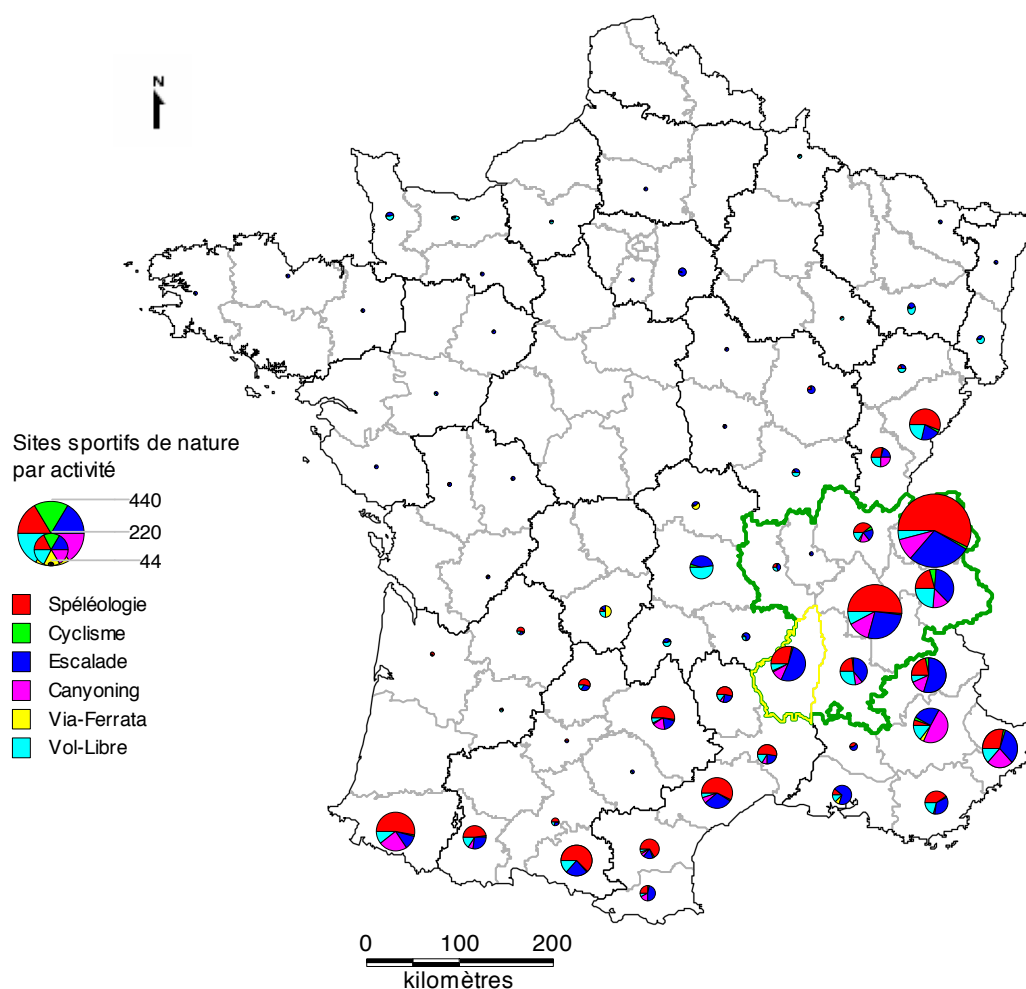
<sup>58</sup> Ces itinéraires emblématiques qui s'étendent sur plusieurs centaines de kilomètres sont des marques déposées par la Fédération Française de Randonnée Pédestre et sont décrits dans des guides topographiques.

usage, un sens puis une valeur à des espaces « sans usage » (Kayser, 1993). Ainsi, les itinéraires de randonnée pédestre sont sous-représentés entre l'est de l'Île-de-France et l'Alsace ainsi que dans le sud-ouest du pays (cf. carte en annexe 10, p 97). Ce faisant, ils montrent qu'ils sont absents des territoires de l'agriculture productiviste et compétitive (Mao, Bourdeau, 2008a). En effet, « la monoactivité agricole marque ces espaces, leur fonctionnement et les paysages y semblent peu attractifs et compatibles avec des pratiques récréatives douces et contemplatives. Ce ne serait donc pas tant le milieu qui influence directement la diffusion de l'activité randonnée que les usages dominants au sein de ces espaces » (Mao, Bourdeau, 2008a).

Plus largement, l'ensemble des espaces utilisés dans les sports de nature souligne une autre géographie que celle des seuls milieux ruraux. La lecture de la carte suivante (cf. carte 11) sur la répartition des espaces sportifs de nature en France montre que c'est au sud d'une zone allant de la Haute-Savoie aux Landes et couvrant plusieurs espaces montagnards que se localisent surtout ces sites. Ils s'affranchissent donc d'une logique spatiale marquée par les milieux ruraux en se concentrant ainsi sur une seule partie du territoire national.

L'espace rural se trouve suivant le zonage proposé par l'I.N.S.E.E. dans toutes les zones qui ne sont pas à dominantes urbaines et se retrouve donc réparti régulièrement dans la grande majorité des départements français (I.N.S.E.E. Première, 2011). Les espaces sportifs de nature ne correspondent pas uniquement aux espaces ruraux : leur répartition est largement hétérogène.

Carte 11 : Les espaces sportifs de nature par département en France en 2010



Source : R.E.S., Ministère des Sports, 2010

Réalisation : Langenbach, 2012

**NB :** Les sports d'eaux vives ne sont pas représentés sur cette carte, car les données disponibles ne sont pas géolocalisables de manière satisfaisante.

La lecture cartographique des logiques spatiales présentes sur la carte précédente montre ces hétérogénéités régionales. Toutefois, la base de données utilisée ici (R.E.S.), comporte une forte proportion de sites sportifs de nature "verticaux" et il est donc logique d'y relever une dépendance marquée vis-à-vis du relief. Cette répartition semble visuellement fortement liée avec les milieux montagnards.

Cependant, de nouveaux types d'aménagements et d'infrastructures sportifs de nature sont apparus dans les années 1980, dépassant l'unique lien déterministe entre milieu naturel et espaces sportifs de nature. Ces « transgressions géosportives » (Mao, Bourdeau, 2008a)

permettent de répondre à une augmentation des besoins d'entraînement sportif ou des nouvelles formes de pratiques (loisirs de proximité) et de leurs pratiquants. Ces espaces innovants ou artificiels sont intégrés à la base de données utilisée dans ce travail.

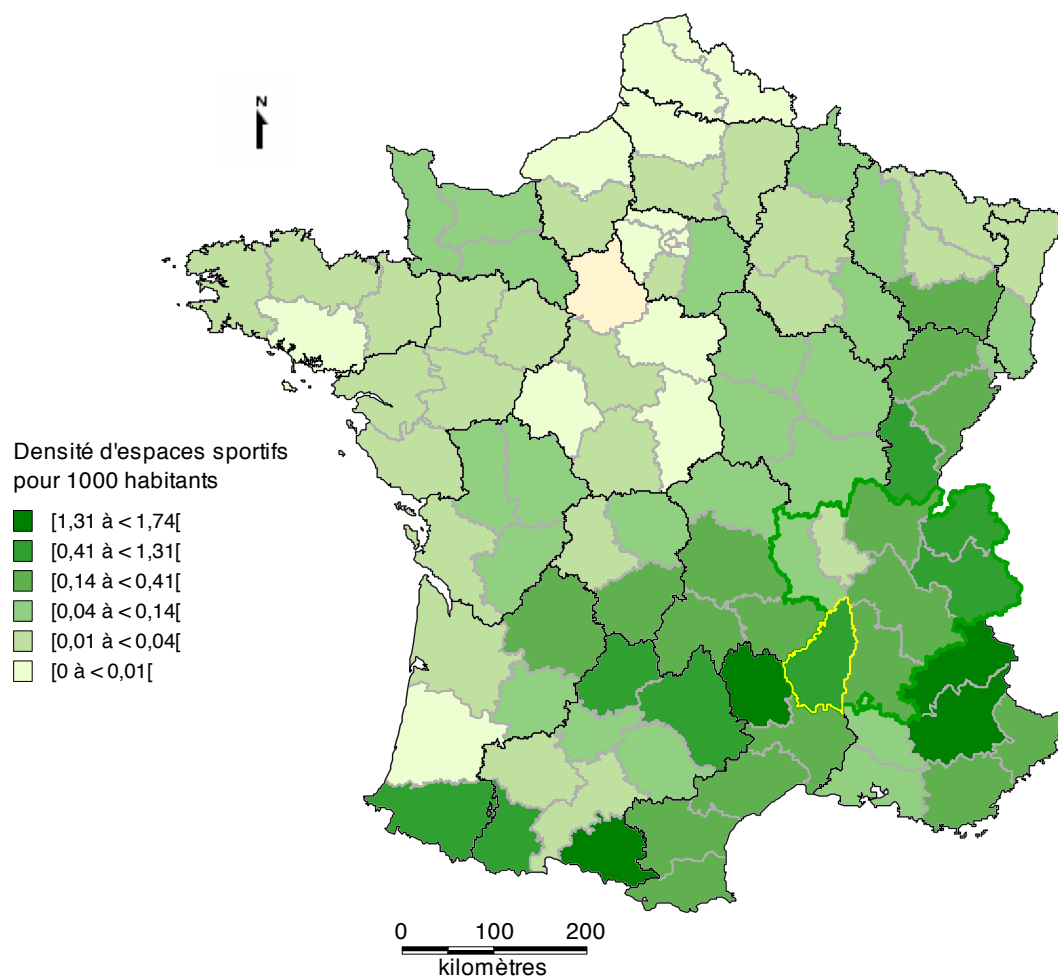
Dès lors, les nouvelles formes de pratique ont inscrit les espaces sportifs de nature dans deux processus : l'un d'innovation et l'autre de transposition, les affranchissant progressivement de leur milieu naturel d'origine (Bourdeau, Mao, 2008b). Par exemple, l'escalade était originellement pratiquée sur des escarpements rocheux naturels puis s'est adaptée aux carrières, viaducs et murs de bâtiment avant de poursuivre par une artificialisation sur des structures artificielles d'escalade (S.A.E.). Plusieurs autres types d'espaces sportifs se sont développés selon cette dynamique (canyoning park, stade d'eau vive).

Cependant, la répartition de la population est à même de jouer un rôle sur la répartition spatiale des espaces sportifs de nature. Cette logique de service (Chazaud, 2004) ajoute une dimension à la « caractérisation empirique des logiques structurelles et interactionnelles de localisation des pratiques sportives de nature » (Mao, Bourdeau, 2008a).

Une fois corrélé aux volumes de population résidente en France, le R.E.S. permet de représenter une densité des espaces sportifs de nature. Elle est révélatrice des interactions entre utilisateurs potentiels et sites de pratique. Si les pratiquants créent les sites, révèlent les lieux de pratique de manière homogène, et si la qualité de la ressource naturelle n'est pas une condition primordiale à la présence de tels objets, la lecture de cette densité départementale ne devrait pas faire preuve de fortes irrégularités.

Mais, à l'inverse, la lecture cartographique de l'indicateur présenté sur la carte suivante (cf. carte 12) illustre des hétérogénéités liées à un autre facteur qui peut être attribué aux singularités sociales des acteurs du champ des sports de nature.

Carte 12 : Densité départementale d'ESI par habitant en France en 2009



Source : R.E.S., Ministère des Sports, 2010 ; I.N.S.E.E., 2008  
Réalisation : Langenbach, 2012

Suivant cette perspective, les Départements du littoral atlantique et les Régions Centre et Nord-Pas-de-Calais présentent en majorité une densité de sites par habitant faible. Toutefois, les Départements en bonne partie dévolus à l'agriculture extensive et monoactive (I.N.S.E.E., 2003), gourmande en surface, comme la zone allant de l'est de la région parisienne à l'Alsace ou le sud de la région Midi-Pyrénées, sont tout de même pourvus en sites de pratique. Ces Régions sont particulièrement pourvues en surfaces agricoles (I.N.S.E.E., 2003).

Cela montre que certains sites sportifs de nature se localisent dans des espaces naturels marginaux (entre les espaces agricoles) et laissés libres par l'activité agricole (falaises, grottes) ou avec laquelle elle peut cohabiter (aires de décollage et d'atterrissage de vol libre, cyclisme sur route) naturellement ou suite à des conventionnements (champs utilisés de manière très ponctuelle pour le vol libre).



Les Départements touristiques montagnards des Alpes, des Pyrénées et du Massif Central ressortent particulièrement de cette analyse, avec des tendances élevées.

L'Ardèche se positionne, elle, à un niveau similaire à celui des deux Savoie. Ce département rural est alors à la fois très pourvu en infrastructures disponibles pour les sports de nature et faiblement peuplé. La population y est beaucoup plus faible qu'en Savoie ou en Haute-Savoie<sup>59</sup>. Dès lors, les acteurs des sports de nature y sont particulièrement actifs dans le domaine de la "création" de sites sportifs. L'Ardèche est nettement en retrait du point de vue de la structuration et du développement de la filière touristique de montagne par rapport à la Savoie et la Haute-Savoie (Emergence, 2006). Cela conduit dans ce cadre à évacuer le rôle de filière touristique hivernale et de montagne qui structure le tourisme alpin.

Les espaces sportifs de nature sont un moyen de diversification estivale de l'offre touristique de montagne auquel les deux départements savoyards ont recours (Giard, 1997). Les pratiquants des sports de nature seraient alors logiquement plus nombreux dans les espaces où la filière touristique de montagne utilise les sports de nature pour diversifier son offre (Emergence, 2006).

L'Ardèche fait donc preuve d'une densité d'espaces de pratique élevée en dépit d'une population plus faible et d'une fréquentation touristique estivale et hivernale en deçà des destinations touristiques concurrentes à l'intérieur de la région Rhône-Alpes (M.I.T.R.A., 2011). L'Ardèche est la dernière destination hivernale de la région, mais la troisième estivale, juste derrière les deux Savoie (M.I.T.R.A., 2011).

Cela souligne, d'une part, la prédominance de la demande touristique hivernale sur la fréquentation touristique des espaces de montagne en Rhône-Alpes et, d'autre part, l'attractivité touristique rurale, estivale, de l'Ardèche. En effet, ce département est le plus attractif pour les touristes recherchant la campagne en été (M.I.T.R.A., 2011). La densité d'espaces sportifs de nature en Ardèche peut donc s'expliquer, d'un côté, par cette attractivité touristique rurale et, d'un autre côté, par des logiques endogènes de développement des sports de nature ou par le dynamisme local de ce champ sportif.

En Ardèche, comme dans d'autres départements ruraux, la répartition des sites dépendrait alors aussi de facteurs humains et sociaux qui se situeraient du côté de ses acteurs marchands et non marchands. A ce stade, il n'est pas possible déterminer laquelle de ces deux dimensions conditionne localement le plus fortement l'émergence d'une ressource naturelle sportive.

---

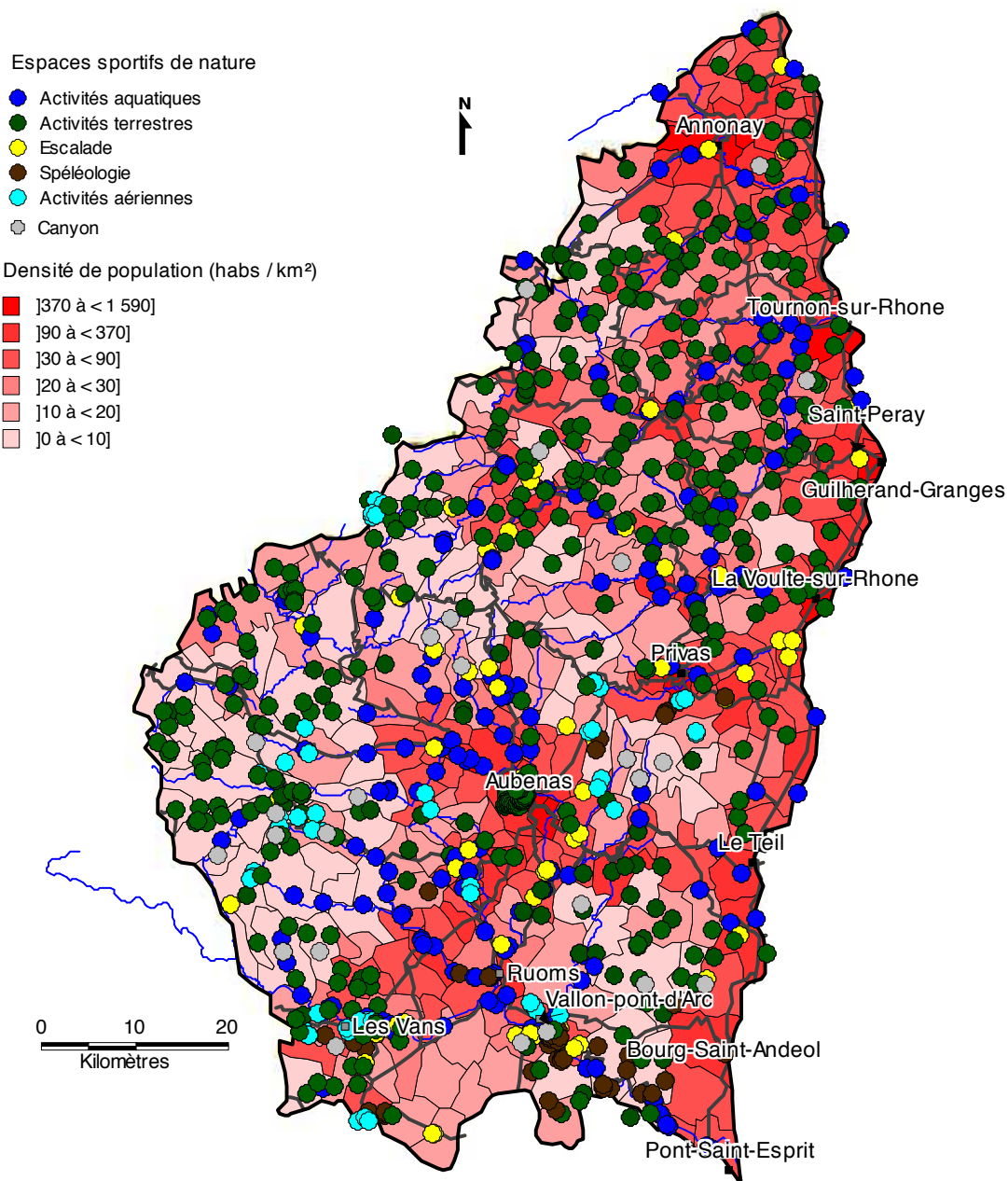
<sup>59</sup> 313 578 habitants en Ardèche en 2009 contre 1 096 500 et 725 794 respectivement pour la Savoie et la Haute-Savoie

Une analyse plus détaillée du département de l'Ardèche apportera un éclairage supplémentaire sur ces facteurs de répartition des sites sportifs de nature en territoire rural.

#### 4.1.4. Les espaces sportifs de nature en Ardèche

Les 858 sites sportifs de nature du département de l'Ardèche sont répartis spatialement et globalement de manière homogène sur la quasi-intégralité du territoire (cf. carte 13).

**Carte 13 : Localisation des espaces sportifs de nature par famille et répartition de la population en Ardèche en 2009**



Source : R.E.S., D.D.C.S.P.P. 07, C.G. 07, 2010  
Réalisation : Langenbach, 2012

La lecture de la carte 13 montre qu'aucune zone n'est totalement dépourvue en espaces permettant la pratique des activités récréatives de nature en Ardèche. Ils induisent une fréquentation sportive globale potentiellement homogène des espaces ruraux. En effet, le nombre d'espaces sportifs ne présage pas automatiquement du volume de fréquentation, mais d'une part des lieux où la fréquentation peut s'inscrire et d'autre part leur répartition illustre les logiques sociospatiales d'implantation des sites. Cette relative homogénéité illustre un intérêt chez les acteurs des sports de nature pour l'environnement naturel ardéchois et ses paysages. La fréquentation peut prendre la forme de tous les modes de pratique des sports de nature.

Le regroupement des activités par famille permet d'observer des logiques spatiales différenciées. Les sites nécessaires aux activités aquatiques et à l'escalade sont répartis de manière homogène sur tout le département. Toutefois, la répartition des sites de canyoning (dans les Cévennes ardéchoises au sud-ouest), de spéléologie (autour des karsts des Gorges de l'Ardèche) et ceux des activités aériennes (dans la moitié sud du département) est plus hétérogène. Elle montre ainsi des regroupements dont les causes sont sociospatiales, physiques et humaines. Ces ensembles de sites forment des destinations sportives de nature spécifiques.

La lecture comparée de la densité de population avec les logiques de répartition des sites sportifs ne permet pas de mettre en évidence des similitudes et donc des proximités structurelles. Les espaces où la démographie est importante, vallée du Rhône et centres urbains, ne sont pas particulièrement pourvus en espaces sportifs de nature. Il n'existe pas de dépendance statistique entre la densité de population et le nombre d'espaces sportifs présents par commune en Ardèche (cf. annexe 2)<sup>60</sup>. Les espaces ruraux, moins denses, semblent pourvus en équipements sportifs de nature de manière homogène (cf. carte 13).

Les espaces sportifs de nature semblent être sous une forme de dépendance avec les lieux de l'hébergement touristique marchand (Bachimon, 1995), à l'exception des itinéraires de la randonnée pédestre qui évitent nettement la région du sud-Ardèche. Dans cette région du sud-Ardèche où les Gorges de l'Ardèche sont l'espace naturel récréatif central, le développement touristique lié à l'activité du canoë-kayak est particulièrement intense (Duval, 2007) et les **aménagements et infrastructures touristiques** sont nombreux. Ils y **ont induit des monoactivités touristiques, aquatiques et verticales**.

---

<sup>60</sup> Indicateur statistique calculé à l'aide du logiciel Sphinx<sup>2</sup>

Les activités touristiques terrestres sont peu développées à proximité de cet espace naturel emblématique et très touristique. De plus, la réserve naturelle limite la fréquentation des itinéraires de randonnée (Bachimon, 1995), n'autorisant qu'un seul itinéraire le long de la rivière. Les paysages du sud-Ardèche sont fortement impactés et transformés par l'activité touristique (Fernex, 1989 ; Franchini, Mignotte, 2002). Les itinéraires terrestres seraient alors d'une part limités en nombre par l'action de la Réserve Naturelle des Gorges de l'Ardèche (R.N.G.A.) et, d'autre part, ce territoire serait moins attractif pour une activité touristique fortement basée sur des aménités environnementales, une qualité paysagère préservée. Si l'on peut noter un déterminisme physique entre les sites de spéléologie et le relief karstique ou la nature calcaire des milieux dans lesquels ils se développent (région des Gorges de l'Ardèche ; Duval, 2007), celui-ci n'a pas induit de telle zone de monoactivité sportive de nature.

**Plus généralement, les différentes formes de lieux de pratique, et donc les différentes formes de pratiques se côtoient fréquemment en Ardèche. Cela induit nécessairement des relations entre leurs pratiquants et/ou les autres usagers de la nature.**

La logique de spatialisation des itinéraires terrestres confirme la nécessité d'une étude approfondie des liens entre les espaces sportifs de nature et les lieux de l'économie du tourisme sportif de nature. L'ambivalence de cette dernière confirme la nécessité de questionner la position des espaces, sites et itinéraires sportifs de nature à la fois dans une logique non-marchande et dans une logique marchande : face au marché du tourisme sportif de nature en territoire rural.

De plus, l'espace n'est pas neutre économiquement, il apporte des spécificités structurelles à des produits, des processus et des modes de production ou de consommation (Claval, 2005). L'espace peut entrer directement dans le processus de production de certaines industries, ou de certains secteurs économiques et être ainsi valorisé comme un facteur de production (Thisse, 1997). Dès lors, il n'est pas uniquement un ensemble de lieux d'expression et d'ancrage des particularismes locaux sociaux ou économiques, mais aussi une ressource intégrée à un ou des produits touristiques ou sportifs de nature. Cette ressource est construite localement tout autant qu'elle construit le marché qu'elle alimente (Lozato-Giotart, 2008). Les espaces naturels ruraux sont des facteurs de la proximité entre les économies récréatives et les économies agricoles (Le Caro, 2002). Cette proximité peut appuyer la croissance réciproque de ces secteurs économiques (La Caro, 2002) et donc le développement et la multiplication des espaces sportifs (Mao, 2008).

Il paraît donc pertinent d'analyser en détail les espaces et les logiques de l'hébergement marchand comme un indicateur de la capacité de charge puis de la fréquentation touristique et récréative en Ardèche pour approfondir cette première forme d'interactions entre les espaces sportifs et leurs acteurs, producteurs de services touristiques et sportifs de nature, consommateurs - touristes. En effet, les acteurs de cette économie locale intègrent désormais leurs offres dans les économies locales de la récréation (A.F.I.T., 2004).

#### ***4.2. Les sites sportifs de nature face à la demande récréative en Ardèche***

Le département de l'Ardèche constitue un terrain pertinent pour l'étude du marché des sports de nature en territoire rural puisque le marché de l'hébergement touristique y est fortement lié à ces activités. L'offre est constituée par un ensemble de produits et services destinés à pratiquer des sports de nature tandis que la demande est constituée par des pratiquants qui peuvent être des touristes, des excursionnistes, des pratiquants associatifs, des scolaires ou encore des pratiquants libres, sans aucune consommation de produits touristiques, sans structure associative ni scolaire. Les proportions de chacune de ces familles sont particulièrement difficiles à appréhender (Mao, Langenbach, 2006). Même si les outils d'analyse de la fréquentation sont en partie inopérants (Mao, Langenbach, 2006), l'analyse de la demande touristique permet d'éclairer le marché des sports de nature qui s'y rapporte. Elle permet d'intégrer les lieux où peuvent se fixer les "pratiquants – touristes".

Une réflexion à partir du nombre de points de fixation des touristes (consommateurs de produits touristiques), des lieux touristiques en milieux ruraux attractifs dans le champ des sports de nature, permet de représenter une demande de services sportifs de nature.

En Ardèche, près d'un million de séjours (993 400) ont été motivés par les sports de nature en 2008 (C.D.T. 07, 2008). Un peu moins d'un touriste sur deux (48,4 %) y pratique au moins un sport de nature lors de son séjour. Ce volume de pratiquants induit, selon la même source, 59,9 % des nuitées touristiques annuelles en Ardèche en 2008 (soit 8 543 900 nuitées sur 14 262 100 au total). Il existe donc un lien fort entre les activités sportives de nature et la consommation d'hébergements touristiques en Ardèche : l'ensemble des dépenses générées par les touristes est estimé à près de 199,7 millions d'euros (C.D.T. de l'Ardèche, 2005) dont 48,4 % pourrait logiquement être rattaché à la pratique d'un tourisme sportif de nature.

Cependant, les consommations touristiques varient en fonction des cadres socio-économiques des types d'activités recherchées et il est impossible d'être catégorique dans l'imputation de dépenses touristiques aux sports de nature sans une enquête de consommation approfondie.

Si le volume de touristes sportifs peut être caractérisé de la sorte, les volumes de pratiquants associatifs, scolaires ou autonomes sont en deçà et très difficile à évaluer correctement. Les pratiquants licenciés en Ardèche étaient 8 792 en 2009 tandis qu'il est impossible d'évaluer la fréquentation des pratiquants libres ou autonomes en Ardèche (Mao, Langenbach, 2006). En effet, il faudrait construire puis déployer une méthodologie très lourde, visant à compter les pratiquants puis à identifier leur mode de pratique, sur chacun des sites en Ardèche chaque jour de l'année. Enfin, les pratiquants scolaires ne sont qu'une centaine, chaque année, à pratiquer des sports de nature<sup>61</sup>.

Les "pratiquants – touristes" structurent la demande marchande en matière de sports de nature en milieu rural (Bouhaouala, 2008). Toutefois, la proportion de ces touristes sportifs qui recourent localement à des produits issus des marchés des sports de nature en Ardèche est quasiment impossible à évaluer avec précision. En effet, aucun outil, ni aucune étude de fréquentation n'ont jusqu'alors permis d'évaluer avec un maximum de précision, c'est-à-dire avec moins de limites que de certitudes, le volume de pratiquants touristes mobilisés par les sports de nature en territoire rural et en Ardèche (Mao, Langenbach, 2006).

Si la fréquentation des sites sportifs est très ardue à évaluer, le nombre de touristes encadrés par les entrepreneurs du secteur est tout aussi difficile à obtenir, pour des raisons économiques et culturelles. Ainsi, les touristes mobilisés par les sports de nature en milieu rural, qui se déplacent suivant cette motivation, sont donc des clients potentiels des entrepreneurs des sports de nature : ils représentent une demande locale distincte. Le reste des touristes sportifs présents localement et pratiquant avec leurs propres moyens peuvent être qualifiés de "pratiquants présents", ou de "touristes sportifs présents".

---

<sup>61</sup> Entretien avec le Directeur Départemental de l'Union Nationale du Sport Scolaire de l'Ardèche réalisé dans le cadre de l'évaluation du Schéma Départemental de Développement Maitrisé des Loisirs Sportifs de Nature de l'Ardèche (Conseil Général de l'Ardèche, Cermosem, 2009).

Les consommations sportives de nature qui sont effectuées localement sont donc à la fois directes, dans le champ des sports de nature, et indirectes, dans le champ du tourisme, hébergement, restauration, transports. Ces consommations touristiques sont des effets indirects des retombées économiques, liées à la dimension touristique des sports de nature, structurantes pour les milieux ruraux (Mao, Langenbach, 2006). Elles valident donc la pertinence de l'approche géoéconomique des effets territoriaux des sports de nature suivant leurs interactions avec l'économie touristique.

Les opérateurs du marché des sports de nature en Ardèche ne fournissent pas de volumes de fréquentation de leurs activités suffisamment pertinents, essentiellement par crainte de la concurrence et des contrôles fiscaux.

**L'économie du tourisme est une clé de lecture centrale de ces activités.** Le lien structurel fort entre les nuitées touristiques et les activités sportives de nature, autonomes et encadrées, établi par le C.D.T. de l'Ardèche (C.D.T. 07, 2008) confirme la présence d'une grande partie des consommateurs d'encadrement chez cette catégorie de pratiquants, ceux qui consomment des produits touristiques. Enfin, les logiques spatiales des lieux d'implantation des professionnels de l'encadrement devraient elles aussi intégrer, au moins en partie, les logiques spatiales des hébergements touristiques qui dessinent l'espace de l'économie touristique auprès de laquelle ils commercialisent leurs services. Cette analyse croisée sera détaillée dans le chapitre 5.

Cette convergence structurelle entre la demande des sports de nature marchands dans le département de l'Ardèche et la demande issue du tourisme est aussi liée à la stratégie d'offre proposée par le Conseil Général, centrée sur l'environnement naturel (Mao, 2007b). En effet, les touristes et les sportifs de nature sont attirés par le même but en Ardèche : des espaces naturels spécifiques. La nature est systématiquement présente dans les deux premières raisons citées par les touristes pour se rendre en Ardèche (C.D.T. 07, 2010)<sup>62</sup>.

Pour terminer, il n'est pour autant pas question de considérer la fréquentation touristique comme exactement équivalente à la demande marchande pour des sports de nature en Ardèche. **La première englobe statistiquement la seconde et offre une clé de lecture des logiques spatiales de l'offre marchande d'encadrement dans les sports de nature.**

---

<sup>62</sup> "sports et loisirs de nature" pour environ 85 % des touristes enquêtés et "activités et visites liées à la nature" pour environ 70 % des touristes enquêtés de 2005 à 2010

Les sports de nature peuvent se pratiquer à la journée, en excursion ou en riverain, en tant que pratiquant de proximité, et s'accompagner des consommations afférentes. Cependant, d'une part, les pratiquants peuvent quand même recourir à des prestations marchandes d'encadrement tandis que, d'autre part, leurs impacts sur l'économie du tourisme sont potentiellement limités. Ils ne recourent pas par définition à des hébergements touristiques marchands et consomment de manière trop hétérogène pour faire apparaître des logiques économiques spatiales. Ainsi, cette partie sera l'occasion de présenter le secteur touristique et les lieux de l'offre d'hébergements touristiques marchands en Ardèche.

#### **4.2.1. Introduction historique à la fréquentation touristique de l'Ardèche**

Le développement de la filière touristique en Ardèche est le fruit de processus sociohistoriques issus des premières formes de tourisme scientifique (Morverand, 2008) ou de villégiature (Corbin, 1990) à la fin du XIX<sup>ème</sup> et au début du XX<sup>ème</sup>. Cette période est charnière pour le tourisme en Ardèche, comme pour de nombreux territoires ruraux soumis alors à des mutations structurelles profondes. « La modernisation des modes de production, l'accélération des modes de transport, l'exode rural amènent une désaffectation progressive des campagnes. Dans le même temps, le nouveau regard porté sur les campagnes (Baron-Yelles, 1999) ainsi que la diffusion du tourisme dans les différentes classes sociales, confèrent à l'Ardèche une nouvelle utilité sociale orientée autour des loisirs et des pratiques récréatives » (Duval, 2007).

A partir des années 1930 et de manière encore plus forte à partir des années 1950 (Mao, 2007b), la diffusion du tourisme vers des nouvelles catégories sociales, et plus uniquement vers les élites, a façonné les Gorges de l'Ardèche et les villes thermales (Vals-les-Bains, Neyrac-les-Bains) comme les premiers lieux touristiques ardéchois. L'augmentation des temps dévolus au loisir permit le développement de réseaux associatifs forts en Ardèche (Mao, 2007b) qui se préoccupèrent de rendre accessibles à un large public les lieux touristiques jusqu'ici réservés à une élite sociale. La tendance au tourisme social s'est traduite par un mode d'organisation particulier alliant tarifs et hébergements spécifiques avec, par exemple, le développement de l'hôtellerie de plein air (Duval, 2007).

Cette demande pour des formes de tourisme singulières en Ardèche a marqué la filière récréative et sportive de nature, qu'a suivi l'implantation de structures collectives, centres de



vacances sociales ou de comités d'entreprise, colonies de vacances, génératrices d'activités économiques dans le secteur des activités touristiques et sportives.

Historiquement, en Ardèche, le phénomène touristique a obéi à trois motivations essentielles (Bozon, 1978a) :

- la plus ancienne : **le thermalisme**, n'est plus au cœur de l'actualité, mais elle a par le passé joué un rôle important dans l'attractivité touristique de Vals-les-Bains ;
- la deuxième attraction historique, toujours effective, est **la recherche d'un « air pur et vivifiant, de paysages reposants et frais »** (Bozon, 1978a) présent dans les « zones d'altitude ou de moyenne montagne » de la "montagne" ardéchoise, du plateau du Mont Mézenc et des Cévennes Ardéchoises à l'ouest du département ;
- enfin, une dernière attirance, « très récente (en 1978, ndlr), mais de loin prédominante est celle **du soleil et des plages au bord des rivières méridionales**, [la rivière] Ardèche et son éventail d'affluents, particulièrement dans le Bas-Vivarais calcaire, à l'aval d'Aubenas. S'y ajoutent le pittoresque des garrigues et des paysages karstiques, des gorges aux avens, et la possible pratique des sports nautiques. Toutes les formes d'hébergement sont largement représentées, permettant d'accueillir toutes les catégories sociales. Il n'est pas étonnant que ce Midi soit aujourd'hui la première région touristique du département, avec des caractères qui s'apparentent à ceux du littoral méditerranéen » (Bozon, 1978a).

De ces trois motifs de tourisme, seuls les deux derniers sont encore mobilisateurs de touristes et toujours structurants de la filière touristique ardéchoise. En effet, l'activité thermique a progressivement décliné au cours du XX<sup>ème</sup> siècle au profit d'autres formes de tourisme plus actuelles et plus attractives (Freuchet *et al*, 2005). Les deux dernières motivations touristiques occupent des places importantes dans l'attraction exercée par les espaces naturels emblématiques du département de l'Ardèche. Elles portent une diffusion des flux touristiques vers des espaces naturels éloignés des centres émetteurs et des villes de la région et particulièrement touchés par la déprise agricole, la Montagne Ardéchoise, les Boutières, les Cévennes Ardéchoises. Ces formes touristiques naturelles, vertes, peuvent être rapprochées du tourisme littoral et héliotropique de masse (Corbin, 1990) puisqu'il se base pour beaucoup sur l'utilisation des berges et des ensembles aquatiques du Bas-Vivarais, au sud-est de l'Ardèche. Ces formes sont également interstitielles en Ardèche et se développent au sein même des milieux ruraux historiquement agricoles (Bourdeau, Mao, 2008). Ces

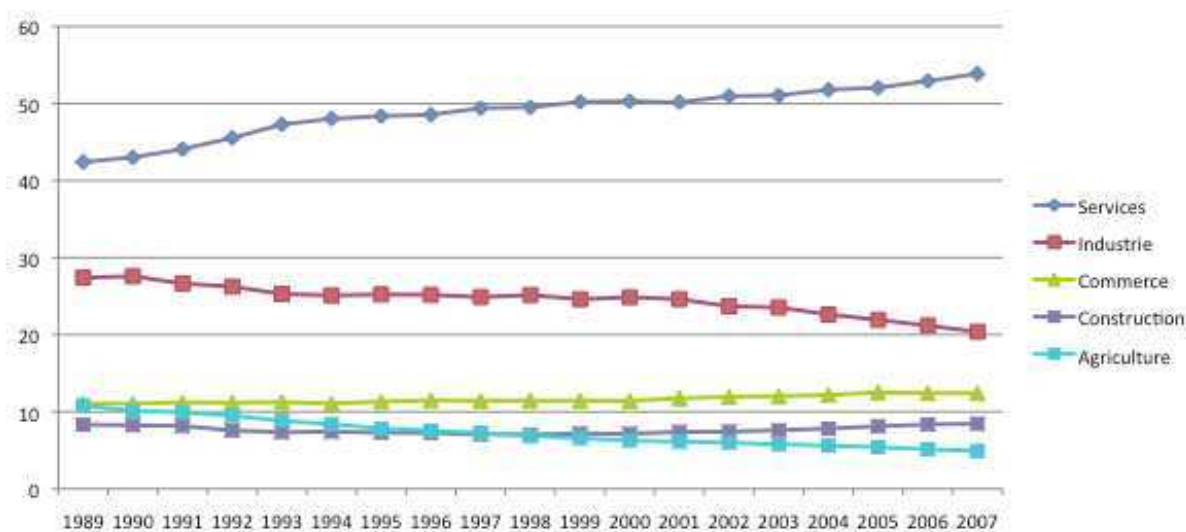
formes touristiques ont ainsi donné lieu à l'implantation d'infrastructures touristiques et au développement d'un marché local spécifique illustrant les logiques géographiques de l'offre.

#### **4.2.2. Le tourisme actuel en Ardèche**

En tant que révélateur des potentialités patrimoniales de développement des territoires (François et *al.*, 2006), le tourisme fonctionne suivant une comparaison entre une situation quotidienne et une situation récréative distante. La révélation de ces ressources territoriales touristiques « grâce au regard extérieur qui est jeté sur le territoire (considéré comme une destination) [...] débouche sur leur valorisation directe par des produits et des services porteurs de représentations de la destination » (François et *al.*, 2006). Il peut ainsi conduire à l'émergence d'espaces touristiques en dehors des dynamiques de métropolisation économique et d'accumulation classiques de capitaux. Ces espaces bénéficient d'une attractivité économique différenciée par rapport aux secteurs industriels classiques.

Le secteur d'emplois des services est particulièrement dynamique dans le volume d'emploi total en Ardèche et gagne sans arrêt en importance. Il est très représenté dans l'économie touristique en général et montre bien l'importance croissante, principe de « servuction » (production de services ; Cuvelier et *al.*, 1994), de ce secteur dans le territoire rural de l'Ardèche. De la même manière, le secteur du commerce semble avoir pris de l'importance dans les emplois en Ardèche. Cette tendance peut montrer l'émergence de pratiques récréatives où les consommations, touristiques, sportives, prennent de l'importance mais il n'est pas possible d'y voir un lien suffisamment puissant pour s'appuyer sur ce secteur. Toutefois, tous les services ne sont pas touristiques, mais leur niveau d'activité peut dépendre en grande partie du tourisme, de la même manière que leur maintien et leur dynamique de croissance peuvent s'expliquer par le tourisme. Les secteurs d'emplois dans l'économie rurale ardéchoise ont ainsi évolué suivant deux logiques principales inversées entre 1989 et 2007. D'une part, l'agriculture et l'industrie sont passées de 34 739 à 26 606 emplois entre 1989 et 2007 et d'autre part les services, le commerce et la construction sont passés 56 177 à 78 620 emplois dans le même laps de temps. L'emploi total a augmenté de 90 016 à 105 226 entre 1989 et 2007. Le graphique 9 illustre ces évolutions relatives des différents secteurs dans l'emploi total en Ardèche entre 1989 et 2007 :

**Graphique 9 : Evolution des parts des différents secteurs dans l'emploi total en Ardèche de 1989 à 2007**



Source : I.N.S.E.E., Recensement Emploi, 2010  
Réalisation : Langenbach, 2012

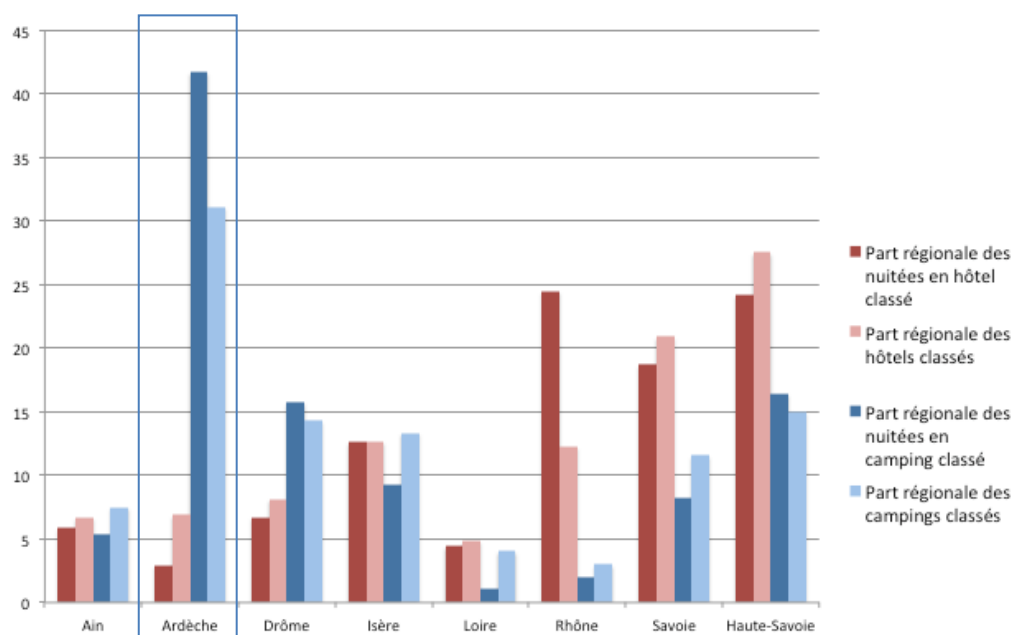
L'Ardèche se « tertiarise » comme le font les économies locales à forte dominante récréative (Cazes, Potier, 1999).

#### 4.2.3. La fréquentation touristique en Ardèche

En termes de fréquentation touristique, la région Rhône-Alpes possédait 154,5 millions de nuitées en 2008<sup>63</sup>, soit une augmentation de 1 % par rapport à 2007 alors que, dans le même temps, la tendance nationale était de -3 % (M.I.T.R.A., 2008). Cependant, c'est toujours la saison hivernale qui tire la fréquentation touristique vers le haut (+ 3 %) alors que la saison estivale régresse très légèrement dans la région (- 1 %). Que ce soit en nuitées dans les hébergements non marchands ou dans les hébergements marchands (M.I.T.R.A., 2008), la Région se positionne à la troisième place française, derrière l'Ile-de-France et la Provence. Ces nuitées se répartissent de manière inégale dans chacun des Départements rhônalpins. Bien que l'Ardèche soit le plus petit département de la région Rhône-Alpes (voir démographie en annexe 3), et donc le moins équipé en infrastructures collectives, il rivalise en termes d'attractivité des hébergements touristiques avec les autres départements de la région, en particulier en matière d'hôtellerie de plein air comme l'illustre le graphique suivant (cf. graphique 10).

<sup>63</sup> 124,2 millions de nuitées avec des touristes d'origine extra-régionale et 30,3 millions de nuitées avec des touristes d'origine intra-régionale

**Graphique 10 : Parts régionales des nuitées et des hébergements touristiques dans les départements rhônalpins en 2008 (en %)**



Source : M.I.T.R.A., 2008  
Réalisation: Langenbach, 2012

L'Ardèche représente moins de 3 % des nuitées en hôtels classés (2,83 % et 502 989 nuitées) en 2009 contre 43,19 % des nuitées en campings classés (3 426 753 nuitées). Ainsi, le département est à la première place régionale en matière de fréquentation des campings, mais à la dernière en ce qui concerne les hôtels. Cette forte présence de l'hébergement de plein air dans l'offre touristique en Ardèche illustre le continuum historique dans le rapport particulier à la nature, hérité des premiers touristes et des premières formes de tourisme dans ce département (Duval, 2007).

Première forme d'hébergement à proximité, et la seule à l'intérieur des Gorges de l'Ardèche, les campings ont été intimement liés à l'image touristique du territoire et au développement touristique « d'une "destination plein air" ou "pleine nature" » (Kalaora, Sirost, 2001). Les campeurs sont des pratiquants des loisirs de plein air (Vignal, 1994) qui ont participé à l'émergence des loisirs sportifs de nature, qu'ils tendent à utiliser comme des moyens d'accomplissement d'une récréation dans la nature. Les campings permettent le regroupement d'une forte capacité d'accueil dans un périmètre restreint et l'accès à certains espaces touristiques à toutes les catégories sociales grâce au coût très attractif des prestations (Duval, 2007).

La répartition des hébergements marchands (campings, hôtels ou tout autre hébergement touristique commercial), et leur fréquentation, sont des indicateurs permettant d'évaluer les logiques et les volumes de la fréquentation touristique locale. En Ardèche, le plus gros de la fréquentation concerne les Gorges de l'Ardèche et leur descente en canoë-kayak (Duval, 2007 ; Mao, 2007b ; Daude, 1986). Cette fréquentation se polarise en termes d'hébergements utilisés dans des lieux qui deviennent des stations vertes touristiques. Celles-ci regroupent spatialement et volontairement tous les services dont les touristes ont besoin.

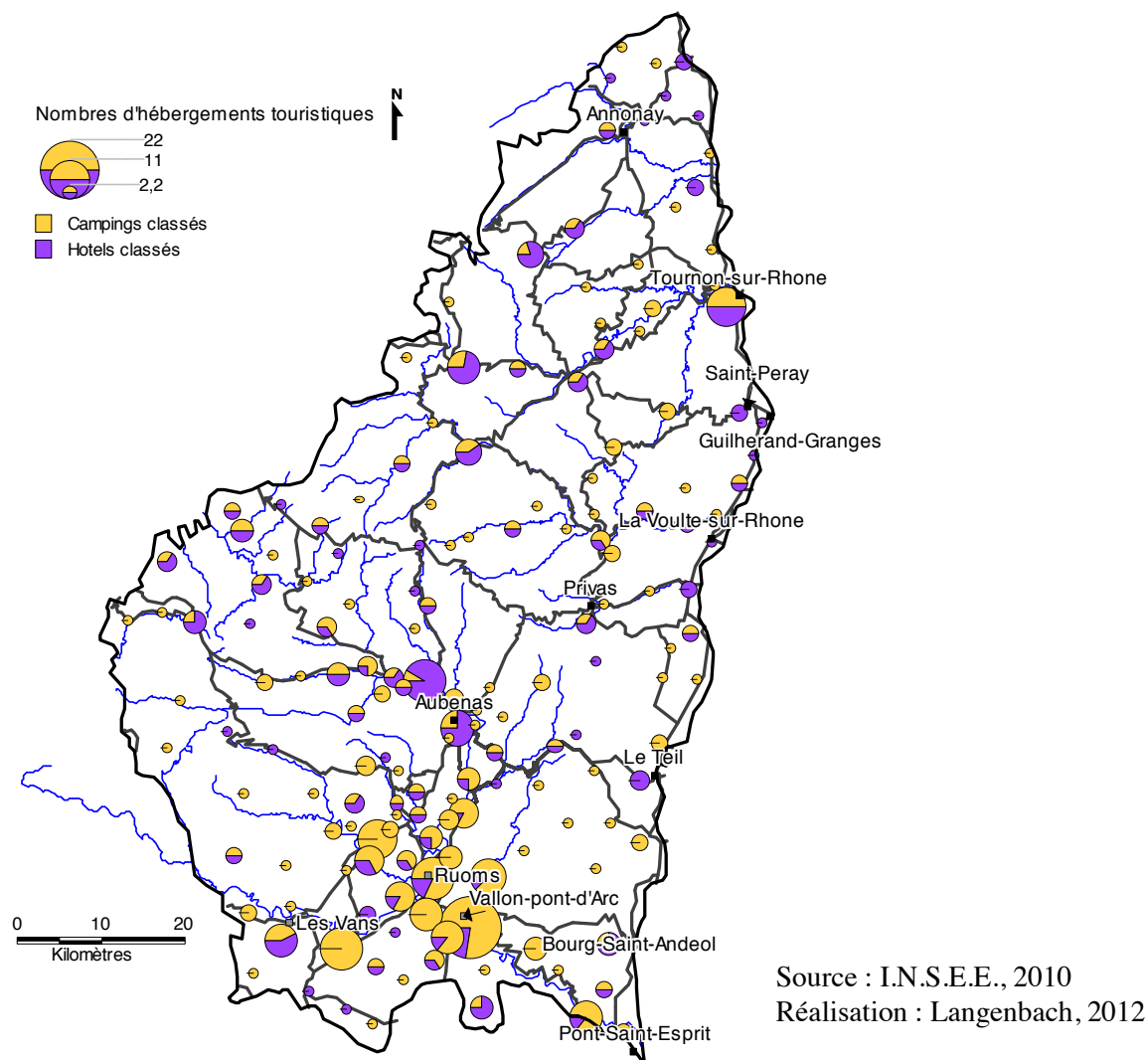
Cependant, il demeure difficile de discerner qui du touriste ou des entrepreneurs touristiques construisent ce besoin (Raboteur, 2000) et ce lieu. Les pratiquants des sports de nature, quel que soit leur mode de pratique, peuvent être des consommateurs de produits touristiques comme les autres touristes. Le milieu naturel engendre ainsi une convergence spatiale entre la pratique du tourisme et les sports de nature, qui se concrétisent par une utilisation conjointe des infrastructures d'accueil.

La lecture de la carte 14 montre la forte polarisation des hébergements touristiques en Ardèche et la distinction qu'elle conduit à faire entre plusieurs espaces touristiques. Les hébergements touristiques (hôtels et campings classés) se localisent en grande majorité au sud de la ville d'Aubenas. Ceux-ci sont plus particulièrement représentés au sein d'un triangle reliant Ruoms, Les Vans et Vallon-Pont-D'Arc, le long des basses vallées des rivières Chassezac et Ardèche. Les types d'hébergements touristiques forment des logiques spatiales opposées.

Les hôtels classés se retrouvent en minorité en sud-Ardèche, tandis qu'ils sont très présents dans les hébergements touristiques à partir d'Aubenas et vers le nord. Ce mode d'hébergement est très représenté dans les villes du département où les installations de plein air semblent ne pas pouvoir s'installer par manque de foncier disponible ou abordable et surtout selon des logiques sociales liées aux formes de tourisme locales.

L'hôtellerie de plein air est surreprésentée en sud-Ardèche. Cette tendance souligne une forte capacité d'accueil axée sur des modes d'hébergement qui correspondent aux cadres socioculturels des loisirs de plein air (Kalaora, Sirost, 2001) et des loisirs sportifs de nature.

**Carte 14 : Les hébergements touristiques par commune et par type en Ardèche en 2010**



Les espaces touristiques se distinguent économiquement en Ardèche selon l'offre touristique d'hébergement et leur taux d'occupation.

L'observation de ces indicateurs montre les lieux où la demande touristique se fixe. Les différentes formes de tourisme conduisent à des accumulations locales de richesse selon des flux de fréquentation qu'ils motivent entre centres émetteurs (les lieux du quotidien) et espaces récepteurs (les espaces touristiques) et qui sont fixés par les infrastructures touristiques, comme les hébergements. Ces flux suivent des logiques spatiales qui façonnent des espaces touristiques, des destinations (Butler, 1980). Les infrastructures touristiques marchandes du sud Ardèche délimitent une destination touristique et sportive de nature où les pratiquants, quel que soit leur mode d'activité, séjournent et consomment. Elles représentent aussi les proportions que peut prendre la valorisation récréative marchande d'un patrimoine naturel, dont les sports de nature sont une des modalités.

Toutefois, il existe une méthode complémentaire pour élargir l'évaluation de la fréquentation touristique des sports de nature. Si, sur place, les méthodes d'évaluation de la fréquentation des sites sportifs se heurte à de lourdes barrières méthodologiques, du fait d'une difficulté importante à évaluer quantitativement et surtout qualitativement une fréquentation pouvant toucher un très grand nombre de lieux en même temps (Mao, Langenbach, 2006), l'évaluation de la population "présente" localement, peut permettre d'entre-apercevoir la forme globale de la fréquentation récréative d'un territoire.

#### **4.2.4. Dépasser la fréquentation touristique : la population présente en Ardèche**

Le concept de "présentialité" constitue une clé de lecture de la diffusion territoriale du tourisme, des sports de nature et des autres formes de récréation marchande. Le concept de "présentialité" va de pair avec celui de "résidentialité". Ces concepts sont composés originellement d'un corpus théorique en économie (théorie de la base économique ; Hoyt, 1939) qui permet une relecture des dynamiques de production, de consommation et donc de compétitivité des territoires français. La compétitivité et l'attractivité des territoires résulteraient de ce que les territoires offrent à leurs habitants et à leurs acteurs économiques pour vivre (Davezies, 2008). Ce raisonnement peut aussi s'appliquer aux entrepreneurs ou aux dirigeants des petites entreprises et très petites entreprises du secteur du tourisme sportif de nature (Bouhaouala, 1999) dont les mentalités, les logiques sociospatiales professionnelles sont proches de celles de leurs logiques personnelles. Les professionnels sont alors à la fois mobilisés par les aménités sportives de nature et les aménités commerciales ardéchoises de cette filière, elles-mêmes produites par des consommateurs présents suivant des aménités sportives de nature ardéchoises.

Cette approche de la "présentialité" s'inscrit ici dans une approche géographique pour comprendre, et analyser, les mouvements de populations inter et intraterritoriaux. Pour cela, « il faut [...] mixer de nombreuses sources et accepter que nous avons à faire à des logiques de trajets résidentiels à dominante ludique, émergents, différents entre les générations, [...]. De ces logiques, il découle que ce sont les territoires touristiques de l'Hexagone qui se peuplent depuis les années 1960-1970 plus vite que les autres » (Viard, Rollin, 2006). Ce mouvement initié autour du littoral méditerranéen puis gagnant les vallées de montagne ou les espaces ruraux est en cours de « généralisation à l'ensemble des campagnes » (Viard, Rollin, 2006).

Ainsi les mouvements de populations résidente et présente seraient en partie, au moins, conditionnés par les activités récréatives dans lesquelles les sports de nature trouvent désormais leur place. En outre, le lien fort avec la nature constitue un motif de choix du lieu de résidence pour les entrepreneurs des sports de nature. De ce choix résidentiel, découleraient des formes de développement qui s'éloignent de la simple fixation au plus près des sites de pratiques (les plus intéressants pour les entrepreneurs - pratiquants) mais s'instituerait un compromis économique tenant compte de la dimension entrepreneuriale des sports de nature.

Cela doit être mis en perspective avec la question des migrations d'agrément (Moss, 2006 ; Cognard, 2010), mouvement plus large que les migrations liées au tourisme et aux sports de nature. Celle-ci interroge la proximité des entrepreneurs et des lieux de pratiques, liée à la dimension affinitaires des individus avec une certaine pratique mais aussi les conséquences de cette installation en termes d'activité. Cette question introduit aussi l'analyse du compromis qui peut exister entre la qualité des pratiques et les impératifs économiques qui sont étudiés dans le chapitre suivant (cf. chapitre 5).

En Ardèche, la population résidente (à l'année) était estimée à 298 500 habitants en 2005 (Terrier, Ministère du Tourisme, 2007). A celle-ci s'ajoutent en moyenne et chaque jour environ 29 600 personnes présentes, ce qui permet de connaître la population dite "présente", soit 330 000 personnes environ. Toutefois, ces données ne sont pas disponibles à une échelle plus fine que celle du département. En effet, la méthodologie d'enquête est particulièrement lourde à mettre en place pour des résultats très hétérogènes entre les communes. La composition sociale de ces espaces varie fortement, ce qui induit une variation des mobilités résidentielles, professionnelles ou touristiques. Cette approche se consacre donc à une comparaison des départements français suivant l'indicateur de la population présente.

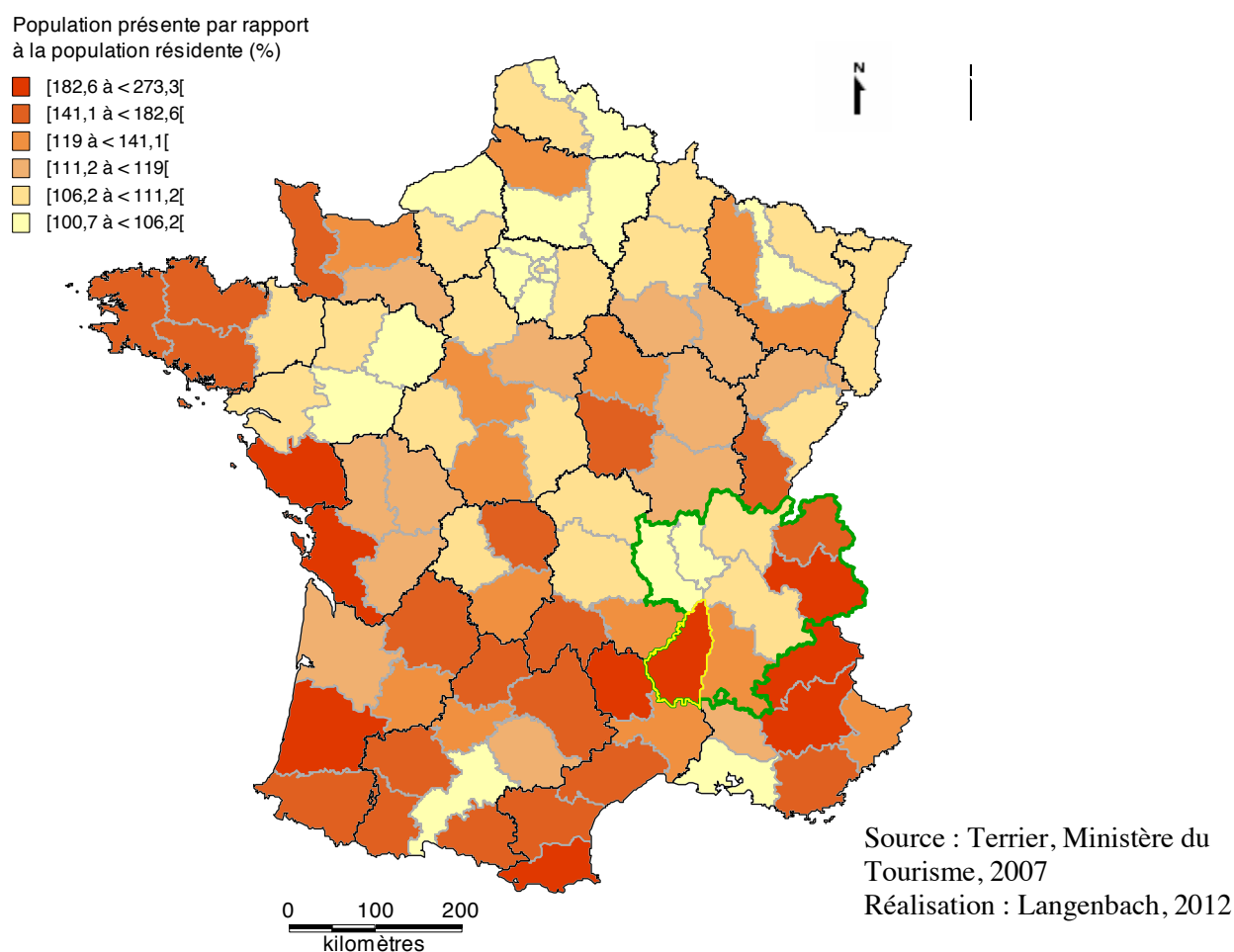
La population résidente est évaluée par le biais des recensements généraux de population réalisés par l'I.N.S.E.E. La notion de présence incluse dans la population présente comporte une dimension spatiale, la présence en un lieu donné, et une dimension temporelle, la présence à un moment donné (Terrier, 2009). Ainsi, il faut définir un cadre spatial et temporel pour évaluer statistiquement et méthodiquement les entrées sur un territoire d'un ensemble de personnes. La méthode consiste à corréliser le dépouillement de l'enquête Suivi de



la Demande Touristique<sup>64</sup> (S.D.T.) et la méthode dite des "flux". Cette seconde méthode permet d'évaluer les mobilités journalières entre un territoire et l'extérieur en utilisant des cordons compteurs placés sur ses principales voies d'accès. En matière de tourisme (étude principale réalisée par le Ministère du Tourisme en 2005), la présence a été estimée jour par jour pour chaque département de France. Si l'on compare les sorties journalières moyennes de chaque département, assimilées à des mobilités professionnelles, à la population présente chaque jour on obtient une représentation de la fréquentation touristique dans les territoires considérés (Carreno, Marchand, 1999).

L'augmentation maximum de la population en Ardèche a lieu chaque année le 14 août avec 310 000 touristes français et étrangers présents (Terrier, 2009). Cet accroissement de population dû à la fréquentation touristique est particulièrement important en Ardèche une fois rapporté à la population du département puisque seuls les départements montagnards ou littoraux s'inscrivent dans les mêmes logiques de croissance (cf. carte 15).

**Carte 15 : Taux de population présente maximum par rapport à la population résidente par département français en 2005**



<sup>64</sup> Réalisée annuellement par TNS-SOFRES pour le Ministère du Tourisme

La lourdeur méthodologique (outils et modes de calculs) de telles mesures des populations présentes à l'intérieur de certains territoires empêche sa reproduction à une échelle plus grande.

Cette approche par le public "présent" concourt à un appel à une géographie de la consommation proposant de suivre l'implantation de populations au niveau local en tant qu'indicateur d'un dynamisme économique induit plutôt que de se limiter aux avantages comparatifs productifs. Cette géographie de la consommation des publics présents est donc conditionnée par l'attractivité récréative, résidentielle (présence sur un temps long) ou présente (présence sur un temps court) de l'espace considéré (Terrier et *al.*, 2005).

L'attractivité résidentielle confère aux territoires un avantage compétitif qu'ils ne peuvent pas obtenir dans un secteur productif. Celui-ci serait de l'ordre de la consommation. Ce constat représente une invitation à repenser la polarisation économique et démographique non plus uniquement en fonction des centres de production. Dans cette perspective, la présence de consommateurs potentiels est le principal vecteur d'augmentation locale des richesses. Le tourisme sportif de nature en Ardèche favorise cette évolution de l'attractivité territoriale du département liée à la présence de consommateurs. Ce département est en mutation fonctionnelle suite à une forte baisse de productivité de ses systèmes industriels et agricoles<sup>65</sup>. Dès lors, l'économie du tourisme sportif de nature représente un vecteur de dynamisme économique local fondant sa compétitivité sur la dimension résidentielle du territoire<sup>66</sup>.

La partie suivante se basera uniquement sur les lieux d'implantation des hébergements touristiques, puisque la méthode d'évaluation de la population présente est impossible à mettre en œuvre micro-localement sans l'appui d'une institution territoriale ; elle n'a jusqu'alors jamais été appliquée à un tel cadre. Néanmoins, ce resserrement de l'échelle d'analyse pourrait permettre d'analyser plus en détail les variations locales de la fréquentation des territoires et donc leurs facteurs explicatifs.

---

<sup>65</sup> Convention d'objectifs 2011-2017 du C.D.P.R.A. Ardèche Verte, Diagnostic de territoire PNR des Monts d'Ardèche 2001-2013

<sup>66</sup> Dans un département tel que l'Ardèche comme à d'autres échelles plus fines, il est difficile méthodologiquement de comptabiliser les flux de revenus privés et publics provenant du dynamisme économique résidentiel. Le « salut des campagnes viendrait donc d'images fortes, révélatrices et productrices d'un dynamisme global, dont l'accroissement des offres d'emploi serait comme un corollaire naturel » (Lenormand, 1995). Ces images agiraient comme des rentes de notoriété permettant aux espaces ruraux de se différencier (Lenormand, 1995).

### **4.3. Approche croisée des logiques spatiales des espaces sportifs de nature et du tourisme en Ardèche**

Les logiques spatiales des espaces, des sites et itinéraires sportifs de nature ne représentent pas toutes des activités ayant des potentiels touristiques similaires selon que l'on soit en présence d'activités terrestres<sup>67</sup>, aquatiques<sup>68</sup> ou verticales<sup>69</sup>.

Chacune des logiques spatiales de répartition des espaces, des sites de pratique de ces familles d'activités sera confrontée aux logiques de répartition des hébergements touristiques. Ces lieux de l'offre d'hébergement touristique, représenteront les lieux de fixation potentiels de la demande de sports de nature encadrés.

Ainsi, ce croisement, appuyé par les extraits d'entretien auprès des entrepreneurs des sports de nature concernés par ces pratiques, va permettre d'illustrer de premières relations spatiales entre les lieux où pratiquer les sports de nature et l'économie touristique.

#### **4.3.1. Les espaces sportifs des activités terrestres en Ardèche**

La spatialité de la randonnée pédestre en Ardèche montre une logique de vacance productive locale (Bourdeau, Mao, 2008a) de l'économie touristique (carte 16).

En matière de confrontation à l'activité touristique, la lecture de la carte suivante montre que les espaces sportifs terrestres délaissent la basse vallée de l'Ardèche (d'Aubenas à Pont-Saint-Esprit) et les espaces fortement équipés en hébergements touristiques.

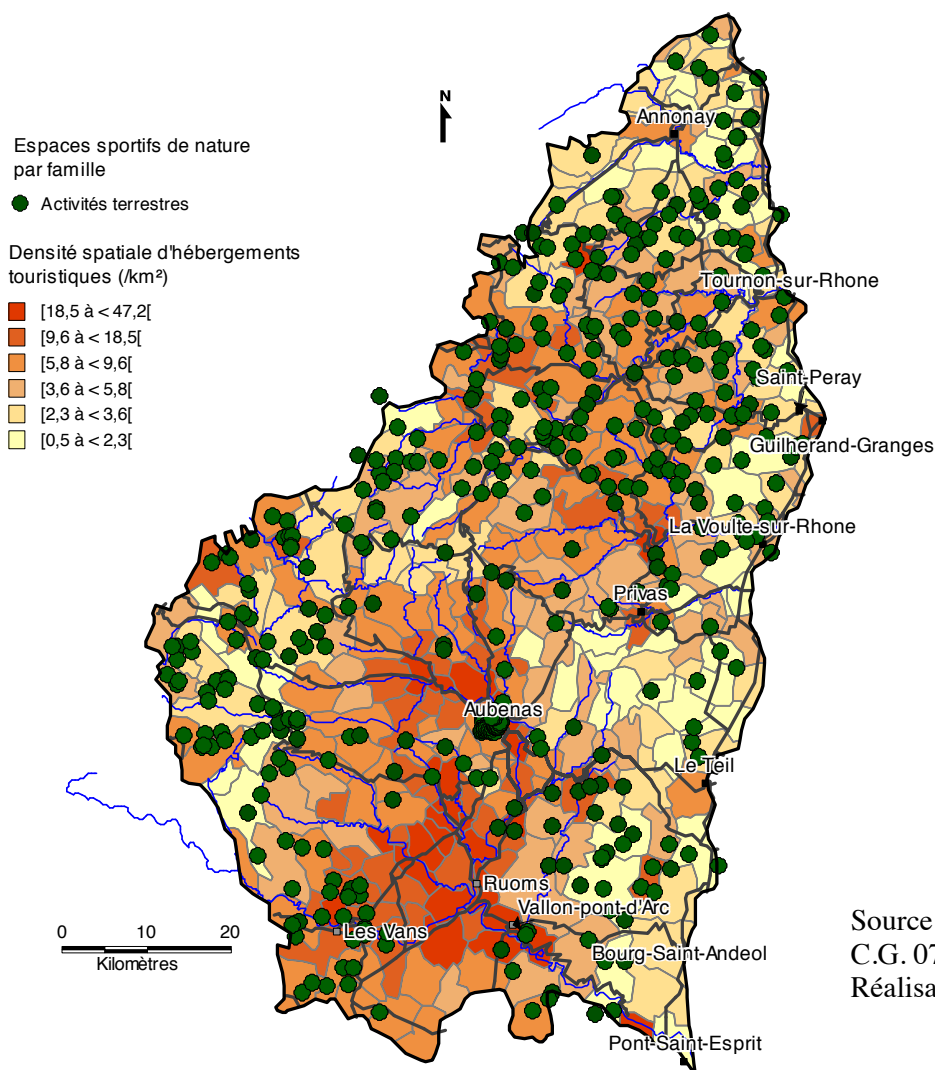
---

<sup>67</sup> Randonnée pédestre, cyclisme, boucles équestres

<sup>68</sup> Baignade, Canoë-kayak, Pêche *No-Kill* (sans mise à mort des poissons)

<sup>69</sup> Escalade, spéléologie, canyoning

**Carte 16 : Les espaces sportifs des activités terrestres et les hébergements touristiques en Ardèche en 2010**



Source : R.E.S., D.D.C.S.P.P. 07, C.G. 07, 2008  
 Réalisation : Langenbach, 2012

**NB :** Si les itinéraires de randonnée pédestre n'étaient pas représentés à l'échelle nationale, plus haut dans ce travail, par manque de données de qualité homogène, ils sont intégrés à cette observation puisqu'ils sont issus de la même source d'information : la DDCSPP et le Conseil Général de l'Ardèche. On considère donc que le recensement de ces équipements sportifs est équivalent sur l'intégralité du territoire observé. La densité spatiale des hébergements touristiques représente les hôtels, les résidences secondaires et les campings classés par commune en 2009. Cet indicateur est utilisé dans les trois cartes successives dans cette analyse afin de comparer les regroupements spatiaux d'espaces sportifs et d'hébergements touristiques.

La région de la Montagne Ardéchoise à l'extrémité ouest du département, ainsi que la moitié nord de celui-ci (au-delà de Tournon-sur-Rhône) possèdent des hébergements touristiques dans des proportions médianes et un nombre conséquent d'itinéraires de

randonnées. Cela caractérise un espace touristique d'arrière-pays où les hébergements touristiques sont présents dans des proportions limitées. Il s'agit également d'une région en périphérie de l'agglomération de Valence (environ 180 000 habitants pour l'aire urbaine) où les itinéraires de randonnée sont constitutifs d'une offre de proximité. La dépendance statistique n'est pas significative entre le nombre d'espaces des pratiques terrestres et la densité spatiale d'hébergements touristiques par commune en Ardèche (cf. annexe 4)<sup>70</sup>.

Les activités terrestres sont celles qui semblent mobiliser le plus une forme de tourisme sportif de nature diffuse (Torrente et *al.*, 2004). Cette activité touristique et sportive marque une utilisation récréative de la campagne et des espaces ruraux (Mignotte, 2004). Sa diffusion correspond à sa propension à se développer dans la majeure partie des espaces naturels ruraux (Chardonnel, Mignotte, 2004 ; Etchevarria, 1997). En outre, les entrepreneurs rencontrés indiquent, à plusieurs reprises, qu'ils cherchent à emmener leurs clients, vers la campagne ou les espaces naturels, notamment ceux de la Montagne Ardéchoise.

Ils justifient cette attractivité de la manière suivante :

« Chaque fois que j'emmène des gens c'est pour faire découvrir l'environnement, la nature, jamais pour le sport ou l'activité en elle même » (Extrait de l'entretien n°2).

« Mon plaisir est d'être seul dans la nature, de me débrouiller par mes propres moyens et c'est donc en grande partie ça que j'essaye de faire découvrir à mes clients » (Extrait de l'entretien n°7).

« Mon activité, c'est surtout une manière d'accompagner les gens vers la nature et de l'interpréter » (Extrait de l'entretien n°10).

La ressource naturelle et environnementale est, dans ce cadre, un élément fondateur des sports de nature que ces entrepreneurs cherchent à valoriser dans leurs offres.

Cela induit une diffusion vers les espaces naturels, qui correspond à une réalité économique pour une filière d'encadrement qui s'intègre en profondeur dans l'offre touristique des espaces ruraux (CO&Sens, E.M.C., 2005) et propose une nouvelle valorisation récréative des espaces ruraux (Le Caro, 2002).

---

<sup>70</sup> Indicateur statistique déterminé avec l'aide du logiciel Sphinx<sup>2</sup>

Les espaces des activités terrestres montrent que ces pratiques participent à la diffusion des touristes en dehors des hauts lieux de l'économie touristique.

Dès lors, l'inscription en creux des espaces sportifs de nature terrestres vis-à-vis des espaces touristiques met en lumière des liaisons centres – périphéries entre les lieux d'hébergements, et donc à forts enjeux économiques, et les lieux de pratiques.

Par ailleurs, apparaît la présence d'effets externes négatifs dus aux espaces touristiques. Si ces activités physiques ne représentent pas un capital économique important (Ohl, Michon, 1989), les logiques spatiales des espaces terrestres représentent celles des activités recherchant le plus une récréation basée sur la nature ou des aménités naturelles (Mignote, 2004).

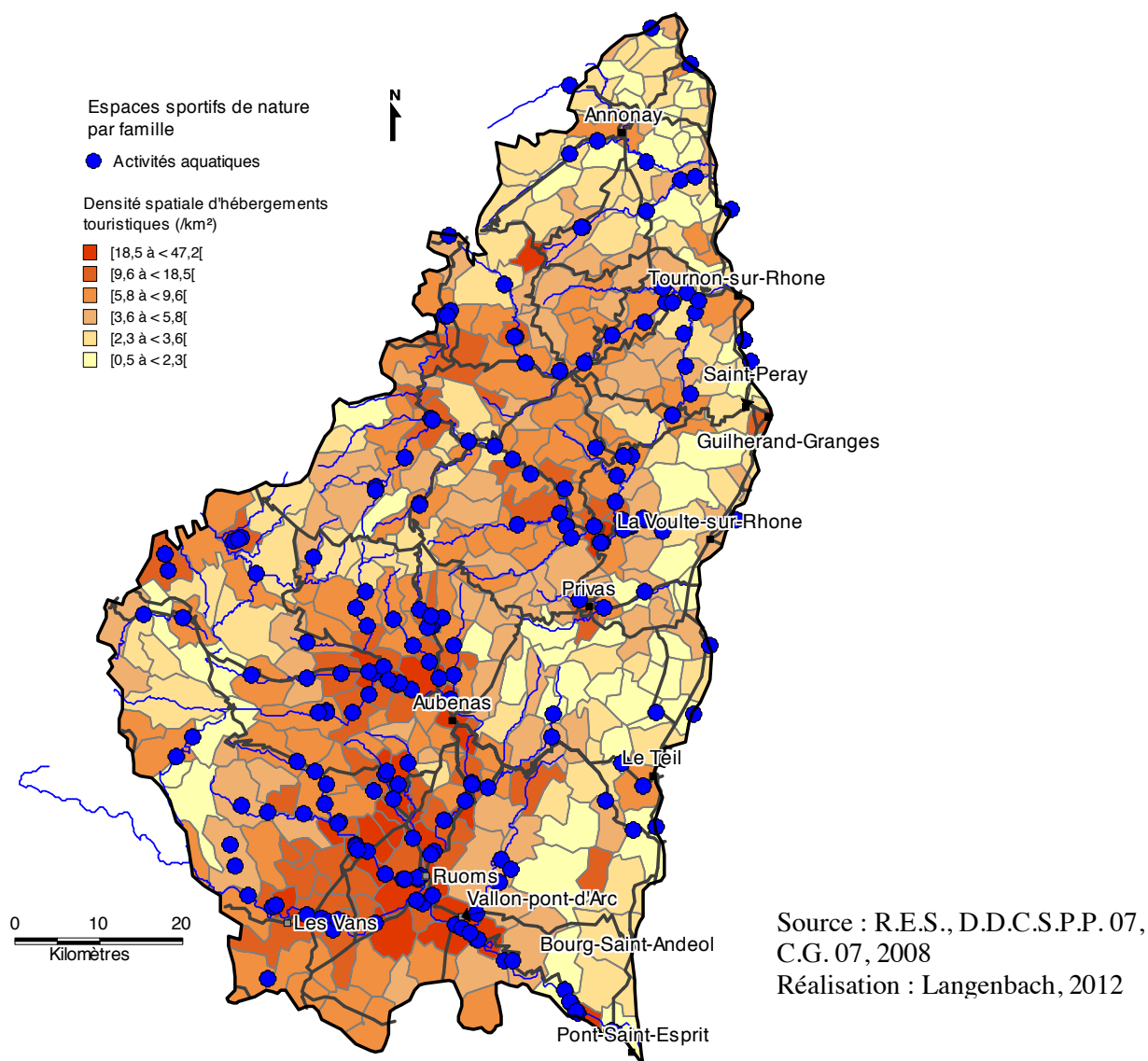
Cette approche des activités terrestres identifie une interface commerciale entre l'économie touristique et les activités sportives terrestres agissant comme des services touristiques et favorisant la diffusion des touristes en territoire rural.

#### **4.3.2. Les espaces sportifs des activités aquatiques en Ardèche**

A l'inverse des espaces des activités terrestres, les espaces aquatiques sont proches des principaux espaces touristiques en Ardèche. Ils se regroupent le long de la rivière Ardèche et de ses affluents, jusqu'à son embouchure avec le Rhône, ainsi qu'autour de la vallée de l'Eyrieux (cf. carte 17).

Ces espaces symbolisent un tourisme ardéchois où les rivières (l'Ardèche, le Chassezac ou l'Eyrieux ; Duval, 2007) sont assimilées aux plages du tourisme littoral : des hauts lieux d'un tourisme héliotropique de masse (Corbin, 1990).

**Carte 17 : Les espaces sportifs des activités aquatiques et les hébergements touristiques en Ardèche en 2010**



Cependant, la dépendance statistique n'est pas significative entre la répartition des espaces sportifs aquatiques et des hébergements touristiques (cf. annexe 5)<sup>71</sup>.

Ces deux distributions sont réparties de manière homogène. Si les sites aquatiques sont globalement situés de manière très diffuse en Ardèche, plusieurs regroupements locaux sont visibles autour des rivières structurantes du tourisme ardéchois. En outre, seules quelques communes en sud-Ardèche ont des densités spatiales d'hébergements touristiques fortes, ce qui peut expliquer cette absence de corrélation statistique.

<sup>71</sup> Indicateur statistique déterminé avec l'aide du logiciel Sphinx

Le développement touristique ardéchois s'est historiquement fondé sur l'élément aquatique, et notamment autour des rivières Ardèche et Chassezac (Duval, 2007). Dès lors, les espaces sportifs aquatiques marquent la spatialisation de la filière touristique locale.

Ces lieux illustrent une proximité géographique entre les lieux des sports de nature et la filière touristique en Ardèche. Ils sont en mesure de favoriser un rapprochement des offres sportives de nature et touristiques marchandes.

Les espaces aquatiques relèvent à la fois des lieux de baignade du département et des linéaires de rivière utilisés lors de descentes avec embarcations. En conséquence, les loueurs de matériels (Emergence, 2006), les espaces de pratiques des sports aquatiques et les hébergements touristiques se localisent selon des logiques spatiales similaires et forment une filière touristique et sportive de nature. Bien qu'il n'y ait pas de corrélation statistique, l'analyse visuelle de la carte 17 permet d'identifier des similitudes importantes entre les logiques spatiales des hébergements touristiques et des sites sportifs aquatiques. Cette filière allie des produits touristiques et des services sportifs de nature dans un ensemble autoconstruit (Mao, 2007b). Ces lieux sportifs sont des indicateurs spatiaux de l'implantation d'une économie touristique locale et de potentielles retombées économiques.

Les Gorges de l'Ardèche sont un marqueur territorial des pratiques récréatives en Ardèche (Garnier, 2006 ; Duval, 2007) et elles sont un espace sportif de nature touristique moteur. Cette attractivité induit des flux de capitaux à destination du sud-Ardèche qui sont potentiellement diffusés par des redistributions successives à l'ensemble de l'économie locale (Barget, 1997).

Les espaces aquatiques sont situés à proximité immédiate des espaces de l'économie touristique susceptibles d'accueillir la fréquentation touristique. Amorçant le transfert de capitaux économiques, ces espaces illustrent donc bien les rapprochements commerciaux entre les sports de nature et l'économie touristique en Ardèche. Ils illustrent aussi le regroupement d'une partie de l'économie sportive de nature, activités aquatiques, autour des pôles touristiques en territoire rural.



### 4.3.3. Les espaces sportifs verticaux en Ardèche

Les espaces sportifs verticaux sont ceux de l'escalade, du canyoning et de la spéléologie<sup>72</sup>. Les localisations respectives des espaces sportifs verticaux sont hétérogènes (cf. carte 18). Les lieux où ils se situent précisément sont déterminés par la disposition spatiale des escarpements rocheux, des anfractuosités, des falaises, des littoraux ou des encaissements de rivières.

Les espaces de la spéléologie sont situés à proximité des endroits où les hébergements touristiques sont très présents. Il y a pour ces espaces une réelle dépendance au milieu naturel puisque la plupart des grottes de spéléologie se trouvent dans un sol calcaire karstique, ainsi dans la basse vallée de l'Ardèche (à partir d'Aubenas) et autour des gorges du Chassezac. Leurs logiques spatiales semblent similaires à celles des activités économiques liées au tourisme qui se développent fortement autour des Gorges de l'Ardèche. Cette dépendance se retrouve également, bien qu'atténuée, dans le tourisme ardéchois.

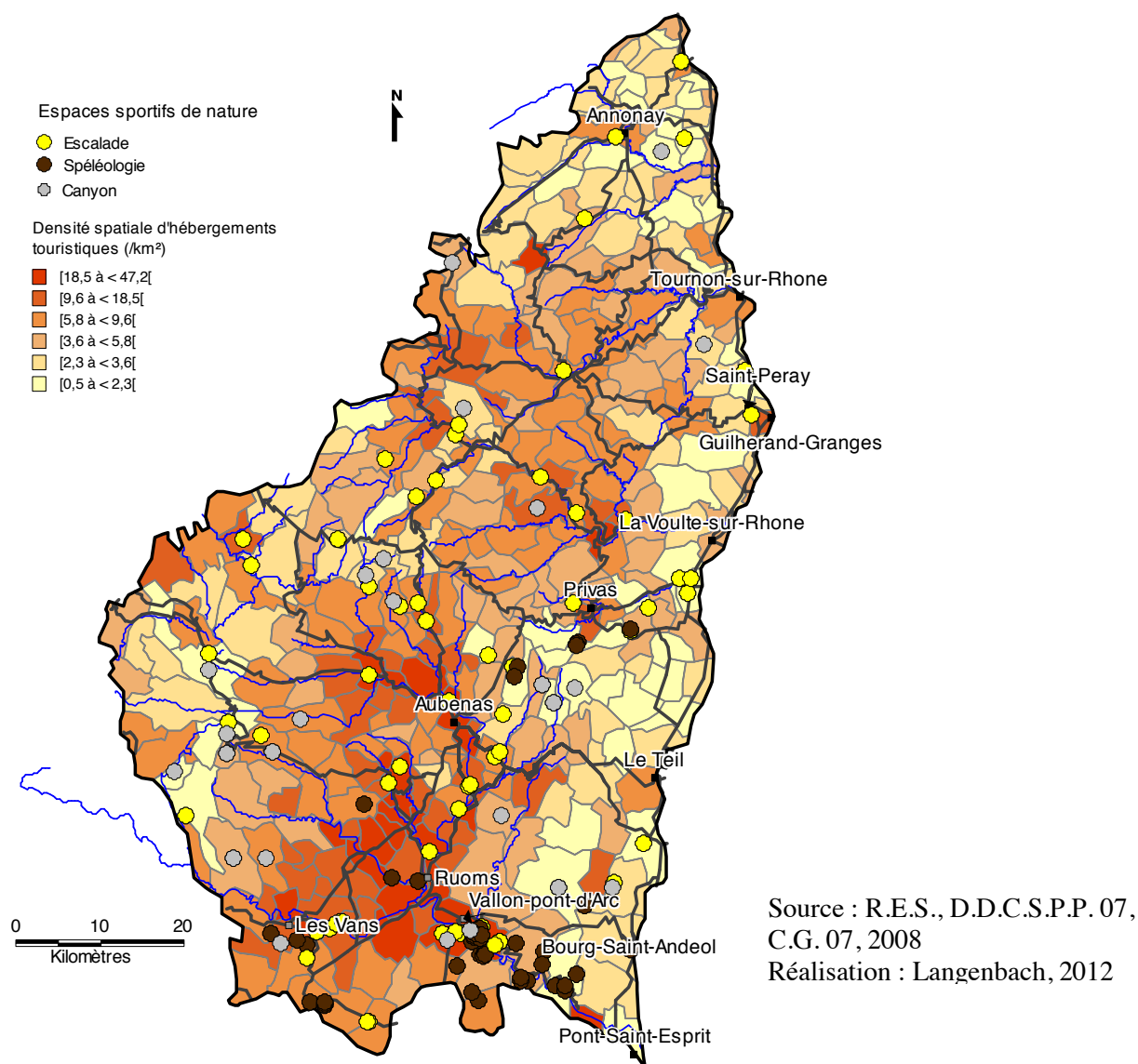
Les sites d'escalade sont très diffus au sein du département. Néanmoins leur fréquentation n'est pas homogène sur l'ensemble du territoire. Ainsi, la fréquentation est particulièrement élevée en sud-Ardèche, autour des Vans, de Ruoms et de Vallon-Pont-D'Arc (Colombani, 1985 ; Mao, Mary, 1994). Cette fréquentation a donné lieu à des quantifications afin d'un côté de saisir le rôle du tourisme lié à l'escalade (Langenbach, 2005) et, de l'autre, de maîtriser les impacts environnementaux d'une surfréquentation. Ces sites d'escalade du sud-Ardèche forment des hauts lieux d'un tourisme sportif de nature lié à cette activité physique (Langenbach, 2005). Toutefois il s'agit là de pratiquants autonomes qui recourent en très grande partie uniquement à des consommations touristiques (Langenbach, 2005).

Enfin, les sites de canyoning sont moins nombreux et répartis spatialement en formant des petits groupes éloignés des centres touristiques. Cela illustre une logique de dépendance vis-à-vis de la ressource naturelle : des cours d'eau à la dénivellation marquée. Seuls quelques espaces sont situés auprès des centres touristiques, mais ne sont pas les plus fréquentés commercialement. Les prestataires de l'encadrement en canyoning utilisent une série de canyons éloignés des centres touristiques et situés dans la partie montagnaise de l'ouest du département. En outre, la pratique autonome potentiellement touristique se destine à des espaces ruraux et montagnards.

---

<sup>72</sup> Ces trois activités sont encadrées par deux types de professionnels distincts (escalade et spéléologie), qui peuvent tous encadrer le canyoning.

**Carte 18 : Les espaces sportifs des activités verticales et les hébergements touristiques en Ardèche en 2010**



**NB :** On dissocie volontairement les trois types d'espaces sportifs verticaux (ceux de l'escalade, du canyoning et de la spéléologie) parce que leurs logiques spatiales de répartition internes sont très différenciées. Ces sports dits "à ou sur corde" sont tributaires de milieux naturels bien différenciés, mais sont pratiqués par des pratiquants faisant tous partie de la sphère des sports verticaux.

Il n'y a, la non plus, pas de corrélation statistique entre la présence des espaces verticaux et les densités spatiales d'hébergements touristiques (cf. annexe 6)<sup>73</sup> en Ardèche. Toutefois, les communes touristiques et sportives de nature des Vans, de Vallont-pont-D'Arc et de Berias et Casteljou (accolée aux Vans) suivent la droite de régression. Cela illustre alors

<sup>73</sup> Indicateur statistique déterminé avec l'aide du logiciel Sphinx<sup>2</sup>

la relation statistique qui s'y développe entre les espaces sportifs verticaux et le tourisme sportif de nature.

Pour certains entrepreneurs des sports verticaux, il y a bien un rapport global entre la qualité de la ressource naturelle et la présence d'une filière touristique et sportive de nature.

« *L'Ardèche est une vraie mine d'or, la ressource naturelle est fantastique* » (Extrait de l'entretien n°5).

En outre, pour d'autres entrepreneurs, ces espaces naturels verticaux constituent aussi des objets participant à l'attractivité touristique de l'Ardèche.

« *Les espaces naturels sont "utiles" puisqu'ils sont les objets "visibles" quand tu découvres l'Ardèche* » (Extrait de l'entretien n°9 ; guillemets rajoutés par le sujet de l'entretien).

Dans ce cadre, les sites sportifs situés à proximité de centres touristiques du sud-Ardèche participent, avec les espaces aquatiques, au développement d'une filière touristique et sportive de nature. Les activités verticales sont génératrices d'une activité touristique directe ou indirecte. En effet, outre les activités aquatiques, seules les structures commerciales d'encadrement proposant uniquement ou comme produit d'appel des services dans les sports de nature verticaux localisent leur siège en plein centre des communes très touristiques de Vallon-Pont-D'arc, de Ruoms et des Vans<sup>74</sup>.

Enfin, la diversité des espaces sportifs des activités verticales marque des relations centrifuges fortes entre centres touristiques et périphéries sportives de nature. En partie localisés en sud-Ardèche, ces espaces sont présents en périphérie immédiate ou plus excentrés par rapport aux espaces touristiques du département. Ils constituent un « *aroundoor* » (Bourdeau, 2003) sportif et actif, un ailleurs sportif, par rapport à un tourisme de masse et non actif, un ici récréatif. Ils illustrent donc des logiques de répartition des espaces sportifs dans les marges touristiques rurales.

---

<sup>74</sup> Observations faites en analysant les documents publicitaires (sur Internet ou sur place), en visitant les offices du tourisme de ces communes.

### **Conclusion du quatrième chapitre :**

Les espaces sportifs de nature montrent des répartitions spatiales différenciées, évoluant en fonction de leurs caractéristiques touristiques propres entre des espaces ruraux très touristiques et des espaces sportifs de nature de marge. Les sites sportifs aquatiques sont ainsi situés au sein des espaces touristiques, tandis que les sites terrestres s'en tiennent soigneusement à l'écart et les sites verticaux n'en tiennent pas compte.

Pour les sites terrestres il s'agit d'une logique "anti-touristique" et paysagère, alors que pour les sites verticaux il s'agit d'une logique d'opportunité naturelle parfois proche d'une logique touristique (spéléologie et escalade en sud-Ardèche). Dès lors, ils sont les objets des pratiques marchandes d'encadrement qui constituent l'essentiel de l'économie touristique et sportive de nature en Ardèche en territoire rural.

L'observation des dynamiques spatiales propres à ces entrepreneurs va permettre, dans le chapitre suivant, une approche supplémentaire du rôle de l'espace dans l'économie touristique des sports de nature.

Si les espaces sportifs de nature se répartissent en tenant, pour certains types, particulièrement compte d'activités récréatives marchandes, les entrepreneurs de l'encadrement dans les sports de nature sont les principaux liens, en milieu rural, entre les pratiquants et les sites sportifs. En effet, ils sont à la fois des accompagnateurs touristiques et sportifs et les courroies de transmission des effets économiques des sports de nature.



## **Chapitre 5. Les espaces des professionnels de l'encadrement dans les sports de nature en Ardèche**

Ce chapitre portant sur les espaces des entrepreneurs des sports de nature sera tout d'abord l'objet d'une présentation de la répartition des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche. Suite à cela, et pour prolonger les conclusions apportées par la démonstration précédente (chapitre quatre) cette répartition sera confrontée à celle des sites de pratique afin d'observer les formes de dépendance entre ces deux éléments.

Ensuite, les entrepreneurs seront confrontés aux lieux de l'économie touristique en Ardèche pour saisir ce qui relève d'une logique touristique dans leurs choix d'implantation.

Enfin, cette réflexion sera conclue par une analyse de l'implication de la logique de services, ou de "pratiquants", dans leur localisation. Pour cela, la répartition spatiale des entrepreneurs sportifs de nature sera confrontée à celle des entrepreneurs de l'encadrement dans les sports traditionnels. Ceux-ci se répartissent spatialement suivant la population et les équipements sportifs, eux-mêmes liés, tandis que les sports de nature semblent, après le chapitre quatre, se répartir spatialement en bonne partie suivant une logique touristique.

### ***5.1. La localisation des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche***

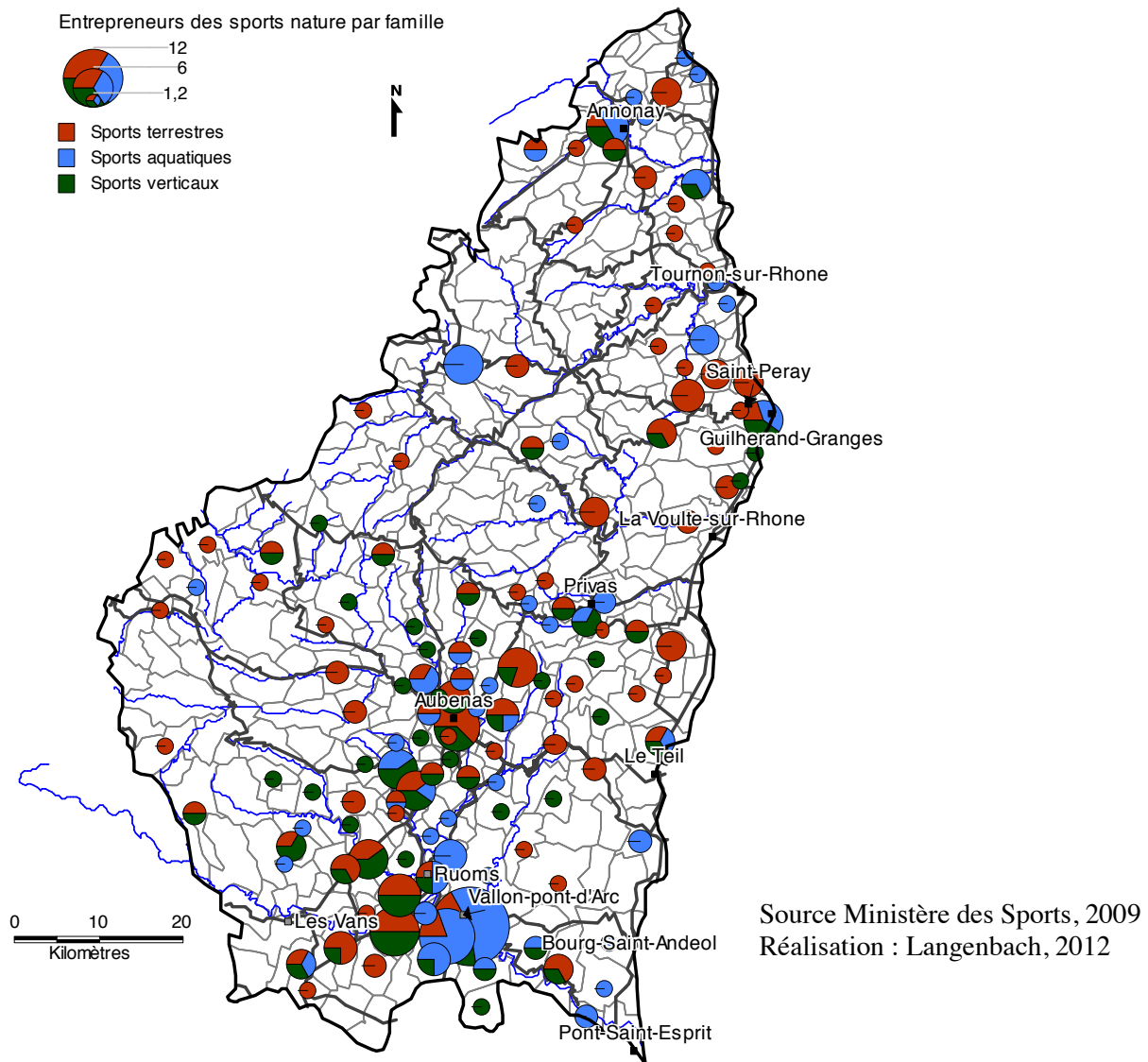
Il y avait 298 entrepreneurs des sports de nature en Ardèche en 2009. Ils étaient 131 à exercer dans les sports terrestres, 89 dans les sports aquatiques et 78 dans les sports verticaux. Les entrepreneurs terrestres sont représentés par les professionnels de l'encadrement de la randonnée pédestre (accompagnateurs de moyenne montagne), les professionnels du cyclisme ou encore du tourisme équestre. Dès lors, cette famille est logiquement la plus développée en Ardèche, suivant cette pluralité de disciplines mais aussi suivant l'attraction des touristes pour la découverte d'un environnement naturel que ces activités permettent.

Toutefois, les entrepreneurs aquatiques sont eux aussi relativement nombreux et ils sont exclusivement composés des professionnels de l'encadrement en canoë et kayak. Cela illustre bien la présence d'une filière professionnelle de ce type en Ardèche. Enfin, les

professionnels des sports verticaux sont les moins nombreux et ils sont composés des entrepreneurs de l'escalade et de la spéléologie pouvant tous encadrer du canyoning.

Ces familles d'activités, et leurs entrepreneurs se répartissent de manière différenciée en Ardèche. Cette logique est présentée sur la carte suivante (cf. carte 19).

**Carte 19 : Répartition spatiale des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche, par famille d'activités et en 2010**



Les entrepreneurs des sports terrestres sont répartis sur une grande partie du territoire. Les entrepreneurs des sports aquatiques sont eux aussi répartis sur une grande partie du territoire mais ils font cependant preuve d'un regroupement important en sud-Ardèche et autour de Vallon-Pont-d'Arc. Enfin, les entrepreneurs des sports verticaux sont, quant à eux,

très fortement représentés en sud-Ardèche, au sein d'un triangle allant de Privas, aux Vans et à Bourg-Saint-Andéol.

Ces deux dernières logiques, orientées vers le sud-Ardèche, illustrent bien les rapports spatiaux entre une grande partie des entrepreneurs des sports de nature et les lieux de l'économie touristique. De manière globale, la carte précédente illustre bien un regroupement marqué de ces acteurs au sud du département.

En outre, les entrepreneurs rencontrés ont indiqué à plusieurs reprises une position vis-à-vis de l'économie touristique. Les entretiens montrent que, pour eux, l'Ardèche constitue

- soit, un haut lieu touristique et sportif de nature :

« *L'Ardèche est un haut lieu touristique et sportif de nature* » (Extrait de l'entretien n°9).

- soit une destination du même type, avec des infrastructures nécessaires aux séjours touristiques :

« *Ardèche est une vraie destination V.T.T.* » (Extrait de l'entretien n°12).

« *L'Ardèche est pour moi une destination incontournable de la randonnée, et les randonneurs sont la "crème" des touristes* » (Extrait de l'entretien n°2).

Les entrepreneurs positionnent donc leurs espaces d'implantation professionnelle en rapport avec d'autres espaces touristiques et sportifs de nature dans un marché national, régional et parfois international.

« *Si on encadre beaucoup en Ardèche, parce que c'est vraiment un coin qu'on adore, on est en train de monter des séjours escalade en Algérie, au Mali où on est déjà allé plusieurs fois, avec mon associé* » (Extrait de l'entretien n°6).

Dès lors, les lieux de regroupement des entrepreneurs seraient bien des lieux où ils approchent l'économie touristique, sous forme de demande, et donc des lieux où se matérialise le marché.

Dans le cadre de la marchandisation de leurs activités, les entrepreneurs peuvent recourir aux syndicats de professionnels, dans chacune de leurs disciplines, afin d'agir collectivement sur le contexte économique et touristique local. La syndicalisation serait un indicateur des enjeux économiques liés à la rencontre entre les sports de nature marchands et l'économie touristique.



*La répartition spatiale des entrepreneurs des sports de nature syndiqués : une représentation des enjeux locaux du développement de ces activités*

Seuls les adhérents aux quatre syndicats nationaux de l'escalade, du cyclisme, du canoë-kayak et de la spéléologie sont pris en compte. Les autres syndicats de professionnels des sports de nature (tourisme et randonnée équestre, randonnée pédestre) n'ont pas répondu aux sollicitations afin d'obtenir une liste des prestataires adhérents ou ne publient pas leurs listes d'adhérents. S'ils n'ont pas fondamentalement vocation à publier de telles informations en tant que structure associative, de tels registres permettent aux consommateurs d'identifier les entrepreneurs exerçant en accord avec l'esprit du syndicat et d'obtenir leurs coordonnées. C'est dans cette perspective que les quatre structures dont il a été possible d'obtenir une liste des adhérents effectuent ces publications. En outre, la comparaison entre les entrepreneurs adhérents à ces quatre institutions et ceux identifiables localement, soit en se rendant dans les lieux où leurs publicités pour des services touristiques sont visibles (offices de tourisme, structures d'hébergements touristiques), soit en effectuant une recherche dans l'annuaire et à l'aide d'une requête Internet<sup>75</sup> pour de telles prestations sportives, a montré que ces entrepreneurs "visibles" étaient en grande partie syndiqués. Ceux-ci sont à la fois des gérants de société ou des indépendants que les clients peuvent contacter afin d'être guidés, encadrés. Ils constituent un groupe d'entrepreneurs en activité, sensibilisés à l'action collective et locale pour développer leurs pratiques commerciales. Ils forment de ce fait le plus gros de l'échantillon retenu, puis utilisé dans les entretiens semi-directifs.

Une zone qualifiable de région de "syndicalisation" apparaît en sud-Ardèche le long de la basse vallée de la rivière Ardèche, entre Aubenas et Pont-Saint-Esprit, de même qu'autour des Vans et de la basse vallée du Chassezac. Cette logique montre une proximité géographique entre les lieux d'établissement des professionnels qui choisissent de se syndiquer et les espaces de l'économie touristique en Ardèche.

Cette logique de répartition illustre bien les enjeux économiques liant l'activité touristique aux sports de nature marchands dans ces espaces. Cela souligne la présence de représentations localisées et partagées en matière d'action collective ou d'un besoin de défense des intérêts personnels et entrepreneuriaux. Plus précisément, ce sont les professionnels syndiqués de l'escalade, du canoë-kayak et de la spéléologie qui forment l'axe visible le long de la basse vallée de l'Ardèche et du Chassezac. Ces deux pôles sont au cœur même du bassin touristique du sud-Ardèche. La lecture des logiques spatiales d'implantation

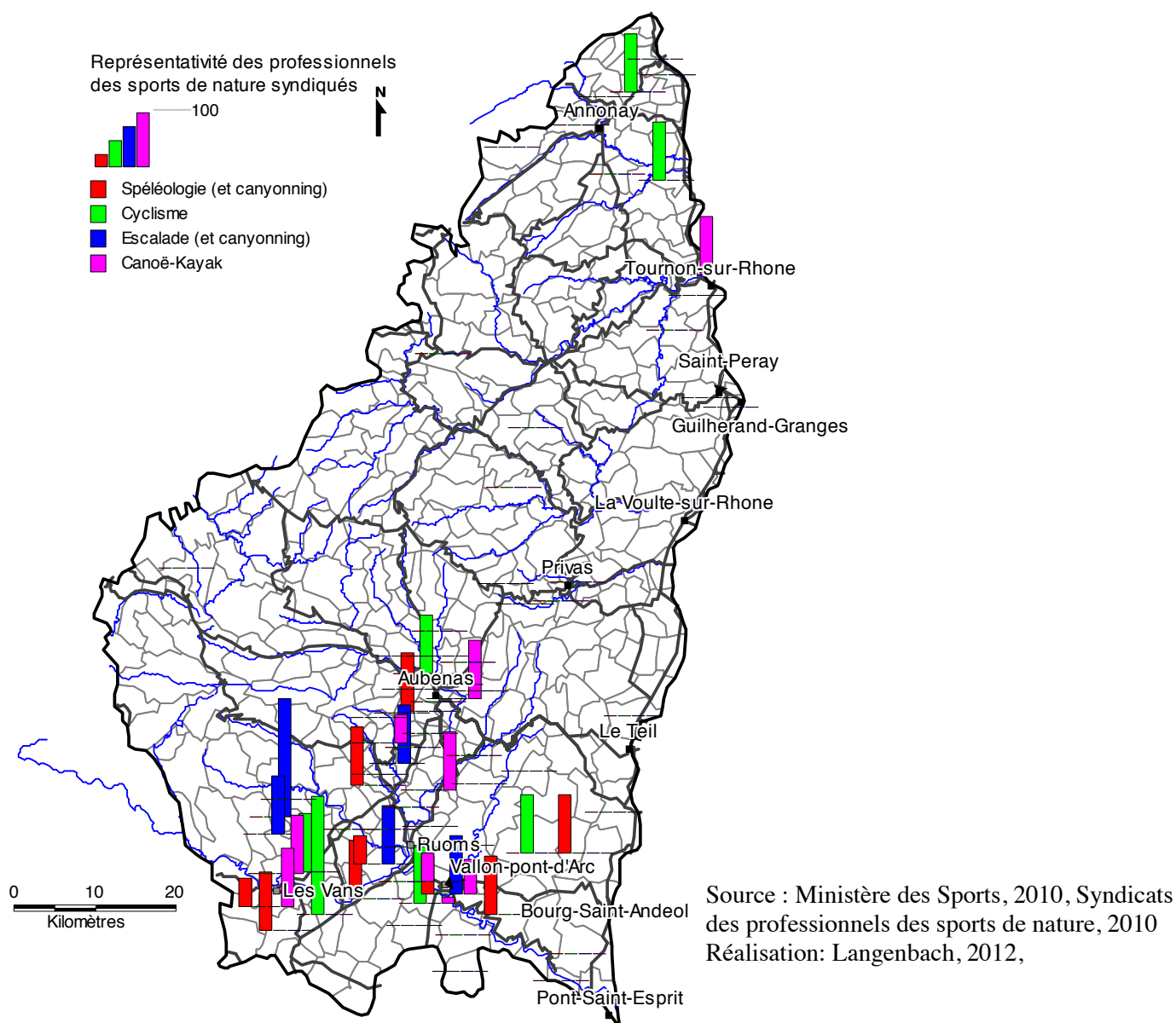
---

<sup>75</sup> Requête lancée en mai 2009 sur le moteur de recherche Google avec les mots clés : sports, nature, Ardèche

des professionnels syndiqués de ces activités permet d'y observer la superposition des dynamiques spatiales de l'économie du tourisme. Ainsi, il apparaît que ces professionnels éprouvent le besoin de se regrouper pour défendre une position, une activité, puisqu'ils sont localisés dans un espace où la concurrence est accrue.

Comme l'illustre la carte suivante (cf. carte 20) sur la représentativité syndicale ardéchoise, les professionnels de ce secteur, implantés en sud-Ardèche, sont en majorité syndiqués : 26 syndiqués pour 47 professionnels. Cela correspond à une représentativité syndicale globale dans ce secteur de 55,32 %. En comparaison, la représentativité nationale des syndicats étudiés ici est de 27,52 % (soit 783 syndiqués pour 2 845 professionnels).

**Carte 20 : Représentativité professionnelle des syndicats de l'escalade, du cyclisme et de la spéléologie en Ardèche en 2010**



La lecture de la représentativité est, là encore<sup>76</sup>, quantitativement sujette à caution puisqu'elle dépasse à plusieurs endroits 100 %. Comme décrit plus haut, avec la représentativité des syndicats professionnels des sports de nature en France, les professionnels syndiqués implantés en Ardèche ne sont pas tous déclarés auprès de la délégation départementale du Ministère des Sports. Cela indique que les professionnels recourent surtout aux institutions syndicales pour défendre leurs positions face aux institutions publiques ou au sein du marché local des sports de nature.

La syndicalisation permet de favoriser les cadres locaux de la mise en marché des sports de nature. Elle contribue aussi à la construction d'une « culture professionnelle située [...] où les acteurs partagent des référents communs au sein d'un réseau de développement territorial » (Corneloup et al., 2004). Ce réseau se matérialise dans les échanges formels ou informels au sein de ces regroupements de professionnels. Dès lors, « la qualité de cette [culture professionnelle située] repose sur la capacité à créer un collectif capable de participer à la mise en forme d'un ancrage territorial » (Zimmermann, 1998). Ces regroupements sont donc des vecteurs d'échanges, d'entraide, de mutualisation d'actions. Ils sont les premières structures d'un système local autour de l'économie des sports de nature. Le recours à la syndicalisation se positionne avant tout comme un moyen collectif de peser sur les termes de la concurrence et particulièrement au sein de l'espace touristique et sportif du sud-Ardèche. Le contexte économique local est perçu par les entrepreneurs des sports de nature syndiqués comme incertain.

Pour les entrepreneurs, cette incertitude touche surtout la concurrence touristique et leur position vis-à-vis de la demande touristique.

*« Il faut qu'on soit solidaires entre professionnels, sinon les grands groupes touristiques (UCPA, Maeva) peuvent développer leurs propres activités sportives dans la nature » (Extrait de l'entretien n°1).*

L'enjeu commercial formulé ainsi justifie la nécessité d'une action collective des acteurs pour pérenniser l'avenir de leur activité marchande. La syndicalisation permettrait d'agir sur le sentiment d'incertitude lié aux fluctuations structurelles du tourisme en bénéficiant d'un appui juridique, logistique ou collectif supplémentaire (Chazel, 1996).

---

<sup>76</sup> Suivant des raisons similaires à celles évoquées dans section 3.4 (p. 102)

Si une grande majorité des professionnels se localise et interagit en sud-Ardèche, c'est avant tout pour rechercher une forme de proximité vis-à-vis de la demande pour des activités commerciales. Le sud-Ardèche offrant de très nombreux sites sportifs, les prestataires s'y répartissent majoritairement dans et à proximité immédiate des communes touristiques. Cela confirme l'importance des lieux de l'économie touristique dans la formation du marché local du tourisme sportif de nature puis, indirectement, les liens structurels qui sont visibles entre les sports de nature marchands et les espaces sportifs de nature.

Enfin, si les entrepreneurs des sports de nature tendent à interagir en sud-Ardèche, leurs regroupements trouvent leurs causes dans des facteurs spatiaux tels que la ressource naturelle ou la demande de services sportifs et touristiques. En outre, si la professionnalisation des sports de nature peut correspondre à une manière de progresser au sein de sa pratique suivant un principe d'autonomisation sportive, elle correspond également à une manière de vivre de son activité et s'intègre alors à une forme de rationalisation économique et spatiale (Bouhaouala, 1999).

Dès lors, le choix d'un espace d'implantation pour les professionnels des sports de nature, c'est à dire pour ces acteurs du marché du tourisme sportif de nature, revêt différentes dimensions : économique, sportive, socioculturelle, touristique, politique. L'entrepreneur, l'acteur économique choisit, selon le degré d'ancrage de son activité au sein de la filière touristico-sportive de nature locale, une situation géographique selon des dimensions personnelles, environnementales, voire commerciales.

## ***5.2. Les logiques spatiales de répartition des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche : plusieurs formes de dépendance aux sites de pratique***

Le parallèle entre les espaces de pratique sportive de nature en Ardèche et les logiques spatiales d'implantation des professionnels de l'encadrement sportif vise à interroger une forme de causalité. Les mécanismes socio-économiques constitutifs du marché, comme ceux liant les agents qui participent à la construction de l'offre locale, jouent sur leur présence et leur concentration en certains lieux. L'interaction entre les mécanismes de la concurrence et

de l'accès aux ressources naturelles sportives constitue un des facteurs de localisation pour les entrepreneurs (Bouahouala, 1999).

Ce sont les données quantitatives spatialisées concernant les lieux d'exercice des entrepreneurs des sports de nature et le recensement des lieux de pratique en Ardèche qui sont exploitées ici. Cette analyse thématique comparée est complétée par l'utilisation des entretiens réalisés auprès des entrepreneurs afin de confirmer la pertinence de certains facteurs explicatifs des logiques de localisation. En effet, ces derniers ont été interrogés sur leur perception de la proximité avec les espaces naturels de pratique et le rôle qu'ils attribuent à ceux-ci. Une des entrées du guide d'entretien consistait aussi à connaître le rôle joué par les espaces sportifs chez les entrepreneurs des activités similaires ancrés localement, dans le choix de la localisation ou des mobilités professionnelles.

Un grand nombre des professionnels, entrepreneurs dans les sports de nature en Ardèche, se situe dans les basses vallées du Chassezac et de l'Ardèche, depuis les Vans et Aubenas jusqu'à Bourg-Saint-Andéol. Ils sont répartis spatialement de manière hétérogène, même s'ils sont présents dans une grande partie des communes de l'Ardèche.

Dès lors, existe-t-il un facteur lié aux caractéristiques topographiques dans la localisation et les formes de regroupement des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche ?

Il ne s'agit pas de traiter la répartition des sites sportifs de nature suivant une forme de déterminisme physique, mais bien d'analyser comment cette contrainte est intégrée dans une logique productive entre les entrepreneurs des sports de nature et les lieux leur proposant une ressource naturelle adéquate. En effet, la répartition, les concentrations des espaces sportifs de nature en France ne semblent pas déterminées par les caractéristiques environnementales (Mao, Bourdeau, 2008a).

Les entrepreneurs locaux du tourisme sportif de nature en Ardèche participent comme les autres acteurs locaux au processus d'appropriation d'espaces naturels ce qui en fait des espaces sportifs de nature. Cependant, ces derniers constituent des lieux utilisés comme des supports ou valorisés comme des facteurs de production par les entrepreneurs dans la

marchandisation de leurs prestations et peuvent donc à ce titre être confrontés aux logiques spatiales de répartition des producteurs.

Ces entrepreneurs indiquent être sensibles aux infrastructures et aux voies de communication et semblent indiquer des besoins en termes de mobilités professionnelles que le relief complique. Le problème de la mobilité se pose aussi aux touristes, pour lesquels les voies de communication sont nécessaires à la pratique de la même manière. Les entrepreneurs sont par définition amenés à se déplacer en raison du format de ces prestations (Berthelot, Corneloup, 2009) et parce qu'ils utilisent des lieux disséminés et distants les uns des autres.

Dès lors, ils indiquent tenir compte dans leur localisation de la dissémination des sites et ils effectueraient donc un choix, des arbitrages entre plusieurs nécessités :

*« Les sites où on encadre à la boîte, sont quand même assez loin les uns des autres, en Ardèche tu comptes quand même vite une heure de voiture pour y aller. Mais là où je suis, je trouve que je suis à peu près au centre et que je peux bouger facilement » (Extrait de l'entretien n°15).*

Pour certains entrepreneurs, cette distance est plus subie et résulte donc en un mode de commercialisation en tenant compte (adaptation de la logistique) :

*« Je suis obligé de me déplacer pour retrouver les clients sur les canyons ou les falaises. De toutes façons, j'ai pas de bureau et je retrouve directement les gens sur les parkings avec le matériel. A Largentière je suis bien placé mais j'ai quand même pas mal de bornes à faire à chaque fois pour bosser. Ici quant t'es guide, tous les sports que tu peux encadrer sont au quatre coins du sud-Ardèche ! » (Extrait de l'entretien n°4).*

Alors que l'éloignement des sites peut aussi être contrebalancé par la proximité des grosses infrastructures touristiques, d'une forte demande d'activités marchandes :

*« Je suis localisé à St Montan parce que l'image du village est bonne et que la proximité avec des infrastructures (vallée du Rhône, domaine d'Imbours) y est intéressante » (Extrait de l'entretien n°3).*

Etant donné que les structures commerciales ou les entreprises sont de petite taille, les entrepreneurs sont particulièrement amenés à se déplacer pour rencontrer leurs clientèles (Bouhaouala, 2000). Ils cherchent de manière globale à rester mobiles, flexibles et adaptables (Bouhaouala, 2000) :

*« Ca me va bien d'être seul et un peu au centre du sud-Ardèche, comme ça je peux aller facilement vers un camping ou un autre. Je peux aussi facilement aller vers les sites sur lesquels les touristes veulent le plus aller » (Extrait de l'entretien n°14).*

En ce cas, les déplacements des entrepreneurs vers les espaces sportifs de nature où ils exercent peuvent être considérés à la fois comme choisis (choix personnels) ou comme subis (choix professionnels). Ils permettent néanmoins d'analyser les rapports entre le lieu d'implantation des entrepreneurs, correspondant en grande partie à leur lieu de commercialisation, et les lieux de pratique des sports de nature.

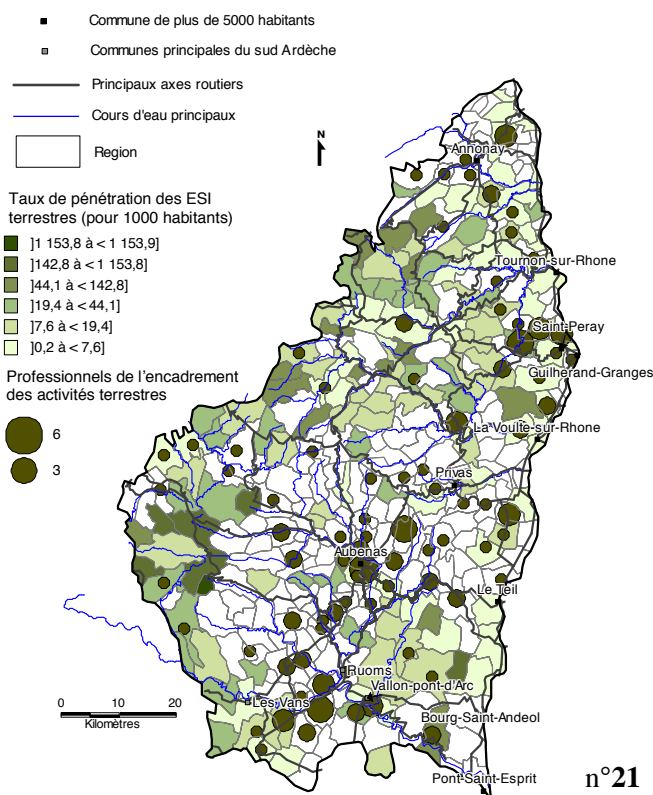
Les sports de nature terrestres, verticaux et aquatiques illustrent des logiques divergentes entre leurs espaces de pratique et les entrepreneurs qui les valorisent commercialement.

Les surreprésentations des espaces de pratique par rapport à la population locale se retrouvent globalement dans la région montagneuse à l'ouest du département et autour des Gorges de l'Ardèche.

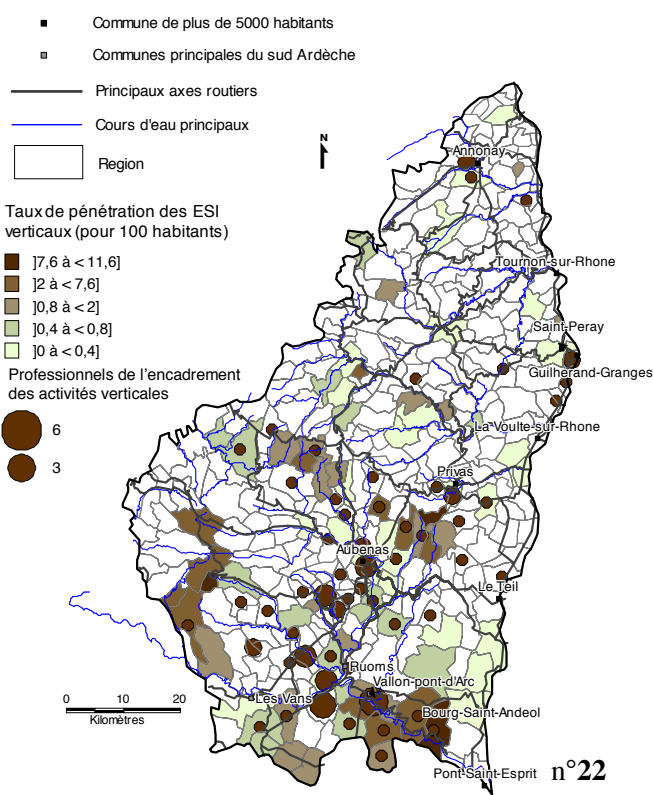
Les cartes suivantes illustrent cette tendance globale ainsi que des spécificités structurelles pour chacune des familles de pratiques.

## Cartes 21, 22 et 23 : La répartition spatiale des professionnels de l'encadrement des sports de nature et des espaces de pratique en Ardèche en 2009 par famille d'activités

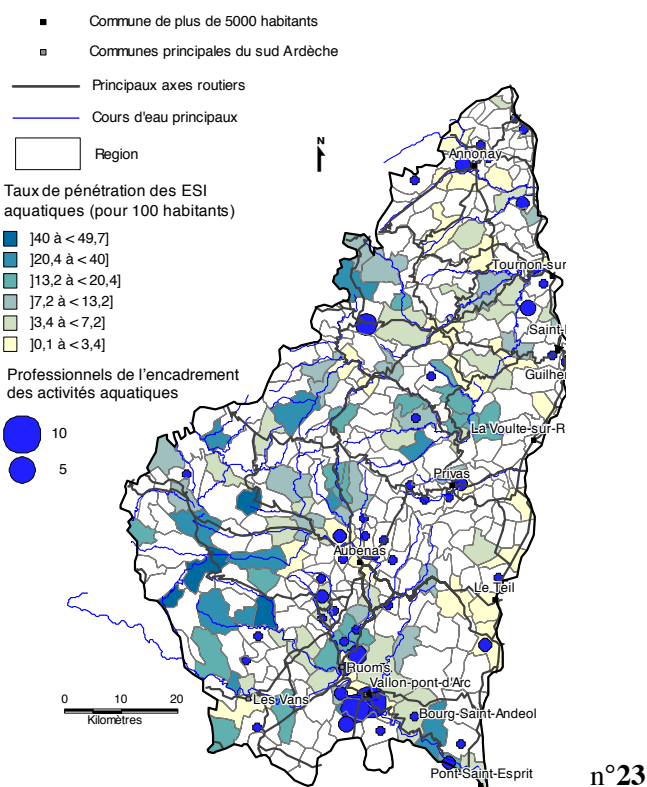
### Sports terrestres : une logique de bourg centre



### Sports verticaux : une logique d'espace de jeu



### Sports aquatiques : une logique touristique



Source : Ministère des Sports 2010, R.E.S.,  
 D.D.C.S.P.P. 07, C.G. 07, 2009  
 Réalisation : Langenbach, 2012

**NB :** Le taux de pénétration des ESI (Espaces, Sites et Itinéraires sportifs de nature) exprime le nombre des sites sportifs pour 100 ou 1000 habitants - résidents. Il permet de prendre en compte les effets liés aux regroupements de population sur le volume d'espaces sportifs avant de comparer ces derniers aux entrepreneurs qui les utilisent professionnellement. Les espaces sportifs sont des espaces dont l'existence est en bonne partie due à un processus d'appropriation par des pratiquants ou des acteurs locaux. Les logiques spatiales propres à ces objets peuvent donc révéler des pôles où les sites sportifs sont particulièrement nombreux, par rapport à la population locale.



Une première lecture des trois documents visuels ne permet pas de distinguer un lien de proximité géographique global entre les espaces supports, ressources naturelles sportives révélées puis activées par les acteurs locaux du sport, et les lieux où se trouvent les entrepreneurs exploitant ces sites dans leurs prestations. L'hétérogénéité spatiale des différents sites des sports de nature en Ardèche, ainsi que les variations de peuplement, invitent à chercher les liens entre professionnels et ressources naturelles auprès de chacune des familles d'activités sportives de nature. Ces familles occupent des rôles différenciés au sein de la filière touristique et sportive de nature en Ardèche. Les sports verticaux semblent très structurants de cette filière (Altimax et *al.*, 2007), tandis que les sports terrestres et aquatiques apportent chacun un élément de lecture supplémentaire.

Les **activités terrestres** en Ardèche montrent une opposition spatiale entre les logiques de répartition des lieux de pratiques et les lieux d'implantation des professionnels de ces activités sportives (cf. carte 21). Les espaces de pratique sont surreprésentés dans des zones situées en périphérie, à distance des lieux d'implantation des professionnels. Ces logiques spatiales d'implantation entrepreneuriale sont donc plus proches de celles des espaces à la fois peuplés et à forts enjeux touristiques dont la proximité géographique permet aux entrepreneurs de capter au mieux la demande de services, touristiques ou ludiques. Il s'agit d'une logique de **bourg centre**.

Deux entrepreneurs confirment cela de la manière suivante :

« *J'essaye de me positionner dans le contexte du commerce et des offices du tourisme, Aubenas est un territoire "ouvert" » (Extrait de l'entretien n°2).*

« *75 % de mon activité est localisée entre Vallon-Pont-d'Arc<sup>77</sup> et Villeneuve-de-Berg<sup>78</sup> » (Extrait de l'entretien n°10).*

Les espaces sportifs terrestres représentent donc bien des espaces naturels de pratique, des paysages attractifs, comme l'a souligné le chapitre précédent, tandis que les entrepreneurs qui les utilisent commercialement se localisent au sein ou à proximité des bourgs, des centres.

---

<sup>77</sup> Commune très touristique

<sup>78</sup> Commune rurale

Les **activités verticales** (cf. carte 22) illustrent, quant à elles, une certaine proximité géographique entre les lieux d'implantation des prestataires et les lieux supports de ces pratiques sportives. Toutefois, cette proximité correspond à la fois à des motifs personnels et professionnels. Les entrepreneurs indiquent la volonté d'agir localement en faveur du développement des sites de pratique ou de la gestion des sites sportifs verticaux proches de leur lieu d'implantation. Ils agissent donc en tant que sportifs et s'investissent personnellement :

« *Je trouve que c'est indispensable de développer les sports de nature pour tout le monde, et c'est pour ça que je participe à la gestion des lieux de pratique* » (Extrait de l'entretien n°6).

Ils prennent donc des positions dans un réseau local, dans un territoire et ils y deviennent des acteurs :

« *L'escalade, les falaises, grimper sur un caillou, tout ça, ça doit rester libre et accessible pour tout le monde ! J'aime pratiquer l'escalade ici et j'ai encore envie d'agir pour pouvoir continuer !* » (Extrait de l'entretien n°8).

Ces professionnels sont avant tout des pratiquants éclairés, particulièrement investis dans cette gestion (Bourdeau, 1991). Les sites verticaux utilisés dans les pratiques marchandes<sup>79</sup> sont *in fine* peu nombreux et cristallisent automatiquement plus d'enjeux d'usage puisqu'ils doivent permettre à tous de pratiquer et d'encadrer. Leur nombre est encore plus restreint si l'on ne considère que les lieux capables d'accueillir des pratiquants de tous les niveaux y compris les plus faibles, comme le nécessitent les activités marchandes. Elles doivent pouvoir s'adresser à toutes sortes de pratiquants en utilisant les espaces adéquats afin de toucher une clientèle la plus large possible. La diversité dans les caractéristiques physiques et sportives des sites verticaux constitue un enjeu fort pour la compétitivité de la filière marchande avec lequel les entrepreneurs s'ajustent (Decarnin, 1999). Ils sont conscients de la possibilité de commercialiser un panel de prestations élargies sur des espaces verticaux aux caractéristiques sportives relativement variées.

« *Autour du Chassezac j'ai plusieurs sites qui me permettent d'emmener aussi bien des débutants que des grimpeurs confirmés* » (Extrait de l'entretien n°8).

---

<sup>79</sup> Les brochures et les prestataires eux-mêmes indiquent que l'encadrement se déroule sur une dizaine de sites verticaux dont : les canyons de la Besorgues, de la Borne et du Haut-Chassezac, les sites d'escalade de Chauson, des Gorges du Chassezac et de l'Ardèche

Les professionnels de l'encadrement des sports verticaux agissent localement en Ardèche, de manière individuelle ou collective, marchande et non marchande. Ces derniers sont aussi réceptifs à une ambiance locale (Corneloup, 2006) sportive, composée par des sites de pratiques qui leur conviennent dans le cadre d'une pratique personnelle et non commerciale des sports de nature, mais aussi par une communauté structurée autour de ces activités. Ils partagent ainsi une identité particulière, spécifique à leur territoire d'implantation (Corneloup, 2006) et semblent sensibles à l'attractivité territoriale, sportive de ces lieux de pratique. Ils le justifient par exemple de la manière suivante :

*« Mon espace de pratique en Ardèche est localisé dans les gorges de l'Ardèche, dans le bas Chassezac, je grimpe essentiellement ; mais le canyon ne me repousse pas, je continue à en pratiquer dans certains coins qui me plaisent » (Extrait de l'entretien n°6).*

Ces entrepreneurs indiquent la position dominante qu'ils attribuent aux espaces de pratique ardéchois, au sein des espaces de la région ou d'un bassin de pratique élargi :

*« Mon territoire de pratique : tous les sites majeurs d'escalade, pas uniquement ceux ardéchois mais quand même (falaise aux oiseaux et pilier d'Autridge) et aussi Presles (dans le Vercors) » (Extrait de l'entretien n°8).*

*« On allait généralement sur les Causses, ou dans le Vercors, en Ardèche dans le karst par exemple » (Extrait de l'entretien n°15).*

Huit des onze prestataires sportifs verticaux rencontrés, qui ne sont pas d'origine ardéchoise, indiquent avoir choisi une implantation locale particulière, un lieu d'ancrage pour leur métier ainsi que pour leurs pratiques sportives personnelles. Toutefois, le motif de leur implantation locale varie sensiblement. Six d'entre eux sont à la recherche de forts ancrages locaux pour leur activité commerciale, tandis que cinq autres n'en font pas un motif premier<sup>80</sup>.

L'activité commerciale du canyoning est la principale activité marchande des entrepreneurs des sports de nature verticaux formés initialement pour encadrer en escalade et en spéléologie (Perrin *et al.*, 2003). La proximité géographique avec les espaces des hébergements touristiques permet de bénéficier de la demande présente pour cette activité de canyoning.

---

<sup>80</sup> Références très succinctes, voire absentes, à leurs lieux d'implantation

Les entrepreneurs ont montré qu'ils étaient tout à fait conscients de ce lien :

« *Le principal produit vendu est le canyon, « le plus ludique » pour les clients* » (Extrait de l'entretien n°6)

Voire qu'ils cherchaient à le développer pour pérenniser leurs activités marchandes :.

« *L'activité "sports de nature" principale où on encadre, c'est le canyoning* » (Extrait de l'entretien n°9).

Dans ce cadre, c'est la dimension purement économique qui décide finalement de la localisation des entrepreneurs. Cela apporte donc bien une distinction entre des sites naturels possédant un potentiel économique important (sites de canyoning) ou faible (sites d'escalade). Ces entrepreneurs cherchent aussi à tirer parti de ces sites sportifs à fort potentiel économique, en installant des points de vente mettant bien en avant ces activités<sup>81</sup>, dans les lieux centraux de l'activité touristique (grands campings, centre des villes touristiques, « route des loueurs de canoë » ; Duval, 2007). Ces activités sportives de nature constituent donc des services touristiques à part entière une fois marchandisés (Cuvelier et al., 2000).

Cette forme de rationalité spatiale liée à l'économie touristique ne représente, cependant, pas une norme. Elle illustre une logique spatiale **d'espace de jeu**. Comme cela a été vu précédemment, les prestataires sportifs verticaux se localisent avant tout suivant leurs propres espaces de pratique, un espace de jeu.

L'analyse cartographique des répartitions spatiales des prestataires d'encadrement des **activités aquatiques** et des espaces sur lesquels ils commercialisent leurs prestations (cf. carte 23), fait apparaître que :

- en sud-Ardèche, les prestataires sont particulièrement nombreux, sur représentés, tandis que les sites sportifs de nature sont normalement représentés au sein de la population. Ils participent à la formation d'une filière touristique et sportive de nature orientée sur les activités aquatiques, comme le canoë-kayak. Si, néanmoins, ces espaces sportifs aquatiques sont peu nombreux, ils sont utilisés de manière très intensive par les acteurs

---

<sup>81</sup> Analyse des brochures commerciales disponibles auprès des entrepreneurs et des publicités apposées sur leurs locaux.

composant cette filière et notamment les prestataires d'encadrement. Ils conditionnent l'implantation d'entrepreneurs de ce secteur touristique et sportif ;

- d'autres espaces sportifs de nature existent dans le département. Leur répartition générale y semble homogène. Lorsque les prestataires des sports de nature aquatiques ne sont pas en sud-Ardèche, ils sont implantés autour des villes du département (Privas, Aubenas, Tournon-sur-Rhône).

Il est impossible d'évaluer une dépendance statistique et quantitative entre ces deux indicateurs spatiaux aquatiques, les sites de pratique et les lieux d'implantation des professionnels, puisque les distributions sont trop discontinues et ne concernent que trop rarement les mêmes communes. En effet, les proximités géographiques se font souvent entre communes attenantes ou avoisinantes et ne permettent pas d'illustrer une relation statistique. Toutefois la logique spatiale suivie ici est une **logique touristique** et commerciale où les entrepreneurs des sports de nature recherchent principalement les espaces de l'économie touristique. Une logique similaire a été identifiée précédemment dans les relations entre les espaces sportifs aquatiques et l'économie touristique (cf. chapitre quatre). Ces lieux de pratique contribuent à la fois, à l'activité touristique et à l'encadrement sportif. En outre, la filière touristique et sportive de nature aquatique est particulièrement regroupée autour du sud-Ardèche, ce qui explique en partie la proximité de ces trois éléments.

Les rapports entre les prestataires d'encadrement et les espaces de pratique sont de plusieurs types. Cette **complexité des logiques** est en partie le **signe de la pluralité des situations professionnelles d'encadrement des sports de nature** à propos desquelles les entrepreneurs choisissent d'exercer et de localiser leurs activités professionnelles (Bouahouala, 2000).

Comme le montrent les éléments recueillis lors des entretiens sur la construction des prestations commerciales, les entrepreneurs ne cherchent pas tous à rationaliser les rapports spatiaux entre leur localisation personnelle, leurs espaces personnels de pratique et les lieux où ils exercent professionnellement. Ainsi, les **espaces de pratique des sports de nature jouent sur la localisation des professionnels** de l'encadrement en tant que lieux où pratiquer **personnellement et professionnellement**.

Les sites ne déterminent pas uniquement la localisation des entrepreneurs dans une dimension commerciale, mais aussi leur localisation sur une seconde dimension sportive. Les sports de nature sont encadrés par des professionnels avant tout pratiquants "éclairés", qui utilisent parfois ces activités comme un moyen de vivre localement d'une passion et qui recherchent donc aussi une offre de sites sportifs leur correspondant.

En outre, il existe en Ardèche des lieux où les espaces de pratique et l'offre marchande se rencontrent quantitativement. Ils marquent une forme de compétitivité touristique et sportive de nature basée sur l'attractivité entrepreneuriale et locale de ce secteur et se caractérisent donc par l'existence de liens entre les logiques spatiales de la ressource et celles des entrepreneurs. Il s'agirait d'une confirmation que l'économie locale des sports de nature se constitue de plus en plus comme une industrie où les coûts et les localisations correspondent à des positionnements stratégiques ou productifs.

Dans ce cadre, l'accès à la ressource naturelle n'est pas neutre. Si l'environnement naturel peut ressembler à un bien public, dont l'utilisation serait théoriquement libre, sa valorisation ne peut objectivement se concevoir sans des frictions pouvant nécessiter des droits d'accès, des conventions d'usage.

L'accès à la ressource naturelle doit s'opérer dans le respect d'un cadre réglementaire, législatif et suppose que cette ressource soit découverte puis équipée pour accueillir une pratique commerciale. Ainsi, ce processus d'appropriation puis de gestion est essentiel pour pouvoir utiliser commercialement ces espaces sportifs.

Les entrepreneurs sont donc soumis à cette institutionnalisation des espaces de pratique. C'est donc bien dans ce cadre, qu'ils recourent aux syndicats locaux ou nationaux. La syndicalisation permettrait alors aux entrepreneurs de peser sur l'institutionnalisation des espaces de pratique, de pérenniser leurs activités et de tenter d'influer sur la gestion des enjeux économiques. Enjeux qu'ils participent à faire émerger continuellement en faisant évoluer leurs offres et les cadres spatiaux et naturels dans lesquels elles s'inscrivent. Enfin, les entrepreneurs s'intègrent à des logiques commerciales et spatiales différentes en fonction des activités qu'ils marchandent et de leurs potentiels touristiques.

### **5.1. Les logiques spatiales de répartition des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche : logiques touristiques**

Il y a plusieurs logiques spatiales dans la répartition globale des entrepreneurs des sports de nature dans le département de l'Ardèche.

La première de ces logiques structurantes positionne le sud du département comme le principal foyer d'implantation de ces entrepreneurs. Si les quelques villes du département et leurs alentours sont pourvus en encadrants, c'est surtout la basse vallée de l'Ardèche, entre Aubenas et Pont-Saint-Esprit, qui regroupe le plus grand nombre de prestataires installés localement.

Malgré l'image d'une attractivité récréative et touristique forte pour les espaces ruraux du département (C.D.T. de l'Ardèche, 2008), ceux-ci bénéficient peu de la localisation de professionnels des sports de nature. Cela correspond à l'expression de la dépendance entre le volume de la population locale et ces entrepreneurs. Toutefois, une majorité de professionnels de ce secteur s'implante en sud-Ardèche, à proximité immédiate des hauts lieux touristiques.

L'analyse de la carte thématique suivante illustre une proximité structurelle entre les logiques spatiales des hébergements touristiques et celles des entrepreneurs des sports de nature. Il n'y a cependant pas de dépendance statistique globale entre ces deux indicateurs<sup>82</sup>. En effet, les professionnels des sports de nature ne sont pas très nombreux dans chacune des communes, leur nombre ne variant pas beaucoup, au contraire de la densité d'hébergements touristiques qui évolue assez radicalement entre les communes peu et très touristiques.

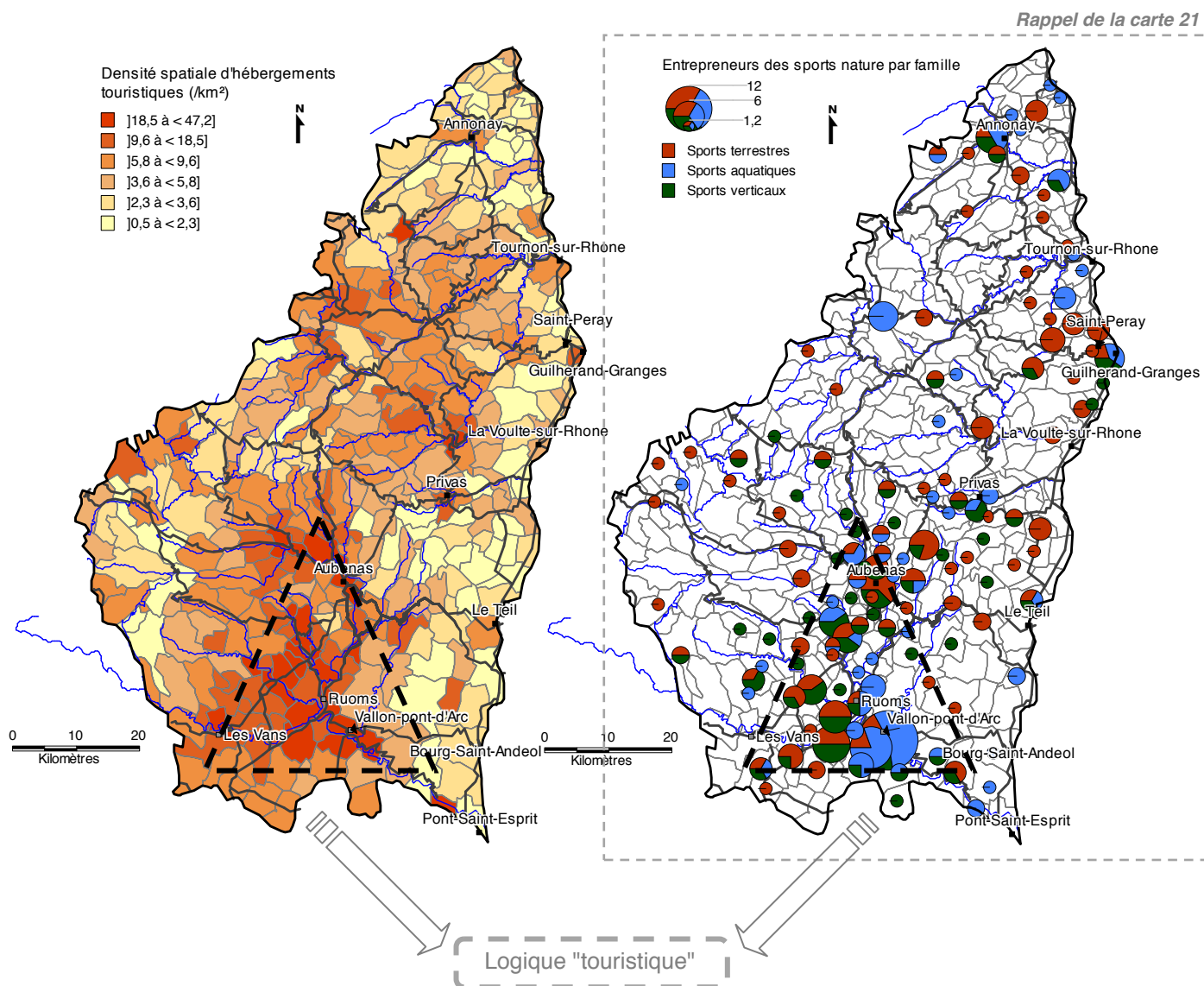
Seule une petite partie des entrepreneurs des sports de nature s'installe dans des espaces ruraux, peu ou pas touristiques du département de l'Ardèche. L'ouest et le nord du département sont particulièrement délaissés, à l'exception de certaines communes faiblement touristiques.

Un corridor touristique entre Aubenas et Vallon-Pont-d'Arc se dessine, où toutes les familles de sports de nature, dans leur diversité, sont implantées.

---

<sup>82</sup> Le coefficient de corrélation est de 0,37 entre les entrepreneurs des sports de nature et la densité spatiale d'hébergements touristiques par commune en Ardèche (calcul effectué par Sphinx<sup>2</sup>, reproduit en annexe 9)

**Cartes 24 et 21 : Localisation des éducateurs sportifs de nature en Ardèche par famille de pratique face aux hébergements touristiques, par commune en 2009**



Source : I.N.S.E.E., 2008 ; Ministère des Sports, 2010  
Réalisation : Langenbach, 2012

Cependant, la répartition spatiale de ces acteurs présente des singularités internes qui varient en fonction des familles sportives de nature observées.

La lecture des cartes précédentes (cf. cartes 24 et 21) montre que les sports terrestres sont les sports de nature qui se diffusent le plus, commercialement, dans le département de l'Ardèche. Ils sont présents à proximité ou dans les centres touristiques ainsi que dans les territoires ruraux périphériques où sont situés les sites sportifs de ce secteur. Il n'y a pas de



dépendance statistique, dans ce cas, entre les hébergements touristiques et ces opérateurs économiques (cf. annexe 4). Cette répartition spatiale correspondrait à la fois à une logique de valorisation des milieux naturels et ruraux (Mignotte, 2004) et à une logique de services touristiques. Ces prestataires sont répartis de manière relativement homogène sur l'intégralité des espaces qui les accueillent. Cette tendance est en partie liée à la répartition spatiale des entrepreneurs de l'équitation, elle-même motivée par l'implantation des infrastructures équestres (Vial, 2009). En matière d'équitation, « le milieu naturel revêt un caractère secondaire, même si le cadre paysager et l'environnement naturel peuvent participer à la qualité de la prestation. La localisation de l'équipement [et des professionnels l'utilisant] repose ici sur un choix délibéré, rationnel, orienté par des impératifs de commercialisation d'un service sportif » (Mao, Bourdeau, 2008). Les entrepreneurs du tourisme équestre sont dans une logique de services sportifs.

Les encadrants professionnels des sports de nature verticaux sont en très grande majorité présents sur le territoire du sud-Ardèche. Ces familles d'activités sont emblématiques de la mise en marché des sports de nature (Perrin et al., 2003). Le canyoning, l'escalade et la spéléologie correspondent à une image largement diffusée de la récréation en milieu naturel<sup>83</sup>. De plus, ces prestations sont liées, voire intégrées à des produits touristiques commercialisés en sud-Ardèche<sup>84</sup>. Les entrepreneurs détaillent ce lien entre les lieux de l'offre touristique, et donc d'une demande potentielle de services touristiques et sportifs, et l'activité du canyoning qu'ils proposent en priorité :

« *Le canyon c'est surtout pour les touristes, pour les grands campings comme le Domaine d'Imbours* » (Extrait de l'entretien n°3)

Cette logique semble donc bien correspondre, chez eux, à une localisation tenant compte de la demande pour des services touristiques et sportifs de nature.

« *Le principal produit qu'on vend, c'est le canyon, c'est le plus ludique pour les clients. Les touristes qui passent devant la boutique (au centre de Vallon-Pont-d'Arc, ndlr) choisissent en grande majorité le canyon* » (Extrait de l'entretien n°8)

<sup>83</sup> Cette affirmation se base sur l'analyse documentaire des documents touristiques officiels publiés par les comités départementaux du tourisme en France. L'image des sports de nature y est très présente sous la forme de ces activités (Mao et al., 2009)

<sup>84</sup> Analyse documentaire des plaquettes de présentation des prestations touristiques et sportives de nature verticales en Ardèche, obtenues dans les offices du tourisme du département ou directement auprès des entrepreneurs

Néanmoins, la dépendance statistique entre la présence d'hébergements touristiques et la localisation des entrepreneurs ne peut pas être significative, puisqu'à l'échelle du département et de tous les prestataires des sports de nature, les entrepreneurs verticaux et les communes dans lesquelles ils sont implantés sont minoritaires. Cet échantillon est trop limité pour pouvoir montrer une tendance statistique. Dès lors, seule la lecture de la carte précédente montre bien des proximités géographiques entre l'économie touristique et les prestations sportives de nature verticales en Ardèche. Le canyoning, tout comme les sports de nature au sens strict, constitue donc « une offre d'accompagnement et de diversification » touristique (Pigeassou, 1997).

Enfin, les prestataires des sports aquatiques marquent eux aussi les lieux d'implantation de l'économie touristique en se polarisant très fortement sur les communes touristiques à proximité des Gorges de l'Ardèche. Les entrepreneurs des sports aquatiques sont plus nombreux que ceux des sports verticaux (89 contre 78), mais sont répartis de manière encore plus déséquilibrée. En effet, ils se regroupent en très grande majorité en sud-Ardèche (basse vallée de l'Ardèche), tandis que quelques professionnels sont installés le long de la vallée du Rhône ou au nord-ouest du département.

Cette tendance majoritaire illustre très fortement la filière touristique et sportive de nature aquatique au rôle récréatif central en Ardèche et plus localement en sud-Ardèche. Ce marché prend la forme d'une filière industrielle qui intègre des loueurs de matériels, des hébergements, de la restauration et des transports touristiques, un syndicat des loueurs d'embarcations, un centre de formation et surtout des prestataires d'encadrement. Ainsi, la logique spatiale de ce groupe d'entrepreneurs est très clairement touristique et commerciale. Néanmoins, cette activité est restreinte à quelques communes et se développe exclusivement sur deux ensembles naturels et paysagers : les Gorges de l'Ardèche et du Chassezac. Ces deux espaces sont très proches et accessibles depuis Vallon-Pont-d'Arc ou ses alentours.

Si les prestataires sportifs de nature ne font pas preuve d'une proximité statistique avec les lieux d'implantation de l'économie touristique en Ardèche, il existe néanmoins des proximités géographiques très marquées avec cette approche cartographique et thématique. Les espaces touristiques interviennent donc dans chacune des logiques de localisation des familles sportives de nature de ce département, mais structurent particulièrement l'offre de services touristiques et sportifs aquatiques, puis dans une moindre mesure, verticaux.

## **5.2. Les logiques spatiales de répartition des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche : logiques présentielle**

Les entrepreneurs des sports de nature ne se localisent pas uniquement selon des logiques touristiques, mais aussi suivant une logique de services. Dès lors, l'offre marchande d'encadrement des sports de nature serait, dans ce cas répartie, spatialement d'une manière semblable aux sports traditionnels. Les sports traditionnels, et les professionnels qui les encadrent sont, en effet, répartis suivant les infrastructures ou les équipements sportifs sur lesquels ils pratiquent. Ces équipements sont, quant à eux, répartis spatialement en fonction des populations résidentes (Augustin et *al.*, 2008). Le recours à un parallèle avec les professionnels des sports traditionnels permet donc d'identifier les effets d'une logique de services, liée aux "pratiquants présents", dans la répartition spatiale des professionnels des sports de nature.

Comme cela vient d'être démontré, les entrepreneurs de l'encadrement dans les sports de nature se répartissent spatialement de manière différenciée au sein des sports de nature. Il est aussi possible d'ajouter qu'ils se différencient au sein du sport en général (Bouhaouala, 1999). Ces prestataires d'encadrement marchand cherchent à se localiser en fonction de logiques qui leur sont propres. Les entretiens exploratoires menés auprès des entrepreneurs ardéchois de ce secteur ont montré qu'ils ne considéraient pas la demande scolaire et associative suffisamment importante pour justifier une localisation. Par ailleurs, les volumes de publics encadrés, déclarés par les entrepreneurs, montrent que c'est bien la demande commerciale, touristique qui structure l'activité d'encadrement en Ardèche (entretiens exploratoires<sup>85</sup> ; S.N.A.P.E.C., 2009).

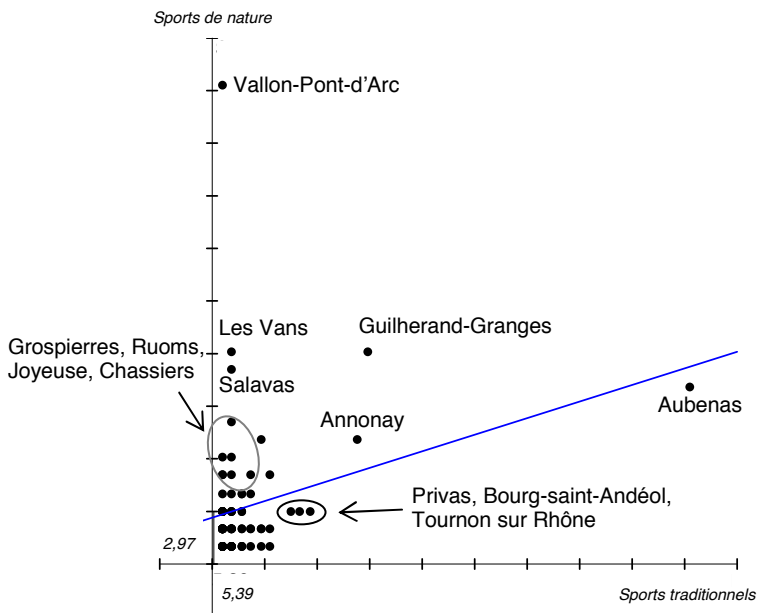
Toutefois, les logiques sociospatiales de ce groupe d'entrepreneurs peuvent quand même, en partie, suivre celles de la professionnalisation du sport, tels l'encadrement sportif de haut niveau, l'encadrement sportif associatif ou scolaire, et donc une logique de services. Il convient donc de différencier ce qui relève de ces logiques chez les entrepreneurs des sports de nature pour renforcer les dynamiques mises en lumière précédemment ainsi que la spécificité des espaces de l'économie des sports de nature dans le territoire rural de l'Ardèche.

---

<sup>85</sup> Les chiffres déclarés varient fortement d'un entrepreneur à l'autre et les biais présentés dans le chapitre 3 (3.1.2.) s'appliquent à ces informations. La présentation de ces chiffres n'a donc aucun sens ici.

89 des communes d'Ardèche possédant des professionnels du sport (207 sur 339 communes ardéchoises au total, 43 %) ne le sont qu'avec des professionnels des sports de nature. A l'inverse, seules 35 communes (16,9 %) n'ont que des professionnels des sports traditionnels. Il n'y a pas de dépendance significative globale entre ces deux indicateurs. Cependant, la représentation des nombres de professionnels sportifs et sportifs de nature suivant deux axes montre des regroupements de communes où ces deux indicateurs ont des volumes proches. La figure 5 montre ces logiques spatiales spécifiques, pour lesquelles le nom des communes est indiqué et les principaux regroupements représentés.

**Figure 4 : Corrélation entre le nombre de professionnels des sports de nature et des sports traditionnels par commune en Ardèche en 2009<sup>86</sup>**



Source : Ministère des Sports, 2010  
Réalisation : Langenbach, 2012

L'ensemble des communes ardéchoises forme un nuage de points, une distribution relativement hétérogène dont la dynamique médiane est représentée par la droite de régression. Les communes particulièrement peuplées, qui composent la façade rhodanienne et les pôles urbains du département (Annonay, Aubenas, Privas), se répartissent autour de cette

<sup>86</sup> La dépendance n'est pas significative. L'équation de la droite de régression : "professionnels des sports de nature = 0,17 \* professionnels des sports traditionnels + 2,67". Le coefficient de corrélation est de : 0,28 (la variable "professionnels des sports traditionnels" explique 7 % de la variance de la variable "professionnels des sports de nature"). L'écart-type du coefficient de régression est égal à 0,07. Chaque observation est représentée par un point (source : Logiciel Sphinx<sup>2</sup>).

droite de régression. Elles font preuve d'une dépendance statistique entre leurs nombres d'encadrants sportifs traditionnels et de nature.

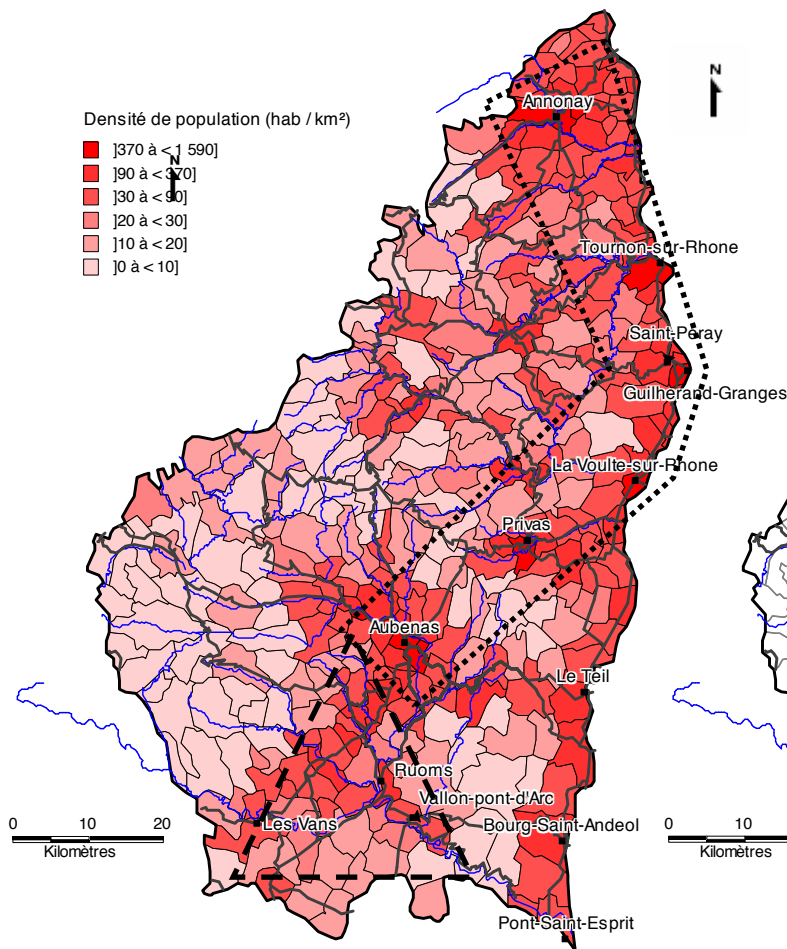
Ces communes se rapprochent de ce point d'équilibre statistique entre les professionnels des sports traditionnels et ceux des sports de nature. Cela signifie que le nombre de professionnels des sports traditionnels y explique en partie celui des encadrants dans les sports de nature. Ainsi, les sports de nature n'ont quasiment pas de spécificités structurelles, dans ces espaces, et ne s'y démarquent pas au sein de l'encadrement sportif. Ils s'inscrivent eux aussi dans une logique de services (Grasset, 1999) au sein de la population présente tout comme les professionnels des sports traditionnels. Les entrepreneurs des sports de nature localisés dans, ou à proximité des centres urbains du département de l'Ardèche recherchaient alors cette logique de services.

Toutefois, cette logique est plus marginale pour les sports de nature que pour les sports traditionnels. En effet, la densité de population explique statistiquement, de manière globale, les lieux d'implantation des professionnels des sports traditionnels (cf. annexe 7)<sup>87</sup>. Mais, elle ne démontre pas de dépendance statistique globale et significative dans le cadre des sports de nature. La lecture comparée des cartes suivantes (25 et 26) montre cette absence de liens entre la densité de population et les seuls entrepreneurs des sports de nature.

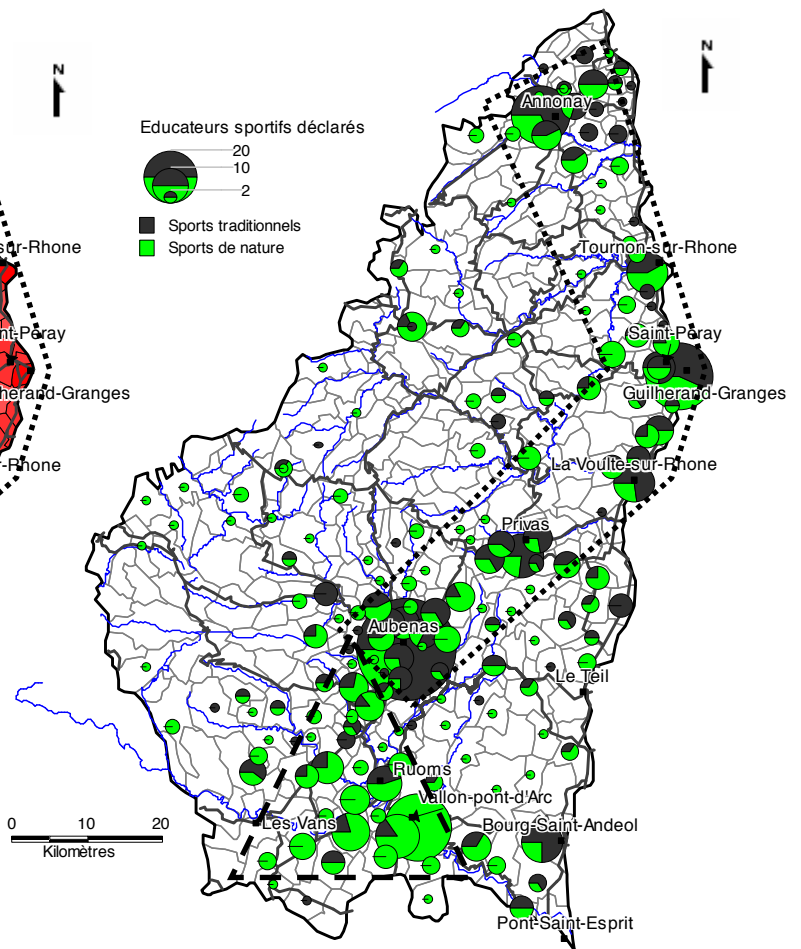
---

<sup>87</sup> Indicateur statistique déterminé avec l'aide du logiciel Sphinx<sup>2</sup>

**Carte 25 : Répartition de la densité de population en Ardèche en 2008**



**Carte 26 : Répartition des professionnels des sports en Ardèche en 2009**



Légende :

Lieux d'implantation de la  
logique **touristique**

Lieux d'implantation de la  
logique de **services**

Source : I.N.S.E.E., 2008 ; Ministère des Sports, 2010  
Réalisation : Langenbach, 2012

Ces cartes montrent bien une opposition entre des logiques touristiques et de service. Les communes emblématiques du territoire touristique et sportif du sud-Ardèche sont fortement marquées par les seuls éducateurs sportifs de nature, et particulièrement ceux des sports de nature verticaux (cf. section 5.2., page 168).

En considérant qu'il y a plus d'éducateurs sportifs de nature en Ardèche que d'éducateurs traditionnels en 2009 (302 contre 240 ; Ministère des Sports, 2008), ceci confirme que, bien qu'en sous-nombre les communes marquées par les seuls sports de nature

le sont avec une forte concentration. La comparaison de ces deux cartes (cf. cartes 25 et 26) montre le regroupement des professionnels des sports traditionnels dans les espaces les plus peuplés du département : entre Aubenas, Privas puis Annonay et en passant par le couloir rhodanien.

Les sports traditionnels ont besoin d'infrastructures sportives particulièrement regroupées dans les zones urbaines (la répartition spatiale des gymnases, piscines, terrains de sport, correspond principalement au volume de population locale) pour s'implanter (Augustin et al., 2008).

Cependant, les sports de nature s'affranchissent, la très grande majorité du temps, de ces infrastructures qui accompagnent le développement du sport comme un service collectif (Mao, 2003). La seule exception est représentée par les structures artificielles d'escalade et les stades d'eaux-vives (Bessy, Hillairet, 2002) où les sports de nature nécessitent des infrastructures de type urbain (artificialisation, transposition géographique).

Dès lors, la localisation des prestataires, des professionnels de l'encadrement, répond en partie aux ressources présentes localement, mais aussi aux logiques sociales de ce groupe d'acteurs. Les dynamiques de localisation des entrepreneurs des sports de nature se démarquent dans l'encadrement sportif par un affranchissement global des logiques de service (leur localisation ne suit pas les hétérogénéités de peuplement), par une logique marquée par le milieu rural, où ils sont très implantés alors que ces territoires sont aussi équipés en infrastructures sportives traditionnelles, et par la formation de pôles d'agglomération sportifs de nature. Elles illustrent bien un regroupement local qui esquisse les contours de la destination touristique sportive de nature ardéchoise.

### **Conclusion du cinquième chapitre :**

Les logiques de localisation des espaces de pratique supportant localement les sports de nature tiennent à la fois compte de la culture, du lien social, de l'économie et du milieu physique spécifiques à ces activités en Ardèche.

Dès lors, suivant la place qui a été parfois celle de l'espace au sein des théories économiques, les espaces sportifs sont un facteur de production de l'offre locale de sports de nature. Ils le sont à la fois sur le plan culturel en conditionnant l'ambiance productive locale (Pecqueur, 2000), sur le plan matériel en conditionnant les rapports de distance et d'accessibilité à une ressource naturelle (Claval, 2005) et sur le plan social en participant à la constitution de groupes selon une idéologie partagée de l'accès à ces espaces. Ainsi, les logiques spatiales de répartition de ces lieux sont intégrées aux conditions locales de production de sports de nature en Ardèche. Ces activités commerciales marquent en retour la disposition spatiale de ces espaces sportifs, informellement, via les acteurs économiques locaux, ou formellement, via l'action des collectivités territoriales à destination de la filière locale des sports de nature.

Le marché des sports de nature se forme à la croisée de plusieurs influences. Celles-ci permettent une première analyse bi-variée, entre la localisation des entrepreneurs et la ressource naturelle, la demande touristique ou la population présente) qui fait apparaître des logiques spatiales spécifiques.

Celles-ci permettent alors d'introduire dans le chapitre suivant, le chapitre 6, une dimension spatiale puis territoriale à l'économie des sports de nature puisque des espaces se forment et des rapports de proximité et d'éloignement apparaissent entre les éléments du marché des sports de nature.





## **Chapitre 6. D'une géoéconomie à une lecture par l'économie territoriale du tourisme sportif de nature en Ardèche**

Les logiques spatiales apparues dans les deux chapitres précédents montrent que l'espace occupe une place importante dans l'économie des sports de nature en Ardèche. Il est non seulement un facteur de différenciation, mais aussi un facteur de production et une barrière à franchir pour que les entrepreneurs et leurs clients se rencontrent.

Dès lors, ce sixième chapitre est tout d'abord l'objet d'une approche géoéconomique de l'espace dans le marché de l'encadrement sportif de nature en Ardèche. Les entrepreneurs intègrent la distance dans leurs modes de commercialisation.

Toutefois, l'espace n'est pas qu'un élément possédant une valeur, une métrique, mais il est aussi un lieu d'ancrage pour des entrepreneurs qui l'utilisent pour rendre leurs offres plus compétitives. Dès lors cet ancrage indique qu'un territoire économique se forme autour des sports de nature marchands, les entrepreneurs se territorialisent et tendent à territorialiser leurs offres.

Ainsi, la seconde partie de ce chapitre propose une lecture du marché de l'encadrement sportif de nature par le territoire, et plus particulièrement par l'analyse des modes de constitution d'une ressource territoriale sportive de nature en lien avec l'économie touristique. Cette approche permet de voir apparaître des territoires économiques des sports de nature dont les caractéristiques évoluent en montrant des oppositions entre des centres touristiques et des périphéries sportives de nature.

### ***6.1. Lecture géoéconomique des logiques spatiales de la marchandisation de l'encadrement sportif de nature***

En Ardèche, le marché des sports de nature constitue un objet mobilisant les actions d'opérateurs situés. Il est marqué par les rapports qu'entretiennent ces derniers avec leur support spatial. Une approche de géographie économique y permet une lecture des « obstacles auxquels se heurtent les producteurs et indique ce qui, parmi eux, est dû à la nature et ce qui tient aux institutions ; elle montre comment les paysages et l'ordonnance des groupes les uns par rapport aux autres résultent des décisions prises afin de tirer le meilleur parti des

ressources » (Claval, 2005). Elle introduit une lecture des combinaisons entre les facteurs environnementaux, sociaux et institutionnels qui participent à la formation des pôles de compétitivité.

La géoéconomie permet d'adopter un point de vue prenant du recul vis-à-vis des mécanismes spatiaux et parfois dogmatiques de l'économie. Elle permet de les aborder comme autant de jeux, d'échanges et d'effets qu'aurait l'économie avec et sur l'espace. Objet récent au sein des sciences que sont la géographie et l'économie, le marché des sports de nature rend possible cette relecture géoéconomique en illustrant l'existence locale de rapports multiples et matériels entre plusieurs types d'espaces centraux et périphériques. Cette étude s'ancre dans une approche empirique de géoéconomie des sports de nature en Ardèche.

La réduction mathématique du fonctionnement du marché et des points d'équilibre entre l'offre et la demande, présente dans les principales écoles de pensée économiques, classique et néo-classique, est un principe trop limitant pour une approche géographique de l'économie. Il ne permet pas originellement de postuler que l'espace est avant tout un construit social apportant de la complexité. Cette position constructiviste implique des effets concordants de l'intentionnalité des acteurs et de la rationalité de leurs comportements.

On s'accorde désormais sur l'idée que l'espace est plus qu'un élément donné en économie, mais il est aussi un ensemble construit par des acteurs. Dans ce cadre, l'économie sera en premier lieu un ensemble d'interrelations entre des acteurs à caractère économique. C'est cet ensemble d'interactions et ses inscriptions spatiales qui sont matérialisés dans ce travail. Cette problématique, certes d'inspiration classique en géographie, permet une analyse puis une modélisation du fonctionnement économique des espaces ruraux soumis aux enjeux marchands des sports de nature.

Les outils de la géographie serviront ainsi à décrypter les processus à l'œuvre dans un champ en émergence, la géoéconomie territoriale des sports de nature.

### 6.1.1. L'espace économique des sports de nature

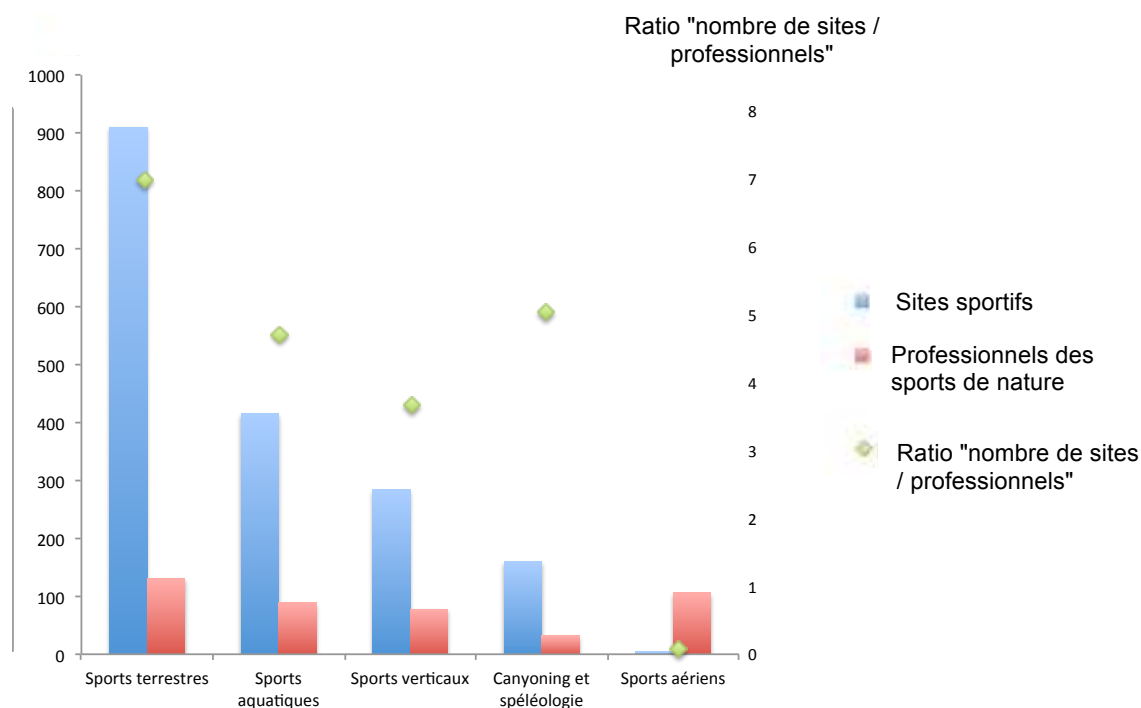
Les espaces et les sites sportifs de nature sont les supports d'activités sportives qui sont pratiquées soit de manière libre ou autonome, soit encadrée. Ils sont donc nécessairement soumis à des enjeux économiques variables. Selon les variations locales du niveau de recours à l'encadrement, les espaces sportifs sont soumis à des enjeux économiques parfois contingents des volumes de fréquentation potentiels. La fréquentation globale comprend tous les modes de pratique et ne permet que très difficilement de discerner les modes de pratique (Delcourt, Guichard, 1999 ; Blin, 1997 ; Guillot, 1997). Ce sont donc les caractéristiques socioculturelles de la fréquentation touristique et sportive de nature qui consolident la circulation des capitaux via la marchandisation des activités sportives.

Le nombre d'espaces sportifs de nature présents en Ardèche n'est pas systématiquement lié au nombre d'entrepreneurs de l'activité correspondante. La comparaison de ces indicateurs montre que les opérateurs économiques ne sont pas structurants de l'offre locale d'espaces sportifs, ou qu'ils sont en capacité d'exercer localement sur un nombre restreint, mais suffisant de sites et qu'il n'y a donc pas de relations proportionnelles entre leurs activités et la ressource naturelle.

Cependant, les lieux sportifs sont hiérarchisés (Bourdeau, 2002 ; Mao, 2003) et certains d'entre eux sont bien plus fréquentés lorsqu'ils présentent des caractéristiques particulièrement favorables à la pratique libre ou marchande (Decarnin, 1999). Cette liaison quantitative doit être pondérée par les inégalités d'application de la fréquentation dans les différents sites sportifs ardéchois, par effets de mode, conflits d'usage, dégradation des milieux naturels...

La lecture du graphique suivant (cf. graphique 11) souligne le lien entre le nombre de sites départementaux et les prestataires présents et déclarés localement pour chaque famille sportive par l'exploitation d'un ratio entre ces deux indicateurs. Celui-ci introduit un premier rapport quantitatif entre les entrepreneurs, leurs offres marchandes et les sites de pratique ou de production sur lesquels ils exercent.

**Graphique 11 : Nombre d'espaces sportifs et de professionnels des sports de nature en Ardèche et ratio**



Source : Ministère des Sports, 2010, D.D.C.S.P.P. 07, C.G. 07, 2009  
Réalisation : Langenbach, 2012

Le canyoning est l'activité où la marchandisation est la plus structurante localement suivant la forte proportion des pratiquants qui y évoluent encadrés (Perrin, 2007). Elle est également celle où le ratio entre le nombre de sites et de professionnels est le plus fort en faveur des entrepreneurs. On a choisi de séparer le canyon et la spéléologie pour bien illustrer la dynamique spécifique de ces activités face aux sports de montagne et surtout au sein des sports de nature en général.

Le coût de la pratique du canyoning joue un rôle dans cette dynamique où le matériel nécessaire est important et dédié à cette seule pratique (Rigolet, 1995). Toutefois, il paraît plus rentable économiquement et techniquement, du fait des techniques d'évolution et d'assurance spécifiques, pour les touristes ou les profanes d'accéder à une prestation d'encadrement que d'acquérir les moyens d'évolution sportifs libres au sein de ces activités. La vigueur de la demande explique donc en partie celle de l'offre. Les canyons du département de l'Ardèche sont les espaces sportifs de nature les plus soumis à une activité économique marchande : le ratio est de cinq sites sportifs pour un professionnel de l'encadrement du canyon en Ardèche, contre quatre espaces pour un professionnel sportif de nature en moyenne.

Les activités terrestres (cyclisme, équitation, randonnée pédestre) s'appuient sur des espaces sportifs marchands très nombreux et répartis de la manière la plus homogène au regard de toutes les activités sportives de nature présentes localement. Ils impliquent un flux de fréquentation important et une diffusion des activités sportives marchandes proportionnelle, vers une plus large portion du territoire ardéchois. Les espaces sportifs de la randonnée et du cyclisme sont des vecteurs importants d'économie touristique diffuse (Godard, Torrente, 1999).

Enfin, le cas du vol libre semble singulier puisque les espaces sportifs dédiés sont peu nombreux. Ces activités nécessitent quasi obligatoirement une initiation faite par un encadrant diplômé, soit au sein d'un club, soit lors d'une prestation commerciale pour pouvoir gagner son autonomie (Jorand, 2000). Les espaces sont donc potentiellement des points de fixation d'une activité économique sportive de nature marchande.

Cette approche de l'Ardèche souligne la "productivisation" des espaces sportifs de nature en milieu rural ainsi que les spatialités des entrepreneurs. Les effets de cette productivisation varient en fonction des activités sportives considérées tandis qu'elle constitue systématiquement un moyen de diffusion territoriale des capitaux économiques touristiques. Ceux-ci sont alternativement dilués au sein des territoires ruraux ou re-concentrés dans des régions économiques faites d'espaces sportifs de nature où ils participent à l'économie touristique et contribuent à l'émergence de déséquilibres sociaux et économiques (Bourdeau, Rotillon, 1996).

Les espaces sportifs du canyoning sont les principaux supports d'une activité sportive de nature marchande avec 33,33 % des prestations commerciales d'encadrement relevées en Ardèche auprès de l'échantillon valorisé. Cette activité centrale est fréquemment déclinée en demi-journées (40 % des prestations recensées sont proposées à la demi-journée) et permet donc de vendre plus de prestations en une seule journée. Cela souligne bien le caractère fondamental, pour l'équilibre économique des encadrants, des prestations de canyoning. Les entrepreneurs qualifient parfois le canyoning d'activité "alimentaire" :

« Pour moi le canyon c'est alimentaire, ce que je recherche c'est l'encadrement de l'escalade, de la grande voie » (Extrait de l'entretien n°6)

Ils semblent, par ailleurs, attirés personnellement par un autre type d'activité (l'escalade de grande voie dans ce cas).

Ces entrepreneurs sont originellement diplômés en spéléologie ou en escalade et doivent passer une qualification supplémentaire pour le canyoning. Une grande majorité des prestataires rencontrés en Ardèche indique encadrer en canyoning suivant la logique présentée. Dans le même cadre, l'escalade est proposée à 73,6 % à la demi-journée afin, d'après les entrepreneurs de l'encadrement, de proposer un produit suffisamment ludique à des clients non intéressés par une prestation à la journée jugée par les mêmes clients difficile et effrayante. Ce constat est fait par les entrepreneurs eux-mêmes :

*« Personne ne veut faire de la grande voie, c'est trop dur et trop long, et pourtant ce sont de loin les plus beaux itinéraires » (Extrait de l'entretien n°8)*

Les entrepreneurs adaptent donc localement les activités afin qu'elles correspondent un maximum à la demande touristique.

Les entrepreneurs des sports de nature jugent que celle-ci tend vers des pratiques faciles et flexibles spatialement et temporellement.

En recourant à l'encadrement, les pratiquants tentent d'accéder à des pratiques que les représentations collectives rendent attractives (publicités, images de la presse sportive) mais qui sont techniquement trop avancées (Rifkin, Saint-Upéry, 2005).

### **6.1.2. Le coût de la distance dans les sports de nature marchands en Ardèche**

L'activité économique induite par les sports de nature se diffuse, tout comme les pratiques sportives de nature, à l'intérieur des espaces ruraux. Pour en comprendre les inscriptions géographiques, il faut s'engager dans une géographie s'appliquant à la recherche des inscriptions complexes de ces activités au sein des territoires ruraux.

Les lieux d'accumulation des capitaux économiques et des touristes ne sont plus nécessairement standardisés et les sports de nature suivent cette recherche de lieux spécifiques

permettant un engagement sportif vis-à-vis des milieux naturels et ruraux. Dès lors, les rapports entre les coûts des prestations sportives de nature et l'éloignement vis-à-vis des centres touristiques constituent une première manière d'illustrer les mouvements tangibles de différenciation spatiale de l'économie marchande des sports de nature en Ardèche.

L'indicateur qui est mobilisé ici est composite et construit grâce à la différence vis-à-vis de la moyenne des prix de 122 prestations sportives de nature séparées par durée (demi-journée et journée) et par pratique (canyoning, escalade, via ferrata, spéléologie). Il s'exprime en pourcentage pour chaque commune d'Ardèche. Il permet de s'affranchir des mécanismes socioculturels propres à chacun des entrepreneurs dans le choix de leur localisation pour obtenir une visualisation des effets que celle-ci peut avoir sur le prix des prestations.

Dans le cadre d'une activité de services, comme l'encadrement dans les sports de nature, il est possible que le prix des prestations, supporté par les clients, tienne compte de la distance. Bien souvent, le prix des prestations proposé s'approche du tarif indiqué par le syndicat professionnel représentant le secteur, mais il diverge parfois légèrement. Ainsi, il semble pertinent de modéliser ces évolutions localisées pour analyser la position des entrepreneurs face à la rationalisation de leurs coûts. Ceux-ci semblent réfléchir plus qu'ils ne l'indiquent à la politique tarifaire à adopter. Dès lors, l'espace et donc, dans ce cas, la distance peuvent être des facteurs d'ajustement commerciaux (Claval, 2005).

Ainsi, aucune augmentation forte du prix des prestations n'est visible au niveau des pôles touristiques du sud-Ardèche (Les Vans, Vallon-Pont-d'Arc). Toutefois, les seuls endroits où les prix appliqués sont nettement supérieurs sont les espaces d'entre-deux : entre centres urbains (Aubenas) et territoire rural profond (sud-est du département), et entre centres urbains eux-mêmes (Aubenas et Montélimar/Le Teil). Cela semble donc indiquer que la distance entre le lieu d'implantation des prestataires et le lieu de regroupement de la demande (Les Vans, Vallon-Pont-d'Arc) joue un rôle sur le coût des pratiques sportives. Les indications des entrepreneurs montrent cette tendance :

« *Le prix est, dans ce cadre, fixé en considération du lieu où l'on emmène les clients (distance et type de milieu)* » (Extrait de l'entretien n°7).

Les communes très touristiques du sud-Ardèche (Ruoms, Vallon-Pont-d'Arc) font toutefois preuve de tarifs pratiqués localement légèrement supérieurs à la moyenne. Ils seraient ainsi les signes d'une demande forte pour une offre plutôt faible. En revanche, les communes où les



tarifs pratiqués sont nettement en deçà des moyennes de chacune des prestations sont toutes en périphérie de la région touristique et sportive de nature.

Dès lors, cela indique à la fois que les prestataires qui sont éloignés des lieux de concentration des touristes et de la demande doivent descendre leurs tarifs pour rester attractifs et que la distance constitue bien un facteur d'hétérogénéité dans le marché de l'encadrement des sports de nature.

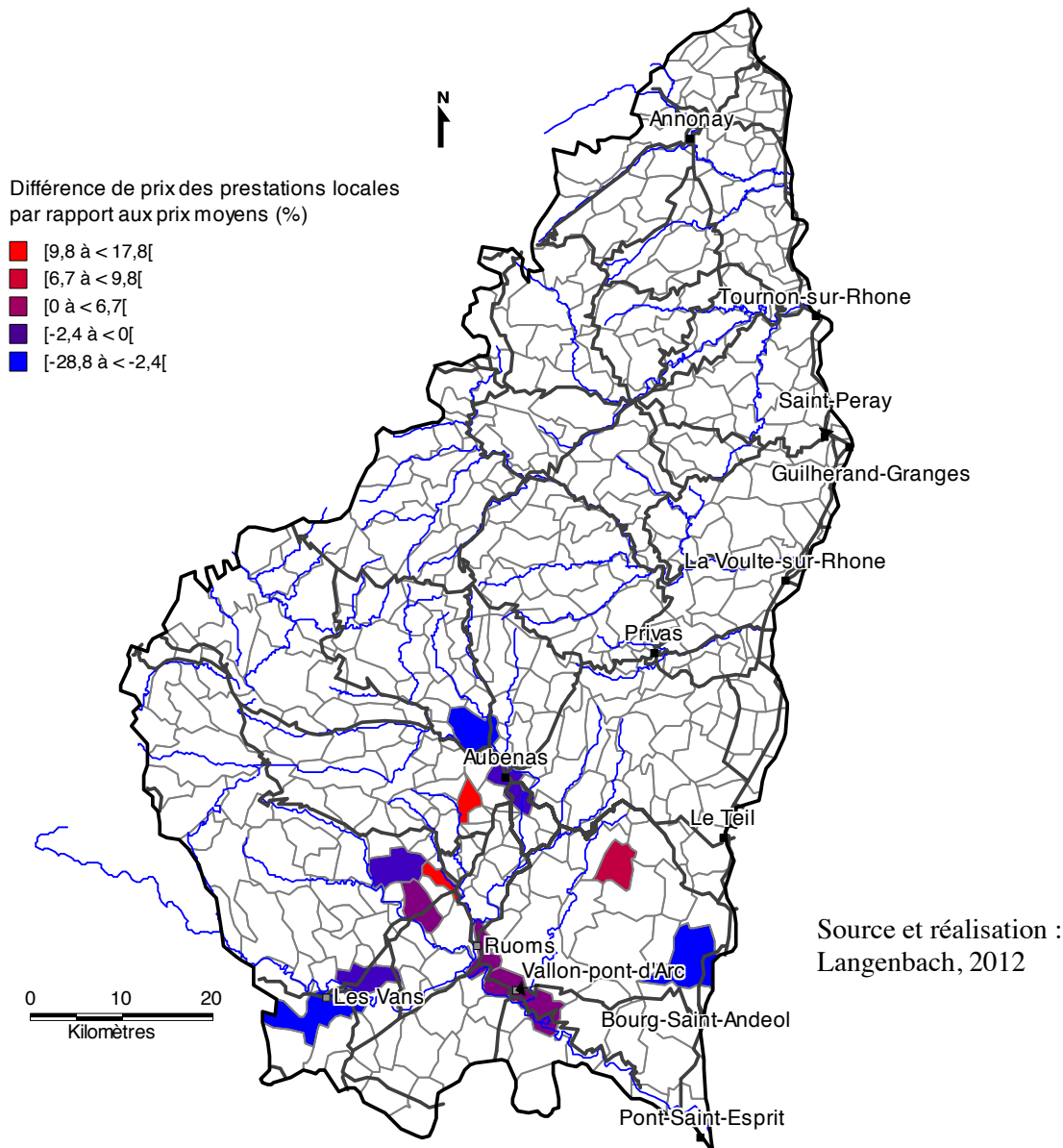
Les entrepreneurs sont conscients du rôle de la distance dans la marchandisation de leurs activités et ils peuvent aller jusqu'à en tenir compte dans leur lieu d'implantation professionnelle.

*« Autour du Chassezac j'ai plusieurs sites qui me permettent d'emmener aussi bien des débutants que des grimpeurs confirmés, c'est pas trop loin, donc pas trop compliqué pour les coûts de transport » Extrait de l'entretien n°8).*

*« Je vais dans des canyons lointains, ça pose pas de problème, environ 1h45 de bagnole depuis Saint Montan (au bord de la vallée du Rhône), mais je peux pas le faire payer aux clients, au contraire même... » (Extrait de l'entretien n°3).*

Néanmoins, la distance n'agit pas automatiquement en faisant augmenter les prix, et donc comme un coût à supporter par le client, mais comme nécessitant une baisse et incomberait alors plutôt au prestataire. Ainsi, si la localisation en périphérie ou à l'extérieur de la région touristique correspond à un choix personnel ou sportif et il comporte un effet sur la marchandisation du ou des activités pour un entrepreneur. Dans ce cadre, cette localisation a un coût qu'il doit lui même supporter.

**Carte 27 : Différence de prix de vente par rapport à la moyenne des prestations sportives de nature par commune en Ardèche en 2008**



La lecture de la carte précédente (cf. carte 27) indique surtout l'existence de positionnements concurrentiels et marketing différents, donc des politiques tarifaires hétérogènes, entre les entrepreneurs présents au sud du département de l'Ardèche.

Ainsi, malgré les modifications des mobilités quotidiennes et récréatives (Viard, 2006), la distance aux lieux de l'économie du tourisme sportif de nature en Ardèche constitue un critère déterminant des conditions de mises en marché des sports de nature. Elle caractérise des manières de se positionner au sein du marché local des sports de nature à travers la définition des tarifs et des politiques commerciales. Enfin, celles-ci restent marquées par les positions personnelles des entrepreneurs des sports de nature et relèvent donc plus de mécanismes socioculturels (Bouhaouala, 2000).

### 6.1.3. L'ancrage local des sports de nature marchands et de leurs opérateurs en Ardèche

Plus de la moitié des entrepreneurs des sports de nature ont indiqué dans les entretiens se référer personnellement et s'identifier aux espaces qu'ils valorisent dans leurs produits sportifs<sup>88</sup>. Ils ont indiqué de manière variable leur territorialisation, pour certains en la circonscrivant.

« *Mon territoire c'est toute l'Ardèche, du Tanargue à la Montagne Ardéchoise en passant par les Gorges* » (Extrait de l'entretien n°2).

Mis à part cet exemple, les entrepreneurs qui indiquent être territorialisés ont uniquement répondu de manière affirmative, indiquant alors une forme de logique dans ce constat de leur ancrage.

Leur activité commerciale est vectrice de flux non seulement financiers, mais aussi culturels qui dotent ces espaces d'une identité particulière. Ils amènent des pratiquants dans des espaces ruraux et naturels qu'ils exposent à des phénomènes d'enculturation (Corneloup, Bourdeau, Mao, 2008). Ils représentent aussi de nouvelles activités économiques pour ces espaces et leur transmettent donc des retombées, des impacts économiques, environnementaux, sociaux, aussi bien positifs que négatifs.

Toutefois, les prestations marchandes d'encadrement sont des moyens pour les entrepreneurs de transmettre des informations, une culture à la fois sportive et locale à un public : des clients.

En retour les espaces ruraux apportent une plus value aux produits sportifs de nature en les ancrant localement avec leurs spécificités géographiques et en leur faisant profiter des marqueurs identitaires nécessaires à la différenciation et à la démarcation dans un marché touristique global. Cette différenciation est constitutive de la différence de potentiel entre deux espaces émetteurs et récepteurs de pratiquants et mobilise l'attractivité vers l'ailleurs touristique. Elle sert à attirer des touristes sportifs de nature.

L'ancrage local des pratiques marchandes peut donc se faire en Ardèche, à la fois par les conditions naturelles qu'offrent les espaces de pratique pour permettre le développement des sports de nature et par les conditions de valorisation par les opérateurs des ressources naturelles sportives.

---

<sup>88</sup> La grille d'entretiens produite en annexe 11 indique le degré de référencement spatial d'ancrage de chacun des entrepreneurs rencontrés.

Il résulte donc d'un investissement partagé et d'une construction commune, puis permet le façonnage de ces ressources spécifiques et transversales : les ressources territoriales. Cependant, des nuances existent puisque pour certains, cette organisation passe par le développement de territoires de projet au sein d'une structure régionale formalisée (Lajarge, 1999 ; Hazebroucq, 1999), tandis que d'autres mettent en avant la constitution de réseaux sociaux dans le développement d'un état d'esprit collectif, d'une identité locale (Castells, 1996 ; Fourny, 2004).

Plus des trois quarts des prestataires de l'encadrement marchand des sports de nature en Ardèche se déclarent ancrés localement, attachés au territoire ardéchois. Néanmoins, seule une moitié de ces entrepreneurs indique que les espaces sportifs de nature ardéchois fournissent une réelle spécificité à leurs offres. Pour présenter leur ancrage, les entrepreneurs indiquent se sentir liés personnellement à l'espace sur lequel ils vivent et exercent. Ils indiquent que cet espace apporte un avantage comparatif à leurs activités marchandes : une spécificité.

« *Je vends vraiment une activité sportive typique à l'Ardèche, et elle me plaît* » (Extrait de l'entretien n°2).

Cela correspond, d'un côté, aux différences de représentations entre leurs pratiques personnelles et professionnelles, qui peuvent être perçues comme indépendamment ancrées ou non ancrées, et d'un autre côté, aux logiques professionnelles de ces prestataires.

Dans le cas des entrepreneurs ancrés, mais auxquels les espaces sportifs ardéchois ne semblent pas fournir de spécificités commerciales, ceux-ci sont très clairement des professionnels inscrits dans une « logique marketing » (Corneloup, Bourdeau, 2002), très mobiles, et dont les spatialités sportives personnelles et professionnelles dépassent en grande partie les frontières du département de l'Ardèche. Les mobilités sportives personnelles et professionnelles sont fortes et omniprésentes dans ce secteur (Paget *et al.*, 2007). Il leur est donc possible de revendiquer et de développer des ancrages locaux professionnels et personnels différents, même si ces deux situations conduisent à fréquenter des espaces sportifs à plusieurs échelles (locale, nationale, internationale). Cette multiplicité des rôles participe donc à la potentielle émergence de conflits d'intérêts dans ce secteur.

Plusieurs institutions permettent, en Ardèche, de développer l'ancrage local des prestations marchandes. Le Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche propose aux prestataires sportifs de nature de labéliser leurs produits sportifs à condition que ces derniers respectent une charte environnementale incluant notamment d'éviter strictement certains espaces naturels sensibles. Dès lors, cette étiquette permet de marquer localement le produit touristique et sportif, de le spécifier et de lui donner une visibilité forte aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur de ces espaces naturels.

De plus, le Conseil Général de l'Ardèche attribue des labels "Évènementiel Sportif Développement Durable" afin de faire correspondre une représentation positive des loisirs sportifs de nature ("durable") avec l'image du territoire accordant le label et permettant aux organisateurs de la manifestation d'appuyer à la fois leur ancrage et les valeurs véhiculées.

Deux prestataires d'activités terrestres ardéchois indiquent qu'ils proposent officieusement à la vente des produits naturels connexes, tels sirops, tisanes, confitures, miels, vins, typiques des espaces naturels de pratique et des régions valorisées dans leurs offres sportives :

*« Je vends aussi des produits dérivés de la cueillette et de la culture des plantes autour de chez moi ». « Je fais gaffe parce que normalement c'est interdit de vendre cela, ça peut être dangereux, j'essaye d'expliquer surtout aux gens comment on prépare tout ça, peu importe ce que je leur vends, c'est surtout une manière d'accompagner les gens vers la nature et de l'interpréter » (Extraits de l'entretien n°10).*

*« Je vends du miel d'Ardèche, que je fais moi même » (Extrait de l'entretien n°7).*

*« Je vends des produits "bios" de producteurs locaux que je connais bien » (Extrait de l'entretien n°2).*

Si cela constitue surtout un complément commercial, c'est aussi un moyen d'appuyer le sentiment de consommation ou de découverte d'un lieu marqué par une image naturelle forte à travers les prestations sportives de nature. Cela illustre l'ancrage des entrepreneurs dans leur espace. Ces prestations sont toutes des prestations de randonnée pédestre qui semblent être les plus adéquates pour permettre un rapport fort, temporel, sensoriel, corporel, avec les espaces naturels lors de leur valorisation (Mignotte, 2004 ; Berthelot et al., 2012).

L'ancrage des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche est loin d'être la norme. Ils agissent au sein du champ de l'entrepreneuriat suivant plusieurs modèles, mais si certains s'ancrent spatialement en profondeur, une grande partie exerce dans ce secteur sans référence

locale et donc de manière a-spatiale. Dès lors, cela confirme la complexité des influences de l'espace dans ce marché. Les entrepreneurs l'utilisent chacun de manière propre en le dotant d'une épaisseur qui leur appartient.

Pour certains, il relève de la distance tandis que pour d'autres il relève de la substance. Les professionnels agissent ainsi, à la fois dans des dimensions sportives et entrepreneuriales, et ils participent alors à l'ancrage des sports de nature au sein de ces deux dimensions.

Cet ancrage est alors le signe que l'économie des sports de nature participe à la constitution d'un territoire et que les entrepreneurs en sont des acteurs. En effet, les sports de nature et leur économie locale sont des objets qui sont pris en charge par les institutions publiques. Dès lors, cet élément est à ajouter à ceux déjà identifiés comme participant à la constitution d'un territoire sportif de nature : l'agglomération d'entrepreneurs, de la ressource naturelle et de la culture sportive.

## ***6.2. Des lieux de pratique aux territoires économiques des sports de nature***

Avant tout, le territoire est porteur d'une forme de complexité liée au rôle de l'espace géographique dans l'économie locale des sports de nature. Le territoire permet d'intégrer en profondeur les relations entre les hommes, les acteurs, dans la construction d'un espace social.

Le territoire considéré ici serait un « espace vécu » support de leurs actions, de leurs représentations. De plus, il correspond en grande partie à la définition de l'espace qu'adoptent les pratiquants des sports de nature lorsque ceux-ci le dotent de valeurs ou d'identités bien spécifiques. Les sports de nature permettent d'établir des liens forts, matériels et immatériels entre les pratiquants et les lieux qu'ils parcourent dans leurs pratiques. Ces liens cognitifs se retrouvent dans toutes les formes de pratique, libres ou encadrées, aussi bien chez les clients que chez les entrepreneurs, et confèrent bien à cet espace une dimension humaine.

Cette dimension induit une pluralité de configurations (beaucoup d'acteurs, beaucoup d'interrelations potentielles) et introduit de nouveaux mécanismes sociaux et informels dans la géographie économique des sports de nature. L'économie locale des sports de nature se développe ainsi, suivant des mécanismes rationnels auxquels s'ajoutent des mécanismes intentionnels.

Les opérateurs du marché des sports de nature en territoire rural, les entrepreneurs de l'encadrement marchand, valorisent l'espace puis le territoire dans leurs activités marchandes. Ils se territorialisent et territorialisent leurs activités commerciales, afin de les distinguer au sein d'un marché régional, national, voire international. Le territoire est alors une ressource présente dans les pratiques des entrepreneurs et dans leurs prestations.

Le territoire est un concept qui a donné lieu à des tentatives nombreuses et successives de définition. Qu'elle soit institutionnelle, technologique, scientifique, politique, celle-ci est modelée, modifiée, adaptée ou transposée, mais surtout mouvante. Selon certains géographes, il existe jusqu'à huit définitions différentes du concept de territoire (Lévy, Lussault, 2003). L'idée de départ indique que le territoire est constitué « d'un espace à métrique topographique » (Lévy, Lussault, 2003), ce qui ne l'en différencie guère de l'espace ou de la région. La première acception qui est retenue ici affirme que le territoire est un « milieu de vie, de pensée et d'action dans lequel et grâce auquel un individu ou un groupe se reconnaît, dote ce qui l'entoure de sens et se dote lui-même de sens, met en route un processus identificatoire et identitaire » (Barel, 1990).

Le territoire, qu'il soit individuel, de classe sociale ou de groupe possède trois caractéristiques principales (Tizon, 1996) :

- il possède une **dimension matérielle**. En se produisant et en se reproduisant, les rapports sociaux sont amenés à rencontrer du « non social » (Barel, 1990) c'est-à-dire ce qui ne peut pas totalement se définir en termes sociaux (histoire du groupe, système de croyances, langue, accent) ;
- c'est le lieu pertinent de l'action du sujet, celui où il se reconnaît et où il peut « donner un sens à son existence et à son action » (Barel, 1990). C'est **là où le sujet se projette** ;
- le territoire est **spécifique, il n'existe que par la différence**. Il implique une matérialisation ou une représentation de frontières, de limites, et une ou des références à ce qui lui est extérieur.

Les enjeux induits par cette définition du territoire sont au nombre de quatre (Debarbieux, de Bernardy, 2003) et sont les suivants : **la matérialité, l'appropriation, la configuration spatiale, l'autoréférence**. D'une « certaine manière, tout territoire social est un phénomène immatériel et symbolique, tout élément, même physique ou biologique n'entre dans la composition d'un territoire qu'après être passé par le crible d'un processus de symbolisation qui le dématérialise en quelque sorte » (DiMéo, 1996).

Dans ce cadre, « territorialiser, c'est donc construire et reconstruire sans cesse ce qui environne l'acteur social » (DiMéo, 1996). L'acteur, qu'il soit individuel ou collectif, est alors au centre de la construction ou de la reconstruction du territoire par les processus de légitimation symbolique ou matérielle qu'il va continuellement mettre en œuvre. Observer le territoire revient à observer le « lien primordial de l'homme à la terre » (DiMéo, 1996).

Ainsi, les cadres conceptuels du territoire ont aussi permis de décrypter les relations identitaires et bidirectionnelles entre les pratiquants des sports de nature et les lieux où ils pratiquent (Bourdeau, 2003). Si « le territoire est une réordination de l'espace [et] peut être considéré comme de l'espace informé par la sémiosphère » (Raffestin, 1986), il est avant tout un système et doit être considéré de manière globale. A l'instar du système, il est bien une construction intellectuelle mouvante, évolutive et floue (Lemoigne, 1984).

Le projet, l'activateur de positionnements spécifiques des acteurs au sein de cet ensemble territorial, est bien ici de se situer au sein d'un marché des sports de nature et d'en tirer un avantage comparatif ou commercial.

On souligne dans ce chapitre la place importante donnée à la matérialité et aux configurations spatiales produites par les sports de nature.

On considère en effet que l'appropriation (Bourdeau, Mao, 2002) et l'autoréférence (Corneloup, 2002a) par rapport au territoire ont été démontrées par ailleurs dans le champ des sports de nature : la première à travers les liens identitaires entre les sportifs de nature et les lieux de pratique et la seconde dans la constitution de collectifs affinitaires, sociaux ou tribaux au sein de cette forme de récréation (Corneloup, 2002b).

La ressource territoriale permettra donc de mettre en évidence les configurations spatiales émergeant de ses modes d'activation. En effet, elle sous-entend que les actifs peuvent intervenir de plusieurs manières différentes pour produire des territoires aux formes différentes. L'économie des sports de nature participerait donc à la constitution de ces formes spécifiques. En outre, la matérialité est une dimension importante des sports de nature en territoire rural, ils s'inscrivent physiquement dans les espaces naturels, par les aménagements et équipements, et économiquement par leurs retombées économiques.



La matérialité de l'économie locale des sports de nature engendre une réalité, construit des indicateurs qui permettent de représenter les modes d'activation des ressources territoriales.

### **6.3. Le territoire face au marché des sports de nature en Ardèche : une analyse de la ressource territoriale**

Les entrepreneurs des sports de nature forment collectivement un réseau productif local. Celui-ci est maintenu dans une dynamique par les actions de l'ensemble des éléments, qui tendent individuellement ou collectivement à maintenir un point de rencontre avec la demande récréative locale. Dès lors, celle-ci s'organise spatialement en Ardèche en fonction, d'un côté, de l'activité touristique et, de l'autre, de la ressource primaire et naturelle.

Au sein de cette organisation géographique, l'espace conditionne un grand nombre de variations dans la présence d'entrepreneurs : l'intensité de la demande, les cadres physiques de la ressource naturelle, la culture entrepreneuriale ou encore la rencontre de ces éléments. Ces thématiques sont celles qui composent désormais le concept de territoire. Ainsi, le territoire permet une approche de la substance sociale et collective que supporte l'espace en matière d'économie des sports de nature. Toutefois, cette substance agit en même temps que la distance pour former des logiques spatiales localisées. Ces logiques illustrent les modes d'activation de la ressource territoriale sportive de nature. Ces logiques doivent donc permettre d'isoler le rôle prépondérant de certaines variables dans le développement des sports de nature marchands. Les variables qui encadrent la formation de la ressource sportive sont toutes géographiques et participent à la constitution de ressources territoriales. Le territoire et le marché des sports de nature sont complexes et l'approche par les ressources territoriales permet d'intégrer cette caractéristique dans l'analyse territoriale qui est développée ici. Cette approche constitue un prolongement à l'échelle d'un territoire touristique et rural de travaux publiés par Pascal Mao, Christopher Hautbois et moi-même (Mao et *al.*, 2009) portant sur l'intégralité des départements français. Il s'agissait alors d'analyser quantitativement et cartographiquement les modes d'activation d'une ressource territoriale sportive de nature au travers des liens statistiques entre les actifs territoriaux qui la compose. Notre démarche consiste ici, à synthétiser cette étude, à transposer cette utilisation de la ressource territoriale à une échelle plus fine, le département de l'Ardèche, et à déterminer de nouveaux indicateurs adaptés.

### 6.3.1. La notion de ressource territoriale dans les sports de nature

Les éléments suivants soulignent l'opportunité d'étudier les sports de nature, non pas comme un ensemble parfaitement homogène, mais comme un phénomène présentant de fortes spécificités locales. Ces spécificités culturelles locales participent ensemble à doter l'espace d'une dimension sociale et collective supplémentaire. Elles contribuent à la complexification sociale de l'espace en tant que territoire. Les territoires ne possèdent pas tous les mêmes actifs pour fonder le développement des sports de nature.

Dès lors, ces éléments constituent autant d'indicateurs diffus, « les actifs territoriaux » (Gumuchian, Pecqueur, 2007), qui sont traités collectivement, activés par des acteurs ancrés territorialement pour en faire une ressource territoriale. Ce processus permet de les lier au sein d'un système et de les transformer en un élément moteur pour leur développement.

Ainsi, dans le cadre d'une étude portant sur la ressource territoriale dans les sports de nature, la réalisation d'un diagnostic initial est un préalable essentiel (Mao, Dupuy, 2002 ; 2004). L'apport tient ici à la comparaison, sur la base de critères stables et complémentaires, de plusieurs territoires sous forme d'un « benchmarking territorial » (Carluer, 2007). Il s'agit d'une approche quantitative multivariée et croisée des actifs territoriaux thématiques qui caractérisent localement les sports de nature. Dans la mesure où l'économie locale des sports de nature se relie à l'espace de manière complexe, cette méthode permettra de matérialiser et de localiser une première forme de complexité entre les différentes dimensions de l'espace des sports de nature.

L'économie dans les sports de nature, constitue un des actifs territoriaux qui peut favoriser l'activation locale d'une ressource centrée sur ces activités. Dès lors, il semble pertinent d'observer les liens et les formations qui se créent entre tous les actifs territoriaux lorsque le marché des sports de nature est structuré localement. La notion d'actif territorial se définit par « des facteurs "en activité", alors que par ressources il s'agira de facteurs à exploiter, à organiser, ou encore à révéler » (Colletis, Pecqueur, 2004). L'actif devient une ressource une fois activée et il permet à un espace de se spécifier, de se démarquer des espaces et des lieux génériques.

Les ressources ou actifs génériques se définissent par leur totale transférabilité et transposabilité. C'est sur la base des ressources territorialisées que les acteurs locaux vont s'organiser entre eux afin de construire un projet de territoire et faire de ce dernier une « entité active » (Leloup, Moyart, Pecqueur, 2005). Ce postulat inscrit donc bien la ressource territoriale et ses actifs dans le cadre de l'économie territoriale. Les actifs sont des indicateurs qui seront à la fois transposés et modifiés pour correspondre au mieux aux piliers qui fondent cette ressource à chacune des échelles.

Cette prise en compte progressive du local recouvre une mobilisation de l'ensemble du tissu social et économique local dans la définition de projets de développement au niveau du territoire. L'échelon local doit donc être pris en compte comme l'échelon pertinent du développement, et de la création de ressources territoriales. De ce fait, cette réflexion offre la possibilité de situer les territoires qui apparaissent ainsi à travers leurs regroupements et leurs combinaisons, les uns par rapport aux autres. Identifier leurs forces et faiblesses en matière de sports de nature constitue un véritable élément stratégique.

Les sports de nature se développent dans les espaces ruraux de manière globalement irrégulière et suivant un ensemble de critères spatiaux, économiques, sociaux ou politiques. Ces éléments se combinent et se recombinent localement pour former des espaces où les sports de nature sont attractifs touristiquement et sportivement, et économiquement compétitifs. Dès lors, les éléments qui caractérisent ces activités peuvent être quantifiés pour analyser le marquage qu'ils apportent aux filières locales.

Dans ce cadre, la notion de ressource territoriale (Gumuchian, Pecqueur, 2007) permet d'analyser la diversité des réalités que revêtent et les sports de nature en général et leurs économies locales en particulier. Cette notion offre un cadre de lecture pour les perspectives de développement dans lesquelles s'inscrivent localement les sports de nature. Ils constituent autant d'indicateurs illustrant des leviers d'un développement territorial autour des sports de nature sur lesquels les acteurs locaux peuvent jouer pour piloter de nouvelles formes de développement. Ils constituent en quelque sorte les éléments centraux d'un observatoire territorial des sports de nature en milieu rural.

Les sports de nature se développent de manière incarnée ou connectée au territoire sur lequel ils sont implantés (Bourdeau, Corneloup, Mao, Boutroy, 2004). Ce dernier apparaît donc comme un agent actif orientant la nature et l'organisation mêmes de ces activités selon

ses caractéristiques socialement construites et sa trajectoire historique singulière (Mao, Corneloup, 2005). Les territoires, qui sont des formations sociospatiales (Di Méo, 1985 ; 1987) en perpétuelle recomposition, mobilisent de fait les pratiques sportives de nature comme des ressources territoriales de manière différenciée. Elles sont à la fois des ressources territoriales en tant que telles et des révélateurs d'autres ressources territoriales telles que le patrimoine naturel et territorial. Dès lors, tout territoire peut potentiellement être en capacité d'axer son développement autour de ces activités.

La problématique est donc ici d'identifier les configurations spatiales permettant le passage d'une ressource latente à une ressource spécifique, s'appuyant sur les pratiques récréatives de nature.

Le territoire n'est pas un support neutre du développement, mais un élément moteur de ses spécificités (Grefe, 1992 ; Englmann, Walz, 1995 ; Demazière, 1996 ; Baptista, Swan, 1999 ; Pecqueur, 2000 ; Belleflamme et *al.*, 2000 ; Benko, Lipietz, 2000 ; Zimmermann, 2002). Par leur spécificité, les ressources territoriales sont des leviers de développement. Il est alors légitime de s'y intéresser pour observer les modalités de leur mobilisation dans une démarche de développement intentionnelle.

Le développement local repose bien « sur une démarche de mobilisation des acteurs d'une zone géographique donnée, désireux de prendre en charge leur avenir autour de projets autonomes » (Longhi, Spindler, 2000). Il appartient finalement au territoire de trouver en son sein les leviers de sa croissance (les facteurs endogènes) et non d'attendre une solution venant de l'extérieur. Cela souligne le rôle des acteurs locaux qui doivent dès lors identifier une stratégie bâtie en fonction de ressources territoriales spécifiques. Si l'allocation générale des ressources utiles au développement favorise certains territoires plus que d'autres, en cas d'hétérogénéité des ressources naturelles par exemple, la question du déterminisme ne doit pas constituer un obstacle durable. Il s'agit alors de passer d'une logique de dotation de ressources à une logique de création de ressources et donc « de l'inégalité à la différence des territoires » (Morvan, 2004).

Dès lors, le dispositif méthodologique élaboré dans le cadre de cette étude permettra de comparer systématiquement les rôles des actifs territoriaux dans le développement d'une économie marchande. La sphère économique des sports de nature sera le pivot global de cette

démonstration sur les modes de constitution d'une ressource territoriale sportive de nature en Ardèche. Celui-ci est un département où, de manière globale, la constitution de la ressource territoriale sportive de nature est très fortement conditionnée par l'intervention de la sphère publique, puis son environnement naturel et dans une moindre mesure, mais toujours fortement par un tissu économique et une culture sportive de nature (Mao et *al.*, 2009).

Néanmoins, la sphère publique y agit de manière moins marquée que dans les départements touristiques, montagnards (Savoie et Haute-Savoie) et littoraux (Alpes-Maritimes ; Mao et *al.*, 2009). Ainsi, les acteurs publics, via un effet d'opportunité, axeraient le développement de leur territoire sur la filière sportive et récréative de nature. Ils se positionnent, dans ce cadre, comme coordinateurs, animateurs des projets de dynamisation de la filière. L'Ardèche est le département touristique français, non littoral ou montagnard, où la ressource sportive de nature est activée de manière très forte et homogène (dans les quatre piliers des actifs territoriaux). La mise en place précoce d'une commission territoriale de gestion de l'accès aux espaces sportifs de nature (la C.D.E.S.I.) démontre une volonté de la collectivité départementale ardéchoise de piloter une concertation tendant à promouvoir un développement maîtrisé des activités récréatives de nature et notamment leur volet marchand. Ce département va donc permettre d'identifier des dynamiques micro-locales, territoriales, d'activation d'une ressource territoriale sportive de nature.

#### ***6.4. Analyse multivariée de la ressource territoriale sportive de nature en Ardèche***

Il s'agit, ici, de mobiliser une série de quatre leviers de développement considérés comme représentatifs des leviers d'activation de la ressource territoriale au sein de chaque territoire (Hautbois, 2004a, 2004b). Ces leviers de développement seront aussi appelés les piliers des formes de ressources territoriales et ils correspondent aux actifs territoriaux sur lesquels les acteurs peuvent influencer. Il s'agit de **l'intervention de la sphère publique, de la structuration économique, de la culture commune au tissu social et de l'environnement naturel** vu sous l'angle des pratiques de nature. Cette approche de la ressource territoriale s'appuie sur cette série de quatre leviers de développement, au sein desquels elle agrège trois indicateurs complémentaires à chaque fois.

En premier lieu, la commune a des missions touristiques (accueil, information, promotion, développement, exploitation d'équipements ; Vlès, 1991) qui lui confèrent naturellement une place importante dans l'accompagnement du développement de l'économie touristique des sports de nature. Cet échelon constitue le référent géographique le plus fin, le plus exhaustif et le plus utile dans l'approche spatiale des hétérogénéités dans la valorisation des actifs.

Les structures institutionnelles (Conseils Généraux, délégations ministérielles) et sportives (Comités Départementaux des fédérations sportives) du Département collectent des données au niveau communal dans un souci de transversalité de l'aménagement du territoire. Il n'existe pas de structures plus petites rassemblant des données à la fois homogènes localement et pertinentes à comparer. La commune permet de localiser, puis de modéliser les variations les plus fines possible de ces indicateurs. En outre, les communes constituent des référents institutionnels très prégnants dans le développement des territoires ruraux. A ce titre, elles permettent une approche comparative fine des logiques à l'œuvre localement à l'intérieur de l'ensemble des sports de nature et entre l'économie locale des sports de nature et les autres économies locales.

Les quatre leviers de développement et l'analyse des modalités d'activation des ressources territoriales à l'échelle départementale sont présentés ci-après.

L'intervention publique et institutionnelle locale dans les sports de nature (premier levier) passe, en premier lieu, par la pérennisation de l'accès aux sites sportifs de nature, rôle incombant à la procédure de gestion concertée C.D.E.S.I.. Elle passe, en second lieu, par l'accompagnement financier des clubs sportifs implantés localement, au titre de l'appui à l'éducation aux sports de nature. En complément, les syndicats sportifs sont une autre forme d'institution sportive qui agit localement pour le développement des pratiques présentes par l'intermédiaire de leurs membres. Dès lors, en matière d'intervention de la sphère publique, les trois indicateurs sont :

**1a.** le nombre de sites communaux inscrits au Plan Départemental des Espaces Sites et Itinéraires sportifs de nature<sup>89</sup> ;

**1b.** le nombre de professionnels des sports de nature syndiqués<sup>90</sup> ;

---

<sup>89</sup> Source : Conseil Général de l'Ardèche, 2010

<sup>90</sup> Source : Syndicats nationaux de professionnels des sports de nature

**1c.** le subventionnement des clubs sportifs de nature au titre de l'accompagnement des pratiquants de moins de 18 ans<sup>91</sup>.

Les potentialités économiques (deuxième levier) sont représentées pour chaque commune d'Ardèche par les volumes potentiels que peuvent atteindre l'offre et la demande d'encadrement sportif dans les sports de nature. Ces critères illustrent, d'une part, les regroupements d'entrepreneurs afin de les positionner comme des éléments structurants du marché du tourisme sportif de nature et, d'autre part, les établissements sportifs (entreprises de ce secteur) pour intégrer la structuration commerciale à ce pilier des ressources territoriales sportives de nature. Enfin, l'intensité de la présence locale d'hébergements touristiques introduit la notion de capacité de charge pour le marché des sports de nature en Ardèche. Ces informations fournissent une première évaluation quantitative du marché du tourisme sportif de nature. Les indicateurs mobilisés pour évaluer les potentialités économiques de l'offre et de la demande sportives de nature (2<sup>ème</sup> entrée) pour les communes ardéchoises sont :

**2a.** le nombre de professionnels de l'encadrement des sports de nature déclarés<sup>92</sup> ;

**2b.** le nombre d'établissements sportifs de nature déclarés<sup>93</sup> ;

**2c.** le taux de pénétration des hébergements touristiques totaux (nombre d'hébergements touristiques pour 100 habitants<sup>94</sup>).

La culture sportive de nature (troisième levier) est évaluée suivant la spécificité structurelle de ces activités au sein du sport en général, d'une part, et suivant la représentativité des pratiques associatives dans ce champ, d'autre part. La culture sportive de nature correspond à l'intégration dans la population ardéchoise de ces pratiques. Elle a été évaluée selon les critères suivants :

**3a.** la part des espaces sportifs de nature dans les espaces sportifs totaux (exprimé en pourcentage<sup>95</sup>) ;

**3b.** le taux de pénétration des licenciés sportifs de nature (nombre de licenciés des sports de nature pour 100 habitants<sup>96</sup>) ;

---

<sup>91</sup> Source : Conseil Général de l'Ardèche, 2010

<sup>92</sup> Source : Ministère des Sports, 2010

<sup>93</sup> Source : Ministère des Sports, 2010

<sup>94</sup> Source : I.N.S.E.E., 2010

<sup>95</sup> Source : R.E.S., D.D.C.S.P.P. 07, C.G. 07, 2010

<sup>96</sup> Source : Comité Départemental Olympique et Sportif de l'Ardèche, 2010

**3c.** le taux de pénétration des clubs sportifs de nature (nombre de clubs sportifs de nature pour 100 habitants<sup>97</sup>).

Enfin, la ressource environnementale (quatrième levier) représente les cadres naturels morphologiques et climatiques au sein desquels les sports de nature se développent localement. Elle est illustrée par les données suivantes :

**4a.** l'altitude moyenne de résidence<sup>98</sup> ;

**4b.** le nombre d'espaces sportifs de nature<sup>99</sup> ;

**4c.** le densité spatiale des espaces sportifs de nature de la randonnée pédestre (nombre d'itinéraires complets ou de portions d'itinéraires par km<sup>2</sup><sup>100</sup>).

Chacun de ces indicateurs se voit alors attribuer une note allant de 0 à 5. Cette note est obtenue, pour chaque distribution statistique correspondant aux critères présentés, par la démarche suivante : chacune des distributions est découpée en cinq classes par la méthode des centres mobiles, puis une note allant de 1 à 5 est attribuée aux individus classés dans les classes 1 à 5. Cette méthode est répétée pour l'intégralité des douze critères retenus, la note 0 étant attribuée en cas d'absence de l'indicateur. Ces notes sont ensuite additionnées au sein de chaque actif territorial pour en donner une note globale. Enfin, ces quatre notes globales permettent une discrétisation selon la méthode des centres mobiles, déjà utilisée dans la démonstration précédente sur les départements français, des communes d'Ardèche en huit classes distinctes.

---

<sup>97</sup> Source : Comité Départemental Olympique et Sportif de l'Ardèche, 2010

<sup>98</sup> Source : Institut Géographique National (I.G.N.)

<sup>99</sup> Source : R.E.S., D.D.C.S.P.P. 07, C.G. 07, 2010

<sup>100</sup> Source : Cermosem, 2008, R.E.S., D.D.C.S.P.P. 07, C.G. 07, 2010



### 6.4.1. Analyse cartographique et quantitative des actifs territoriaux des sports de nature en Ardèche

Les quatre piliers des ressources territoriales participent à la constitution des classes qui sont présentées dans le tableau ci-après. Ils fournissent les caractéristiques de chacune des communes contenues dans ces classes. Celles-ci sont définies par les écarts entre les moyennes de leur classe, dans chacun des piliers, et la moyenne générale de ce pilier. L'intensité de ces écarts (l'écart-type), la distance à la moyenne générale, est indiquée par des symboles "-" et "+" qui permettent de qualifier les communes observées.

**Tableau 2 : Classification des communes d'Ardèche selon les ressources territoriales activées dans le domaine des sports de nature en 2010-2011**

Type de ressource Type de communes	Intervention sphère publique	Economique	Culture commune et tissu social	Environnement
Communes <b>autorégulées très touristiques et sportives</b> de nature (classe n°1)	0,14 (-)	6,86 (++)	5,86 (++)	9,14 (++)
Communes <b>très touristiques et sportives</b> de nature (classe n°2)	4,18 (++)	3,64 (++)	4,73 (+)	4,83 (+)
Communes <b>touristiques et très sportives</b> de nature (classe n°3)	0,53 (+)	2,42 (+)	7,26 (++)	4,89 (+)
Communes <b>autorégulées très sportives</b> de nature (classe n°4)	0,11 (-)	1,53 (-)	4,54 (+)	7,94 (++)
Communes <b>autorégulées sportives</b> de nature (classe n°5)	0,17 (-)	1,56 (-)	4,63 (+)	5,19 (+)
Communes <b>touristiques et peu sportives</b> de nature (classe n°6)	0,58 (+)	2,03 (+)	1,03 (-)	1,48 (--)
Communes <b>peu touristiques et sportives</b> de nature (classe n°7)	0,15 (-)	1,76 (-)	2,67 (-)	3,81 (-)
Communes <b>très peu touristiques et très peu sportives</b> de nature (classe n°8)	0,01 (--)	1,41 (--)	0,15 (--)	3,57 (-)
<b>Moyenne départementale</b>	<b>0,31</b>	<b>1,83</b>	<b>3,08</b>	<b>4,81</b>

Source et réalisation : Langenbach, 2012

Les quatre grands axes, les actifs territoriaux spécifiques au département de l'Ardèche établissent des profils très marqués pour les différentes communes qui les composent. Ces quatre piliers étant thématiques, ils illustrent les orientations du même type dont chacune des classes se pare. Ainsi, les six premières classes font réellement preuve d'une valorisation de la ressource territoriale sportive de nature tandis que les deux dernières (n°7 et n°8) ne mobilisent pas systématiquement ce genre d'actifs territoriaux compétitifs. Les communes comprises dans ces six classes ont alors des profils bien spécifiques, qui marquent leurs différents caractères touristiques et sportifs de nature.

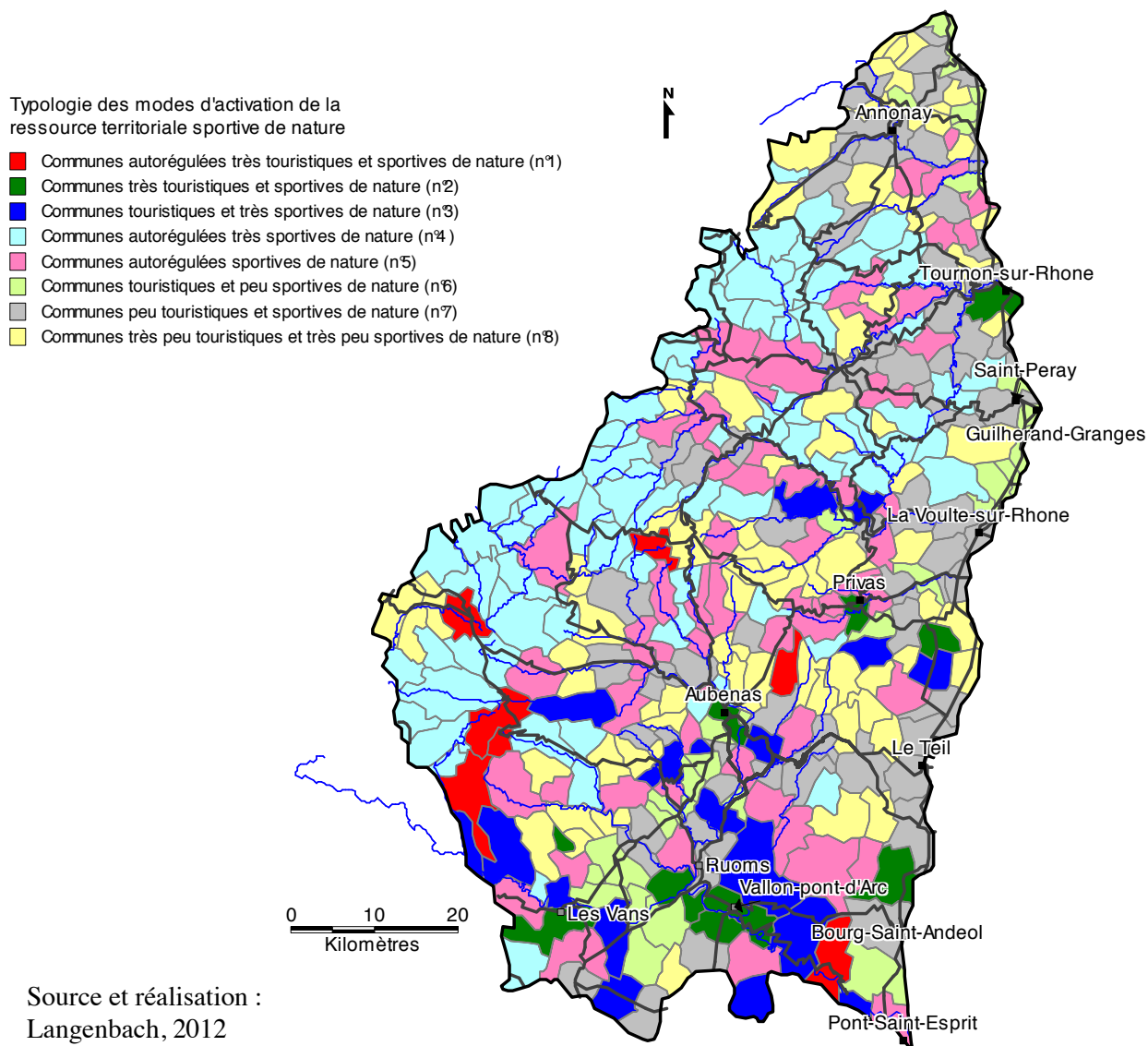
La variable illustrant la structuration économique permet d'intégrer la demande touristique dans la construction de la ressource territoriale sportive en Ardèche et donc d'identifier le profil touristique et sportif des communes. Deux classes ressortent particulièrement de cette étude et indiquent que leurs communes sont très fortement sujettes au tourisme sportif de nature (classes n°1 et n°2). La configuration des ressources territoriales y montre un développement du marché du tourisme sportif de nature.

Cependant, les piliers de la ressource interviennent différemment à l'intérieur de celles-ci. Les deux principales oppositions se situent sur l'intervention institutionnelle et la ressource naturelle. Dans ce cadre, seules les communes très touristiques et sportives de nature (classe n°2) semblent faire preuve d'une intervention publique très forte dans le développement du tourisme sportif de nature.

En revanche, ce sont les communes autorégulées très touristiques et sportives de nature (classe n°1), où les activités physiques de nature sont visiblement les plus structurées autour d'une ressource naturelle. Ces deux classes sont très marquées par l'économie des sports de nature (2ème pilier), ce qui confirme leur caractère touristique.

Ces axes matérialisent bien des oppositions dans les configurations territoriales spécifiques aux sports de nature en Ardèche. La carte suivante (cf. carte 28) illustre la distribution spatiale de chacun des types de commune définis par ces classes afin de faire avancer cette réflexion suivant un continuum touristique et sportif de nature.

**Carte 28 : Typologie des communes ardéchoises selon les ressources territoriales activées dans le domaine des sports de nature (2010-2011)**



Les communes très touristiques et sportives de nature (classe n°2) sont celles où les actifs territoriaux sont les plus équilibrés. Les notes caractérisant trois des quatre piliers, hormis l'environnement, s'y trouvent de manière très largement supérieure à la moyenne départementale. Cela indique un développement fortement propulsé par les sphères publiques, sociales et économiques, mais en dépit de ressources naturelles pour les onze communes entrant dans cette catégorie (sur 339 au total).

En outre, comme l'illustre la carte précédente, ces communes très touristiques et sportives de nature sont à la fois des communes touristiques classiques (Les Vans, Vallon-Pont-d'Arc) et des villes du département (Privas, Aubenas, Tournon-sur-Rhône). Elles représentent les lieux où le marché du tourisme sportif se concentre (Cazes, Potier, 1999). Les sports de nature y sont intégrés à la filière touristique et correspondent à des communes très touristiques et sportives de nature.

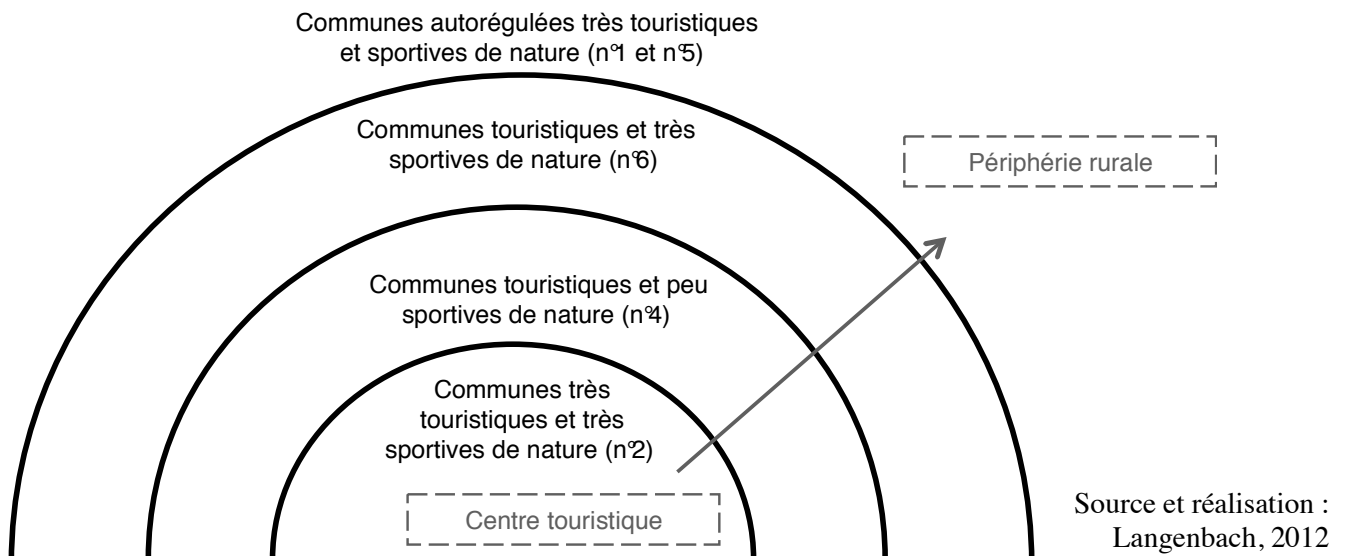
Le type suivant de communes où les sports de nature forment le plus sensiblement un marché des sports de nature homogène (classe n°1) est lui dans une logique d'autorégulation. Les communes qu'il regroupe font preuve d'un développement des sports de nature que l'on peut qualifier de libre et basé sur des pôles économiques, culturels et environnementaux forts. Les sports de nature se développent dans ces communes en dehors de tout accompagnement par la sphère publique.

Elles sont donc des espaces où les acteurs interagissent entre eux et avec la ressource naturelle pour développer leurs pratiques, puis les mettre en marché. Toutes les formes de sports de nature s'y développent, en utilisant les ressources naturelles et sans appui institutionnel. Il s'agit donc de lieux où les sports de nature sont développés à la fois par ses pratiquants et ses entrepreneurs, dans des logiques marchandes et non marchandes (Bidon, Lanarce, Montselgues).

Les communes touristiques et peu sportives de nature (classe n°4) et les communes touristiques et très sportives de nature (classe n°6) sont des communes dont les caractéristiques sont intermédiaires. Elles évoluent suivant un gradient spatial depuis une périphérie vers un centre : depuis les communes autorégulées touristiques et sportives (classes n°1 et n°5) vers les communes très touristiques et sportives (classe n°2).

La figure suivante (cf. figure 7) illustre l'organisation du continuum spatial entre le centre (classe n°2) et la périphérie (classes n°1 et n°5) dans la valorisation des ressources territoriales sportives de nature :

**Figure 5 : Organisation du continuum spatial dans les modes de valorisation des ressources territoriales sportives de nature en territoire rural**



En partant des centres touristiques et sportifs de nature (communes de la classe n°2), il est possible d'isoler spatialement et quantitativement les communes touristiques et peu sportives : les trente et une communes touristiques et peu sportives de la classe n°4. Leurs indicateurs montrent qu'elles comportent en revanche peu de ressources naturelles et de culture sportive.

Elles se situent donc entre les communes très touristiques et sportives (classe n°2) et les communes touristiques et très sportives (classe n°6). Ces communes peuvent être qualifiées d'entre-deux touristique et sportif. Elles font à la fois l'objet d'une structuration du marché des sports de nature et d'un accompagnement de ces activités par la collectivité et les institutions. Les opérateurs du marché des sports de nature sont certes moins présents qu'au niveau des centres touristiques (classe n°2), mais ils sont tout de même fortement implantés. Les communes de ce type peuvent être qualifiées de communes résidentielles, à caractère touristique, mais peu sportives de nature.

En s'éloignant des centres touristiques, la basse vallée de l'Ardèche notamment, pour se diriger vers les périphéries rurales et sportives de nature, apparaissent les communes touristiques et très sportives de nature (classe n°6). Elles se situent après celles qualifiées de touristiques et peu sportives (classe n°4), vers l'extérieur de la région.

Les ressources territoriales sportives de nature s'activent alors particulièrement en périphérie des centres touristiques. Le levier institutionnel et public ne contrebalance pas massivement cette tendance au regroupement des espaces sportifs dans les espaces ruraux non touristiques.

Ces communes touristiques et très sportives de nature sont dix-neuf, au sein desquelles la culture collective et la ressource environnementale sont très prégnantes. En outre, les variables des sphères publique et économique y sont légèrement supérieures aux moyennes départementales. Elles se situent donc bien dans une configuration spatiale entre celle des communes touristiques et sportives centrales et celle des communes sportives périphériques. Elles soulignent ainsi les positions elles aussi intermédiaires de leurs actifs territoriaux. Ces communes sont proches de celles de la périphérie rurale où la marchandisation des sports de nature est la plus importante, les communes autorégulées très touristiques et sportives de nature (classe n°1). Toutefois, elles s'en démarquent en étant en retrait sur le plan du marché des sports de nature. Ce dernier est conditionné dans ce cas par le volume de la ressource naturelle présente, latente et le nombre d'espaces sportifs de pratique. Cette logique concentrique est illustrée par la figure 7 (page précédente) puis développée dans le paragraphe 6.4.2.

Enfin, et toujours dans ce même cadre, les communes des classes n°3 et n°5 (respectivement des communes autorégulées très sportives de nature et des communes autorégulées sportives de nature) se passent d'interventions institutionnelles et de structuration commerciale sportive de nature pour fonder l'existence d'une ressource territoriale dans ce champ. Elles possèdent surtout des ressources naturelles très marquées.

Les communes autorégulées sportives de nature (classe n°5) sont des communes rurales ayant des ressources naturelles. Elles sont réparties régulièrement sur la quasi-intégralité de la surface de l'Ardèche. En revanche, les communes autorégulées et très sportives de la classe n°6 sont en grande partie dans la région rurale et montagneuse à l'ouest du département, la Montagne ardéchoise. Elles font preuve d'une ressource environnementale encore plus marquée que la seconde classe présentée précédemment. La présence d'une culture commune moyenne des sports de nature montre que les lieux sportifs des espaces très ruraux et montagnards en sont dépendants.

Ces communes ne sont pas attractives commercialement, mais elles le sont environnementalement. La culture commune semble devoir être plus marquée encore pour engendrer une attractivité commerciale lorsque la sphère publique n'intervient pas.

Enfin, les classes de communes très peu touristiques et très peu sportives de nature (n°8 et n°7) sont celles où les communes sont le moins marquées par des ressources territoriales sportives de nature.

#### **6.4.2. Les logiques spatiales concentriques de la ressource territoriale et du marché des sports de nature en Ardèche**

L'opposition des logiques spatiales entre les communes très touristiques et sportives de nature (classe n°2) et celles très touristiques et très sportives de nature, mais autorégulées, avec une forte présence d'une culture sportive locale, où ce sont les acteurs des sports de nature qui agissent dans le développement du marché (classe n°1), souligne la diversité, voire la complexité des modes de construction des territoires sportifs de nature. Les communes de ces deux classes sont celles qui supportent une filière des sports de nature complète, basée sur des indicateurs équilibrés (cf. tableau 2). Les communes très touristiques et sportives de nature (classe n°2) soulignent une proximité géographique avec les lieux touristiques traditionnels tandis que celles où le tourisme sportif de nature est autorégulé (classe n°1) illustrent les lieux où c'est au contraire l'environnement qui prend le relais.

Dès lors, dans la mesure où les communes de ces deux groupes possèdent des niveaux similaires et élevés en matière d'économie des sports de nature, l'intervention de la sphère publique les démarque. Pour cela elle appuie, en premier lieu, une logique de rationalisation spatiale, suivant l'exploitation d'une ressource touristique de proximité pour les communes de la classe n°2. En revanche, cette rationalité spatiale se retrouve aussi exprimée dans les communes sportives de nature avec la proximité entre les opérateurs de la sphère économique et la ressource primaire, les sites sportifs de nature, mais elle est alors complétée par une forme d'intentionnalité spatiale entrepreneuriale liée à la culture sportive. Les communes très touristiques et très sportives de nature autorégulées (n°1) ont à la fois des proportions élevées dans les domaines de l'environnement naturel, de la culture sportive et de l'économie des sports de nature.

L'environnement naturel constitue une finalité personnelle et professionnelle et sert d'ancrage à une culture locale (Corneloup *et al.*, 2008). Dès lors, les actifs environnementaux et économiques des sports de nature ne sont pas que liés par une proximité spatiale subie par les entrepreneurs du marché, mais aussi par une intentionnalité liée à la recherche d'une culture sociale, ancrée localement grâce au milieu naturel.

Toutefois, les collectivités publiques et les institutions interviennent dans les espaces touristiques pour les aménager, gérer la fréquentation, l'accès aux espaces sportifs de nature ou le développement des sports de nature marchands et non marchands. Ces enjeux territoriaux justifient l'intensité de l'intervention collective dans les communes très touristiques et très sportives de nature "régulées" (classe n°2).

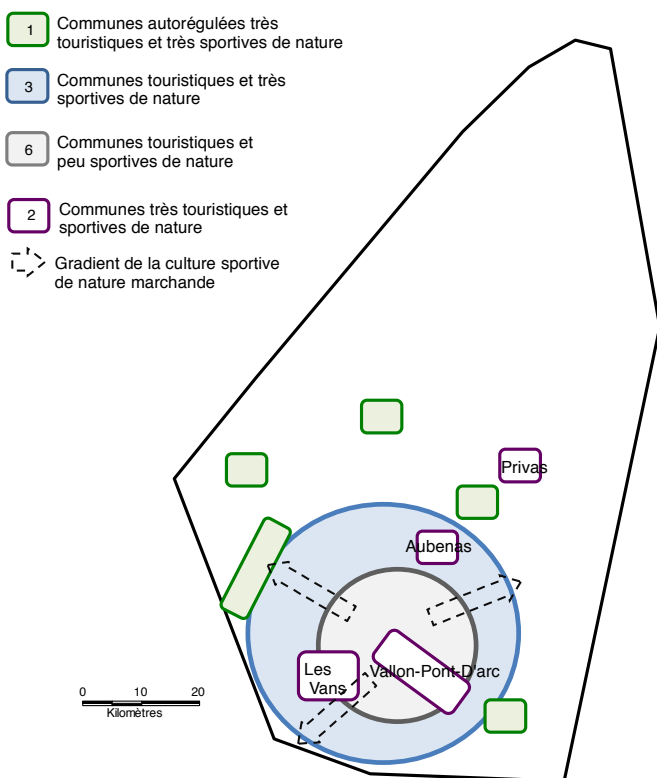
Cependant, la ressource environnementale et l'intervention publique évoluent de manière croisée depuis les communes formant les espaces centraux touristiques et sportifs de nature jusque vers les communes des périphéries rurales.

L'intervention publique décroît en s'écartant des centres touristiques vers ces périphéries, tandis que la ressource naturelle augmente dans le même mouvement.

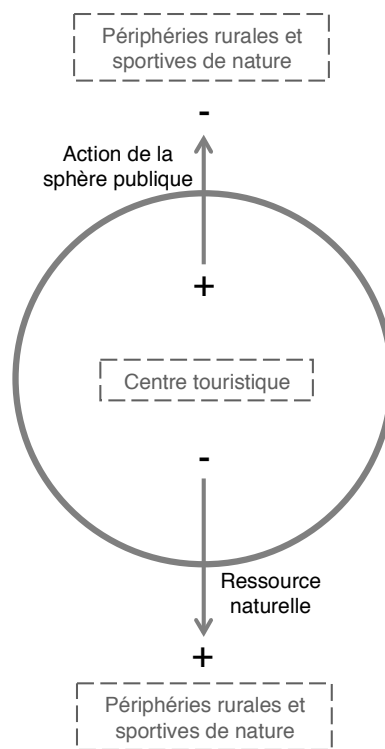
Les figures suivantes (cf. figure 6 et 7) illustrent la structuration territoriale de l'activation et la construction des ressources territoriales dans le domaine des sports de nature en cercles concentriques.



**Figure 6 : Organisation spatiale schématique des communes d'Ardèche selon les modes d'activation des ressources territoriales sportives de nature**



**Figure 7 : Synthèse des logiques concentriques entre centre touristique et périphéries rurales sportives de nature**



Source et réalisation : Langenbach, 2012

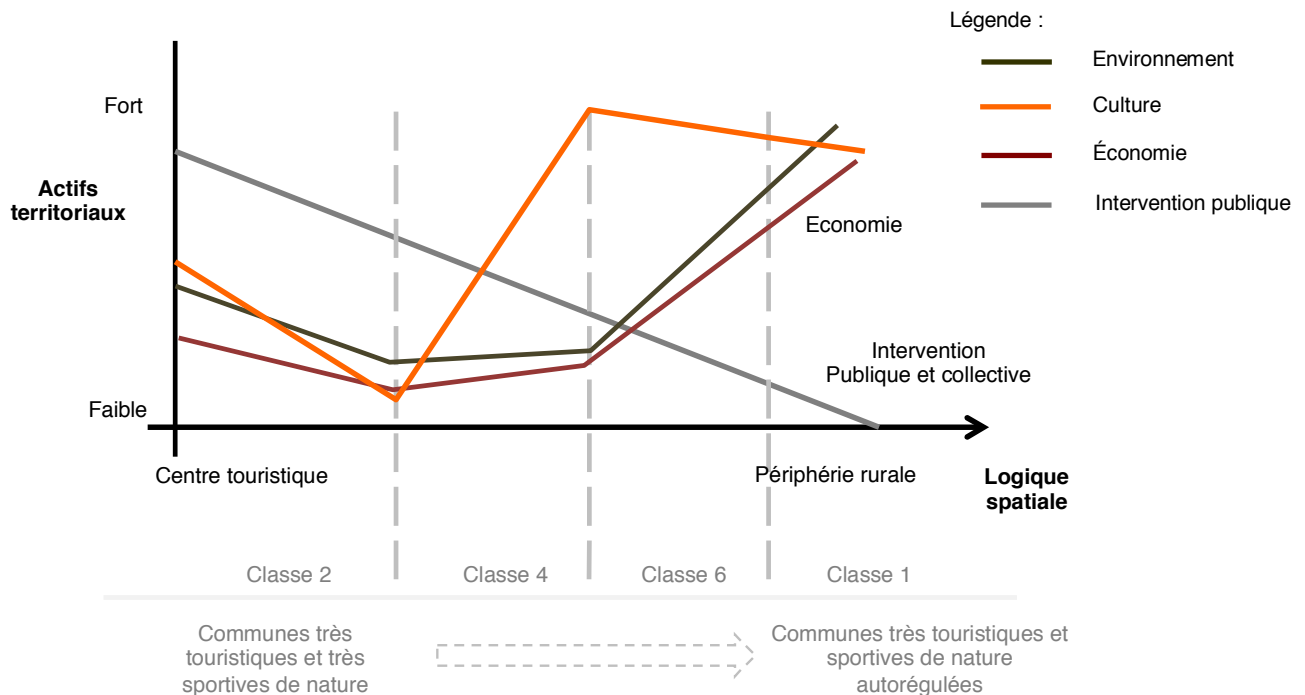
Les modes d'activation de la ressource territoriale sportive de nature suivent donc un gradient entre des zones centrales, touristiques, et des zones périphériques, sportives de nature. Ce mouvement illustre la manière dont elles s'affranchissent de l'activité touristique pour devenir des destinations sportives de nature à part entière. Ce gradient sportif de nature correspond donc à une logique d'autonomisation locale des sports de nature marchands vis-à-vis de l'économie touristique liée à des interactions sociales et locales.

Action publique et communauté locale semblent se compenser mécaniquement, la sphère publique agissant plus intensément autour des hauts lieux touristiques et sportifs pour réguler le marché. En effet, les enjeux y sont particulièrement exacerbés par une demande très forte (C.D.T. de l'Ardèche, 2008).

La figure suivante (cf. figure 8) montre les trajectoires croisées de valorisation des actifs territoriaux, entre d'un côté les centres touristiques, à la fois centres touristiques et

sportifs de nature (classe n°2), et les périphéries rurales, composées de communes touristiques et sportives de nature autorégulées (classe n°1), en Ardèche.

**Figure 8 : Evolution du poids des actifs territoriaux dans la construction des ressources territoriales sportives de nature des quatre principales classes de communes touristiques et sportives en Ardèche et suivant le gradient spatial présenté**



Source et réalisation : Langenbach, 2012

Les hétérogénéités entre ces classes s'illustrent localement par la création de territoires regroupant plusieurs communes sportives de nature au sein du département. Ces pôles se dessinent autour de logiques spécifiques d'activation des ressources sportives de nature, présentes et originellement latentes. De plus, comme il a été démontré précédemment, ces logiques spatiales s'expriment parfois par des jeux de tension et d'agglomération entre des espaces centraux et des espaces périphériques qui conduisent les capitaux et les effets du marché des sports de nature à suivre ces flux et à s'appliquer à des territoires ruraux "récepteurs" peu aménagés pour et par l'économie touristique.

Les ressources territoriales révèlent bien, avant toute chose, les déséquilibres structurels entre les différents territoires (Gumuchian, Pecqueur, 2007). Dès lors, cette logique existe aussi dans les ressources territoriales sportives de nature et montre des liens causaux entre la culture, la gouvernance, l'environnement et l'économie locale des sports de nature.

Ces liaisons se concrétisent localement par des proximités géographiques exprimées par le concept de ressource territoriale. Le marché des sports de nature semble conditionné spatialement en Ardèche, d'un côté par la demande touristique et de l'autre par la ressource naturelle. Cette dichotomie se décline suivant un gradient, en passant par plusieurs configurations territoriales où la culture locale des sports de nature joue elle aussi.

La sphère de l'économie des sports de nature est liée statistiquement aux trois autres actifs territoriaux de la ressource sportive. Elle semble conditionnée par les autres actifs territoriaux dans plusieurs configurations spatiales qui démontrent plusieurs modes de construction du marché des sports de nature.

Ainsi, il est nécessaire d'évaluer le rôle statistique de l'indicateur qui illustre la structuration économique sur chacun des autres leviers. Cette approche va permettre de valider la corrélation statistique entre l'économie et les autres piliers de la ressource territoriale sportive, puis les types de territoire qui se construisent ainsi.

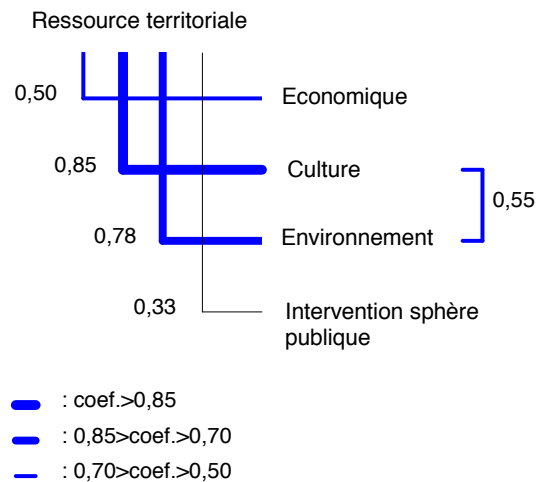
### ***6.5. Le rôle de la variable économique dans l'activation de la ressource territoriale sportive de nature en Ardèche***

Les actifs territoriaux ardéchois jouent collectivement ou individuellement un rôle sur le marquage thématique des économies territoriales. Ils jouent aussi un rôle les uns sur les autres dans cette perspective. Pour déterminer les effets relatifs de ces indicateurs, il est nécessaire d'utiliser l'analyse de leurs corrélations statistiques respectives en s'appuyant pour cela sur leurs coefficients de corrélation et les schémas les représentant produits par le logiciel "Sphinx<sup>2</sup>".

En Ardèche, la variable économique n'explique seule que modérément (coefficient de corrélation de 0,5) la constitution globale d'une ressource territoriale sportive de nature. En revanche, et toujours dans cette perspective, les variables environnementales et sociales jouent chacune fortement dans la révélation de la ressource territoriale sportive de nature (coefficients de corrélation respectifs de 0,78 et 0,85). Toutefois, l'analyse détaillée des coefficients de corrélation illustrés dans la figure suivante (cf. figure 9) montre bien que l'environnement et le tissu social et collectif ardéchois influent l'un sur l'autre (coefficient de

corrélation relatif de 0,55) lorsqu'ils participent à la constitution des ressources territoriales sportives de nature.

**Figure 9 : Schéma de corrélations entre la ressource territoriale sportive de nature des communes d'Ardèche et les actifs territoriaux qui la composent (2010-2011)**



Source et réalisation :  
Langenbach, 2012

Cette corrélation est visible géographiquement. Elle se matérialise dans ce qui a été nommé plus tôt, les périphéries sportives de nature rurales. Lorsque la culture sportive de nature et l'environnement varient, les modes de construction des ressources territoriales sportives de nature varient eux aussi. Ces deux indicateurs conditionnent les formes finales prises par les territoires sportifs de nature en milieu rural.

Il y a donc une dépendance statistique, puis spatiale, entre la culture, l'environnement naturel et le développement de hauts lieux des sports de nature en Ardèche : des lieux où les actifs territoriaux se combinent le plus fortement. Dans ce cadre, le secteur marchand a un poids relatif faible dans l'activation d'une ressource territoriale sportive de nature.

La sphère économique et plus fortement la sphère publique, ne sont pas des éléments qui soutiennent quantitativement le développement de ces lieux.

Toutefois, en Ardèche, la sphère économique influe, de manière globale, plus fortement sur la révélation des ressources territoriales que la sphère publique. Cela indique, d'un côté, que ces ressources sont désormais plus fortement gouvernées, localement, par la sphère marchande que par la sphère publique, dans des délégations formelles et informelles

des pouvoirs, et, de l'autre, qu'elle échappe encore en bonne partie à une régulation importante de la part de la sphère publique.

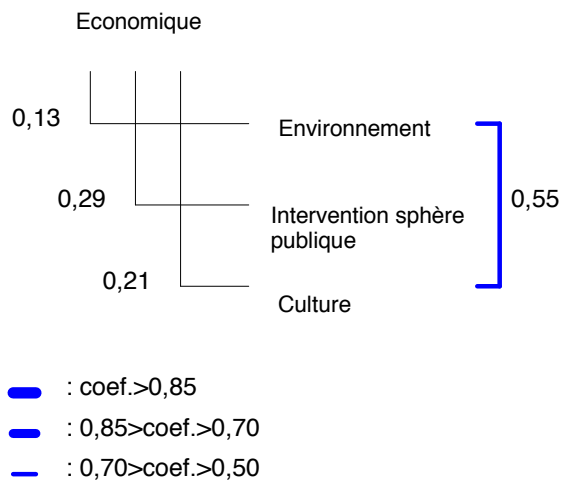
Cela s'inscrit dans une logique inverse de l'échelle nationale, où c'est la sphère publique qui active le plus fortement la ressource territoriale sportive de nature dans les départements (Mao et *al.*, 2009), principalement par les actions engagées dans et autour des C.D.E.S.I.. La culture commune au réseau local des acteurs des sports de nature constitue donc bien un élément majeur des modes d'activation de la ressource territoriale en Ardèche.

Les actifs territoriaux jouent statistiquement des rôles les uns sur les autres en matière de ressource territoriale sportive de nature, comme le montre la complexité des caractéristiques territoriales dans laquelle se situent les communes d'Ardèche. Dans ce cadre, l'économie des sports de nature est liée quantitativement aux trois autres actifs territoriaux.

Les valeurs prises par ces actifs participent à la construction de l'actif territorial à caractère économique et, ce faisant, ils identifient les champs de force qui influencent le développement de cette économie.

L'étude de ces corrélations, illustrées par la figure suivante (cf. figure 10), montre que la constitution d'une économie marchande des sports de nature est dictée de manière similaire par les trois autres familles d'actifs territoriaux.

**Figure 10 : Schéma de corrélations entre l'économie locale et sportive de nature des communes d'Ardèche et les actifs territoriaux qui l'influencent (2010-2011)**



Source et réalisation :  
Langenbach, 2012

Ainsi, la révélation des ressources territoriales sportives de nature, économique et marchande est statistiquement conditionnée, à part quasi égales, par les trois autres ensembles d'actifs territoriaux. Toutefois, l'étude approfondie des corrélations montre que ce sont là encore la culture et l'environnement qui interagissent ensemble pour structurer le développement des espaces de marchandisation des sports de nature, de touristification.

Dès lors, cela confirme que ces deux actifs territoriaux (culture et environnement) sont à la fois fondamentaux dans les sports de nature en général et dans les sports de nature marchands en particulier.

Ils illustrent le fait que les entrepreneurs des sports de nature sont avant tout des pratiquants des sports de nature et qu'ils s'intègrent à la culture locale de ce champ d'activités. Cet outil de la ressource territoriale permet donc d'objectiver les observations pragmatiques présentées précédemment.

## **Conclusion du sixième chapitre**

La première partie de cette approche de géographie économique a montré que les entrepreneurs des sports de nature intégraient la question de la distance et de l'espace dans leur marché. D'une part, la distance est un facteur auquel ils s'ajustent, dans des logiques à la fois personnelles et professionnelles. Celui-ci se retrouve en partie dans le prix des activités et constitue alors une variable importante dans la commercialisation de ces offres et dans la compétitivité des entrepreneurs.

En outre, l'espace est aussi une substance et permet aux entrepreneurs de s'ancrer localement et d'ancrer leurs prestations, notamment en utilisant des objets du patrimoine naturel, des objets territoriaux. Cette dynamique introduit alors la territorialisation chez les entrepreneurs de l'encadrement marchand des sports de nature en territoire rural.

La seconde partie de cette approche, celle d'économie territoriale, a ensuite montré que la sphère publique joue seule le premier rôle dans la formation d'une économie locale des sports de nature, au travers des modes d'activation de la ressource territoriale sportive de nature.

Les lieux où elle est structurante sont aussi structurés par le marché des sports de nature. Elle est isolée thématiquement, elle agit seule dans ce cadre, tandis que ce constat est imputable aux besoins de régulation des enjeux liés à la forte fréquentation touristique dans et autour des centres touristiques où ce marché se développe, ce qui est le cas notamment des communes très touristiques et très sportives de nature.

Ces lieux très marqués nécessitent des actions importantes de la part des institutions pour maîtriser les flux de fréquentation et leurs enjeux en termes de développement territorial durable pour toutes les formes de tourisme dont font partie les sports de nature.

## Conclusion de la deuxième partie

L'environnement et la culture expliquent localement le développement d'un marché des sports de nature, d'une économie locale.

L'analyse des coefficients de corrélation des trois variables explicatives que sont l'environnement, la culture et l'intervention publique sur l'économie de ce champ, confirme ce modèle. Toutefois, les valeurs relativement modérées de ces relations soulignent la fragilité de l'échantillon construit et l'hétérogénéité des indicateurs dans le territoire rural ardéchois. On estime qu'elles sont suffisamment marquées et qu'elles varient suffisamment pour être significatives, jusqu'à atteindre un coefficient de corrélation de 0,29.

Dès lors, ce modèle confirme bien que les logiques spatiales des opérateurs économiques des sports de nature en Ardèche subissent les influences concomitantes ou isolées des trois variables, des trois leviers de la ressource territoriale.

Toutefois, si la sphère publique intervient globalement sur l'économie, la culture et l'environnement interagissent l'un sur l'autre pour former des lieux où le marché des sports de nature diffère. Ces deux piliers sont intimement liés dans le développement des sports de nature. Si les espaces sportifs des sports de nature, leur environnement naturel, sont conditionnés par des processus d'appropriation et de construction mobilisés par des acteurs locaux, c'est bien la communauté locale qu'ils structurent autour d'une identité. Les acteurs y partagent donc une identité commune. Il est donc normal que les indicateurs illustrant leur présence soient corrélés.

La culture, l'environnement et la sphère publique conditionnent la formation de pôles de compétitivité ruraux basés sur le marché des sports de nature aux caractéristiques sociospatiales divergentes. Les pôles centraux, autour des communes touristiques et sportives centrales sont conditionnés par la sphère publique. Puis, en s'écartant en direction des périphéries sportives de nature rurales, la culture et l'environnement prennent une position centrale dans la formation d'un marché touristique et sportif de nature où l'autorégulation est assurée par une communauté locale d'acteurs sportifs de nature.



Le marché des sports de nature se développe donc différemment dans les territoires ruraux selon l'intervention de facteurs inscrits dans des champs politiques, sociologiques ou environnementaux. Les interrelations entre ces dimensions pour aboutir à des territoires où les sports de nature sont marchandisés structurent le marché. Elles sont assurées par les acteurs locaux, par les éléments d'un système local tourné vers la commercialisation d'une forme de récréation.

L'intervention des leviers des ressources territoriales dans plusieurs formes de territoire marchand des sports de nature introduit une dimension complexe dans ce marché. Cette complexité d'un objet social et spatial induit alors la recherche de modèles au travers de la structuration d'un ou plusieurs systèmes. Comme le marché du tourisme sportif de nature est essentiellement composé des entrepreneurs de l'encadrement sportif, ils sont les éléments moteurs de la structuration de ce système.

En outre, ils sont systématiquement les opérateurs ou les destinataires des trois actifs territoriaux que sont la sphère environnementale (opérateurs), la culture locale (opérateurs) et l'intervention publique (destinataire). Les interactions entre ces acteurs économiques semblent donc structurer le marché du tourisme sportif de nature, le système local de l'économie des sports de nature en territoire rural.

La construction de ces interactions doit faire l'objet d'une approche complémentaire à la fois pour déterminer l'avantage comparatif fourni par le territoire, les avantages qu'il fournit au territoire et aux acteurs du marché.

Le système est un ensemble mêlant des éléments et des liaisons sur un espace délimité qui va fournir une clé de lecture essentielle des effets de cette coordination pour les acteurs et pour leur territoire. Cette approche est détaillée dans la partie suivante (troisième partie).



### **Partie 3. Le système et le marché des sports de nature en territoire rural**

Le volume d'activité des professionnels de l'encadrement témoigne de la primauté de ces prestations sportives parmi celles qui relèvent des pratiques de pleine nature. Le développement de cette filière permet des inscriptions durables dans les économies locales en termes de retombées touristiques ou d'emplois.

Néanmoins, cette filière professionnelle se développe suivant deux modèles principaux de complexité. La première forme tient à la très grande diversité des formes de pratique des sports de nature et donc de leurs économies. Les sports de nature marchands sont complexes de manière sociale dans leurs formes d'activité, les types de pratiquants, et spatiale par la diversité des lieux sur lesquels ils s'implantent. En outre, toutes les activités présentes dans le champ des sports de nature ne requièrent pas le même matériel, les mêmes besoins d'encadrement et ne s'inscrivent pas dans les mêmes temporalités (Michon, Ohl, 1993). Ainsi, les sports de nature sont des objets marchands complexes.

La seconde forme tient à leur intégration au territoire, du fait de la dimension complexe de ce dernier. Les sports de nature marchands s'intègrent en profondeur dans les économies territoriales et leurs effets y sont donc particulièrement diffus. Ainsi, les méthodes existantes pour observer les effets de la marchandisation des sports de nature sur les territoires sont nombreuses et n'apportent chacune qu'une part de lumière (Mao, Langenbach, 2006). Il est alors essentiel de se baser sur une méthode permettant d'appréhender le territoire comme un objet complexe, avec lequel les sports de nature marchands interagissent.

Ces complexités méthodologiques et structurelles sont intégrées par une approche utilisant le concept de système à cette analyse des mécanismes de territorialisation des entrepreneurs du marché des sports de nature. Le territoire est un système (Moine, 2007) et il permet une approche globale du fonctionnement coordonné des entrepreneurs de l'encadrement dans les sports de nature. Le système va donc permettre de modéliser et de comprendre les interactions entre ces acteurs territorialisés en prenant en charge les formes de complexités introduites plus haut.

Le territoire est un ensemble que l'on peut qualifier de complexe (Moine, 2007). En effet, il fait à la fois preuve de dimensions multiples (idéelles et matérielles) et est consubstantiel aux échanges entre des acteurs qui s'ancrent suivant ces dimensions. Cette dimension existe à la fois dans ses volets humain et physique (Moine, 2007).

En outre, le territoire, en tant que système, offre l'intérêt d'être l'objet d'interactions entre un système social, celui des acteurs, et un système spatial (Moine, 2007). Appréhendé dans cette dimension bipolaire, il permet de positionner l'économie liée aux pratiques sportives de nature comme moteur des échanges entre acteurs et espaces. Ainsi, il offre un modèle qui constitue un cadre méthodologique pertinent pour le géographe qui veut analyser les interactions d'une activité marchande avec l'espace et il sera présenté dans le chapitre sept.

Le système économique sportif de nature local illustre les liens économiques entre les acteurs des sports de nature et leurs espaces. Il fonctionne donc entre des acteurs et des lieux. Ce système est à la fois formel, structuré par un mode de production, de procédures ou un contexte réglementaire en vigueur dans le champ des sports de nature, et informel.

En outre, l'étude de ce système économique se conçoit en dépassant le fonctionnement pur d'une économie concurrentielle où le capital économique est une valeur centrale. Cette économie n'est pas industrielle, basée sur une pratique individuelle valorisant un capital naturel et un capital financier faible.

Dès lors, il s'agit d'analyser les formes de régulation, de structuration du système économique et sportif de nature local, de l'économie des sports de nature qui reposent sur l'intégration territoriale de dimensions productives, sociales et administratives. Chacune de ces influences structure une forme d'interaction localisée entre l'espace et les acteurs. Ces systèmes existent alors tous en référence à un espace, ils participent à un système territorial. Celui-ci permet au système économique sportif de nature local d'intégrer la dimension interactionnelle entre un réseau social et l'espace.

Le système économique et productif apporte une première clé d'analyse pour les activités sportives de nature marchandes qui s'autorégulent autour d'une logique productive. Ainsi, les activités aquatiques se sont développées "naturellement" en Ardèche suivant une logique marchande. Ses acteurs y interagissent, en partie, au sein d'un Système Productif Local (Courlet, Pecqueur, 2001) en cherchant à défendre une compétitivité locale basée sur une structuration et des interactions endogènes.

Ce modèle a été appliqué puis développé sur le tourisme comme le montrent les travaux sur le Système Touristique Localisé (Perret, 1991). Il est particulièrement opérant à propos des activités sportives de nature aquatiques et permet de comprendre le développement d'une agglomération touristique et sportive de nature autour de ces activités au caractère

marchand, une station touristique et sportive de nature en milieu rural. Les effets de ce volet de la structuration du système seront détaillés dans le chapitre huit.

L'influence systémique du marché du tourisme sportif de nature en territoire liée au système social et aux relations culturelles entre pratiquants, entrepreneurs ou acteurs des sports de nature est abordée dans le neuvième chapitre. Elle permet de développer les échanges informels, cognitifs, informationnels dans le fonctionnement et la structuration du marché, dans un champ conceptuel basé sur les spécificités socioculturelles des sports de nature.

En outre, ce concept apporte des éléments éclairant les mécanismes de structuration d'une activité basée diffuse spatialement. Cette forme de structuration touche en priorité les sports verticaux ou "sur corde" où ces types d'interactions sont très présents dans l'identité du collectif de pratiquants et d'entrepreneurs. Cette forme de système a été abordée dans les travaux sur le Système Culturel Localisé (Corneloup *et al.*, 2008) et l'Offre Locale Socialisée (Bouahouala, 2008) qui seront mobilisés ici.

Enfin, l'apport du système administratif se situe dans la structuration fédérale, institutionnelle et collective du marché des sports de nature. La gestion concertée est le principal outil de mise en relation des acteurs locaux des sports de nature et des opérateurs de ce marché. Elle structure les interactions officielles, institutionnelles en tentant d'encadrer réglementairement le développement local de tous les sports de nature dans une logique collective. Cet apport sera détaillé dans le dixième et dernier chapitre.

Ces concepts participent à la structuration du système qui régit les échanges locaux au sein du marché des sports de nature en territoire rural. La structuration du marché de chacune des activités sportives de nature présente en milieu rural n'est pas identique : elles ont des histoires et des cultures sociales différentes.

Ainsi, ces structurations expriment donc plusieurs formes de proximité géographique qui correspondent à des effets de l'espace sur le fonctionnement du marché. Ces formes de structuration, les concepts qu'elles intègrent et les proximités qu'elles permettent sont résumés dans le tableau suivant (cf. tableau 3).

**Tableau 3 : Structuration du système territorial du marché des sports de nature en milieu rural**

Type de structuration Caractéristiques	Système économique élémentaire – système productif	Système social	Système administratif
Concept	Système productif localisé (SPL), système touristique localisé (STL)	Système culturel localisé (SCL), offre locale socialisée (OLS)	Gestion concertée - CDESI
Pratiques sportives de nature	Sports aquatiques (canoë-kayak)	Sports verticaux (sports sur cordes)	Toutes
Type de proximité	Fonctionnelle	Personnelle, sociale	Institutionnelle

Source et réalisation : Langenbach, 2012

Ils permettent tous les trois d'apporter des éléments de lecture successifs aux interactions entre les consommateurs de tourisme sportif de nature en Ardèche et le territoire du département. Tout cela doit donc bien permettre de se focaliser sur les effets respectifs du marché des sports de nature sur les territoires ruraux, et inversement.

Enfin, l'approche par le système représente une tentative d'analyse basée sur l'empirisme. En effet, le choix d'un ensemble délimité d'outils d'observation d'une activité complexe socialement et spatialement, est essentiel dans le but de proposer un modèle plus global et mieux adapté au champ et à l'objet d'étude. Le fonctionnement spatial de l'économie touristique locale des sports de nature en Ardèche donnera ainsi lieu à la modélisation d'un système économique et sportif de nature local qui comprend les acteurs publics, privés ou intermédiaires, prenant part aux instances de concertation ou identifiés comme membres de ce système.

Toute cette partie sera dédiée, via des apports successifs, à la construction de ce modèle qui devra permettre de comprendre les liaisons bidirectionnelles entre les entrepreneurs des sports de nature et l'espace sur lequel ils le font. Le matériau sur lequel se base cette partie est composé principalement des entretiens réalisés auprès des prestataires de l'encadrement sportif et, en complément, d'entretiens exploratoires réalisés auprès des acteurs institutionnels<sup>101</sup> de ce secteur en Ardèche. La grille de synthèse des entretiens réalisés auprès des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche, entretiens spécifiques à ce travail, est reproduite en annexe (cf. annexe 11).

---

<sup>101</sup> Lors de l'évaluation du Schéma Départemental de Développement Maitrisé des Loisirs Sportifs de Nature de l'Ardèche entre 2006-2009 (Mao, 2009)





## Chapitre 7. L'utilisation des systèmes dans une géographie du marché des sports de nature

L'approche systémique de la spatialité de l'économie des sports de nature ne doit pas chercher à résoudre la complexité, mais l'intégrer en tant que telle, dans une analyse géographique. Cette complexité permet au chercheur de s'émanciper des modèles socioculturels de pratique des sports de nature pour se concentrer sur les interactions dont ils font preuve avec l'espace.

Une fois énoncée, la complexité se justifie par une tentative d'éviter de multiplier les typologies et autres catégorisations d'un monde proposant trop de facettes aux chercheurs en sciences humaines. En effet, dans l'observation du marché des sports de nature, la recherche reste encore trop souvent obligée d'énoncer des exceptions aux règles émises préalablement. Cela correspond notamment aux conséquences des recours fréquents, en géographie, aux variations d'échelles dans l'observation des faits, ou à la non-neutralité de l'espace, et à toutes les formes qu'y prennent les activités sociales, tous facteurs de dimensions supplémentaires.

Le système est un cadre méthodologique adéquat à cette partie de la réflexion. Il permet de prendre en compte une complexité débarrassée d'une certaine postmodernité expérimentale (Dussel, 1998 ; Luyckx, 2002). Cela s'entend par l'utilisation d'outils transposés des sciences physiques ou du vivant pour chercher des règles arithmétiques où la complexité s'exprime par des équations mathématiques.

La « Théorie générale des systèmes » (Von Bertalanffy, 1973) a pour but de dégager des principes explicatifs de l'univers, considéré comme un système, à l'aide desquels il est possible de modéliser la réalité. Von Bertalanffy proclamait alors : « il y a des systèmes partout » (Le Moigne, 1977). Il serait alors possible d'observer et de reconnaître partout des objets possédant les caractéristiques des systèmes. Des ensembles, des "totalités" dont les éléments en interaction dynamique constituent des ensembles ne pouvant être réduits à la somme de leurs parties. Il émane de la théorie de Von Bertalanffy « une vision stupéfiante, la perspective d'une conception unitaire du monde jusque-là insoupçonnée. Que l'on ait affaire aux objets inanimés, aux organismes, aux processus mentaux ou aux groupes sociaux, partout des principes généraux semblables émergent » (Le Moigne, 1977).

L'étude des systèmes généraux (Von Bertalanffy, 1973) consiste :

- à **rechercher l'isomorphisme des concepts, des lois et des modèles** dans les différents domaines, et à favoriser leurs transferts d'un domaine à l'autre »;
- à **encourager l'élaboration de modèles théoriques adéquats** dans les domaines qui en sont dépourvus ;
- à **éliminer les duplications** des travaux théoriques dans différents domaines ;
- à **promouvoir l'unité de la science** en améliorant la communication entre les spécialistes.

Enfin, les systèmes sont vivants en ce que leurs éléments sont capables d'évaluer une situation et de s'ajuster pour perdurer via des boucles de rétroaction négative ou positive. Ainsi, « pour contrôler une action finalisée (orientée vers un but), la circulation de l'information nécessaire à ce contrôle doit former une boucle fermée permettant d'évaluer les effets de ses actions et de s'adapter à une conduite future grâce aux performances passées » (De Rosnay, 1975, Weckowicz, 1989).

Dès lors, pour corréler l'étude du tourisme et la théorie du système, il faut prendre position face à deux interrogations, l'une épistémologique et l'autre méthodologique (Cooper et *al.*, 2010). La première est qu'il faut assumer et « appliquer les lois et les méthodes de la physique à une activité sociale comme le tourisme » (Cooper et *al.*, 2010). Si l'arsenal méthodologique a été en grande partie mis au point dans ce champ, il est utilisé ici uniquement suivant ses conclusions, pour intégrer puis modéliser la complexité et non pas pour développer un raisonnement fondé sur des dogmes physiques ou mécaniques.

La seconde relève, quant à elle, de la difficulté à collecter des informations quantitatives concernant la construction d'un réseau, d'un système, et à les traiter de manière statistique et complexe à la manière de la science physique (Cooper et *al.*, 2010). La mise en place d'un système d'information géographique adapté au périmètre de ce système et à l'objet géographique étudié permet alors de se focaliser sur les effets du système sur ses propres éléments. « Les géographes sont devenus habiles à faire la synthèse de nombreux facteurs de causalité comme aide à la compréhension de la complexité du fait touristique, particulièrement de ses conséquences sur des environnements spécifiques dans l'espace en général et les lieux d'accueil touristique en particulier » (Wall, 2000).

En effet, il s'agit bien là de rechercher les effets du système dans son ensemble sur l'espace, en tant que modèle, plutôt que le fonctionnement infiniment fin de chacun de ses éléments (Cooper et *al.*, 2010). Cela rejoint la réflexion sur le premier verrou, qui permet à l'approche sociale de ne se focaliser que sur les effets du système social dans son ensemble sur son espace, tandis que l'approche physique du système tendrait à prédire la trajectoire individuelle de chacun de ces éléments.

Dès lors, cela permet bien de comprendre les singularités de ces systèmes au travers des singularités de ses éléments plutôt que de se heurter au fonctionnement erratique et singulier de chacun des éléments (Majorana, 1942). Enfin, cette approche systémique et sociale conduit à la mise en évidence de caractéristiques de « haut niveau » (Castellano et *al.*, 2009), globalisables à tout le système étudié et concernant notamment sa symétrie ou son fonctionnement résilient. Ces caractéristiques deviennent ainsi universelles et permettent la « modélisation de systèmes sociaux, en essayant d'inclure seulement les plus simples et les plus importantes propriétés de chacun des éléments pour en modéliser les dimensions qualitatives » (Castellano et *al.*, 2009).

### **7.1. Le système et la complexité**

En premier lieu, la complexité s'entend comme une invitation à décomposer des phénomènes complexes en une multitude de phénomènes simples en recourant pour cela à une méthodologie spécifique. Le monde serait ainsi « beaucoup plus simple dans sa complexité » (Dauphiné, 2003) et surtout plus clair. Toutefois, il n'est pas question ici de recourir à des vérités mathématiques basées sur des formulations strictes des lois régissant le fonctionnement et le développement des espaces géographiques. Le système permet de représenter géographiquement la complexité.

Complexité, système et territoire sont *a priori* des termes qui ne font pas bon ménage. Le territoire, dans les sciences sociales, et particulièrement en géographie, n'est pas fondamentalement compatible avec des concepts aux accents mécaniques et post-modernes. Basé sur des constructions socioculturelles localisées, il s'oppose originellement aux modèles réguliers et réduits, transférés des sciences physiques et mathématiques.

Ce constat trouve une illustration marquante dans « l’Affaire Sokal » (Jeanneret, 1998), archétypale des tensions intradisciplinaires entre les théories issues des sciences dites "dures" et des sciences dites "molles". Néanmoins, le concept méthodologique du système trouve sa place dans l’observation du territoire comme un ensemble complexe, évolutif et en interaction, en respectant ses origines théoriques. En outre, il permet en premier lieu de modéliser un objet géographique où ce qui relève du social et du spatial interagissent.

Ainsi, ce n’est pas forcément faire acte de postmodernisme forcené que de vouloir tenter d’appliquer les règles de la complexité à des objets d’étude à forte consonance sociale. Dans ce cadre, le positionnement de cette recherche dans une géographie économique d’un objet humain et social, l’économie des sports de nature, ne semble pas s’opposer à une utilisation des concepts en principe réservés aux sciences physiques, dites cartésiennes (Cooper et *al.*, 2010).

### **7.1.1. La complexité en géographie**

« La complexité est un paradigme qui se cherche au-delà de la conception horlogère d’un monde fini, achevé, régi à tous les niveaux par une loi unique (...), à la relation linéaire causale se substituent l’interdépendance et la rétroaction » (Passet, 1986). Elle permet ainsi de « rendre concret ce qui nous entoure, sans le caractériser de manière définitive, mais en ouvrant la possibilité à de multiples interprétations » (Passet, 1986). Cette concrétisation du monde constitue le premier motif de recours au paradigme de la complexité. Cette grille de lecture d’une certaine forme de réalité « ne peut se résoudre » (Morin, 1988) et permet principalement d’assumer l’ouverture « d’un champ d’investigation considérable qui force à adopter du recul et à se doter des outils nécessaires afin de comprendre ce qui nous entoure » (Moine, 2007).

La complexité a fait son retour dans les sciences depuis une cinquantaine d’années. Déjà au XVII<sup>ème</sup> siècle, Newton avait formulé une théorie gravitationnelle conforme aux lois de Kepler mais, plus encore, il imposa ainsi une nouvelle façon de comprendre l’univers. Le mouvement des planètes lui semblait trop complexe et il proposa donc d’en remplacer l’étude par l’examen de forces élémentaires. Cela constituait la première invitation scientifique à la simplification volontaire jusqu’au début du XX<sup>ème</sup> siècle.

Si les géographes n'ont pas échappé à cette tendance réductionniste, l'émergence d'une géographie moderne s'est faite en grande partie par la lecture de combinaisons puis de phénomènes complexes (Dauphiné, 2003).

La complexité se situe entre l'ordre et le désordre et se caractérise par trois critères majeurs. La complexité :

- se rapporte à **la variété**, elle est facteur de désordre, eu égard à l'agitation des éléments ;
- est dépendante des **interactions, des connexions** et elle ramène à la notion d'ordre via l'organisation ;
- dépend des **niveaux de résolution spatiale et temporelle**.

La complexité est ainsi souvent perçue comme étant au bord du chaos et demeure dans son existence très influencée par la nature et l'importance des interactions. Il existe ainsi quatre formes de complexité en géographie (Dauphiné, 2003) qui peuvent toutes être observées localement.

- **une complexité causée par un grand nombre de composants** : cette forme de complexité est dictée par un nombre très important de composants entrant en interaction et s'agrégant continuellement. Cette forme a été acceptée par les géographes depuis longtemps, puisqu'une des conceptions de l'espace impliquait une combinaison de phénomènes. Quelle que soit l'approche géographique retenue, l'espace est bien un complexe, physique, géologique, humain. « Un objet terrestre n'est jamais simple » (Dauphiné, 2003). Cette forme peut être qualifiée de "structurelle" tant la diversité des variables et des fonctions s'entend aussi bien dans un domaine physique (géologie, hydrologie, climatologie), que dans une dimension humaine et sociale (économie, culture, politique). En outre, elle peut aussi faire appel à des éléments extérieurs à l'espace, reliés par une certaine connexité et échangeant selon les fonctions présentées précédemment. Dans ce cadre, certains milieux, intraterritoriaux, interagissent : ville et campagne, savane et forêt, ici quotidien professionnel et ailleurs récréatif. Cependant la seule multiplicité des composants n'explique pas la complexité. Un grand nombre d'éléments se côtoyant de manière simple et directe ne compose pas pour autant un ensemble complexe. La multiplication des interactions prime donc sur le nombre de composants dans l'émergence d'une complexité scientifique (Dauphiné, 2003) ;

- **une complexité d'échelle spatiale** : cette complexité a émergé dans des travaux issus de géographes tels que Brunet (1968) ou Claval (1968) dans les années 1970 avec l'utilisation d'échelles spatiales intermédiaires, faites d'agrégats ou d'allers et retours entre le local, le national et l'international. « Les phénomènes géographiques sont rarement enfermés dans un seul niveau, local, régional, ou mondial » (Dauphiné, 2003) ;
- **la complexité de niveaux d'organisation** : proche, mais néanmoins différente de la forme précédente, cette complexité émerge de l'imbrication des niveaux d'organisation. Cette complexité organisationnelle est majoritairement attribuée aux systèmes vivants et humains. En effet, l'acteur ne planifie et ne projette pas son action de la même manière qu'il agisse spatialement en tant qu'individu ou au sein d'un collectif (Gumuchian et *al.*, 2003). L'acteur s'appuie sur des modes d'organisation affinitaires (libres ou affectifs), intermédiaires (regroupements d'intérêts), territoriaux (recomposition territoriale suivant des projets) ou hybrides (associatif, syndical). Ainsi la complexité organisationnelle s'illustre en partie en géographie dans la montée en puissance d'un mode de développement construit localement et collectivement, le développement local ;
- **la complexité des systèmes non linéaires** : il s'agit d'une forme de complexité rapportant à l'aspect chaotique du comportement d'un système et à son imprévisibilité. Cette forme est issue de mécanismes simples à l'évolution complexe. Ainsi, dans un système linéaire, « une variable d'état varie de façon régulière par rapport à une autre variable : une petite cause provoque une grande conséquence. [...], en région tempérée, la hauteur des précipitations augmente de façon linéaire avec l'altitude. Dans un système non linéaire, cette régularité n'est plus de mise » (Dauphiné, 1995). Cependant, les systèmes non linéaires ne sont pas tous insensibles aux conditions initiales. « Un écart à peine perceptible à l'origine prend de l'ampleur au fil du temps et conduit le système vers un état non prévu » (Dauphiné, 1995). Cet effet est connu sous le nom "d'effet papillon", où une modification infime des conditions de départ peut engendrer un effet massif sur le fonctionnement d'un système. Ainsi, dans les systèmes humains et récréatifs, une décision individuelle ou collective peut engendrer des réactions dans des domaines "imprévisibles". Les systèmes humains sont donc par définition paradoxaux, prévisibles en étudiant le système dans sa globalité et imprévisibles dans l'observation de la trajectoire d'un élément observé isolément. Ils sont rendus non linéaires par l'ensemble des choix opérés par chaque individu selon sa propre rationalité (individuelle ou collective).

Le système économique lié aux sports de nature est un ensemble en interaction, ce qui justifie de s'intéresser à sa complexité. Fondé sur les constructions sociales (les interactions, les organisations) et les différents types d'acteurs (différentes familles de pratique), il hérite de leur complexité. Spatialement ou socialement, ceux-ci s'investissent dans cette forme de récréation selon des cadres compliqués et multiples : complexes.

### **7.1.2. Le système pour représenter la complexité**

Ainsi la complexité dans les sciences sociales et dans l'étude des ensembles d'acteurs humains constitue une tentative de compréhension d'un monde objectivement pluriel. « Il est banal de dire que la complexité est partout. Mais la complexité n'est pas qu'un phénomène nouveau datant de cette deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle. C'est aussi l'épuisement méthodologique classique qui nous a amenés à chercher de nouvelles théories et de nouveaux outils pour expliquer des phénomènes soit chaotiques, soit mettant en jeu beaucoup d'acteurs, beaucoup de paramètres » (Soudoplatoff, 1995). Cet "épuisement" conduit donc à cette invitation à l'élévation de notre capacité cognitive dans la compréhension du fonctionnement des systèmes complexes, cette dynamique devant permettre d'utiliser les systèmes comme une entrée paradigmatique vertueuse et non pas systématiquement réductionniste ou constamment basée sur l'utilisation de sous-systèmes.

La complexité peut être symbolisée par « l'incapacité que l'on [éprouve à] décrire tout le système et de déduire son comportement à partir de la connaissance des comportements de ses parties » (Mélèse, 1972). On recourt donc au système pour représenter une situation sociale complexe. « La complexité est attribuable au nombre et à la variété [des éléments constituant les systèmes d'acteurs et les systèmes spatiaux], à l'interdépendance des niveaux hiérarchiques auxquels ils appartiennent et à la non-linéarité de leurs multiples interactions. Il en résulte une dynamique et un comportement particulier, symbolisés entre autres exemples par les effets pervers des systèmes sociaux fondés sur des boucles de rétroaction. En fait, le fonctionnement d'un système est complexe si on ne peut l'expliquer par le comportement des éléments » (Rosnay, 1975 ; Moine, 2007).



Ceci confirme le caractère complexe des systèmes qui interconnectent des acteurs. Ils peuvent être caractérisés par les sept attributs suivants (Moine, 2007) :

- leurs **relations internes sont floues** ;
- ils peuvent être **étudiés sous différentes perspectives** ;
- ils font **rarement preuve de relations causales simples**, mais plutôt de **relations circulaires** ;
- ils s'organisent autour de **plusieurs problèmes simples à première vue** et qui **ne peuvent se résoudre individuellement sans impliquer les autres** ;
- les "**problèmes**", les enjeux, et les objectifs qui les caractérisent font rarement l'objet d'un consensus ;
- les valeurs et la culture des acteurs impliqués diffèrent par essence, **forçant un recours à l'analyse des filtres de perceptions** ;
- ils sont composés par une **variété importante de sous-ensembles organisés selon des fonctions spécifiques, des niveaux hiérarchiques, des échelles et des temporalités variables**.

Ces attributs forment donc les éléments fondamentaux à intégrer pour modéliser le fonctionnement de l'économie locale du tourisme sportif de nature. Ils illustrent parfaitement les points principaux de la démarche qui permettent de représenter cette économie locale comme un système.

L'approche systémique est donc en premier lieu considérée ici comme la trousse à outils servant à démontrer et à représenter la complexité constitutive des espaces géographiques. Elle forme le principal arsenal méthodologique capable de représenter dans leur intégralité les relations internes et externes entre éléments, d'intégrer la nature de ces éléments, les frontières et leurs états, les lois et les propriétés dynamiques.

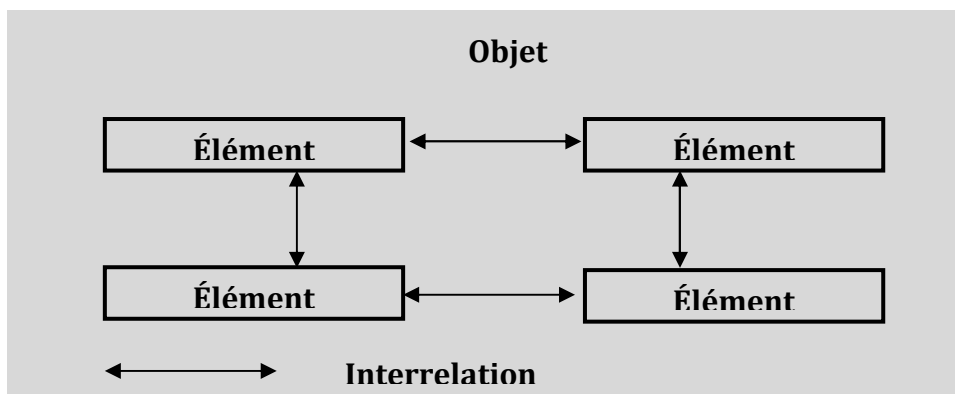
Ainsi, afin de rendre opératoire et intelligible l'identification d'une situation territoriale complexe, l'utilisation des concepts et des méthodes propres à la systémique doit s'inscrire dans une « approche globale » (Moine, 2007). Cette dernière correspond de fait au système qui implique que « le tout s'oppose aux parties » (Moine, 2007). Enfin « l'approche systémique est [...] opérationnelle lorsqu'il s'agit de comprendre et de représenter les interactions qui lient les acteurs d'un territoire » (Moine, 2007).

Quatre étapes interdépendantes, dans l'application d'une approche systémique à un objet géographique, se distinguent :

- **délimiter les frontières du système** afin de distinguer les sous-systèmes ou les éléments intervenant dans sa coexistence. Dans ce cadre, il est possible de discerner trois niveaux au système.

- o **l'espace interne** au système :

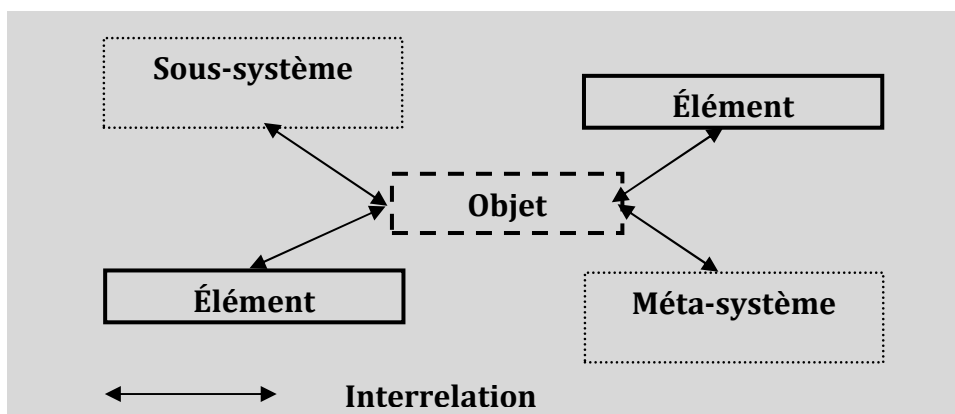
Figure 11 : Schématisation de l'espace interne au système



Source : Dauphine, 2003 ; Réalisation : Langenbach, 2012

- o **l'espace externe** et l'environnement proche du système :

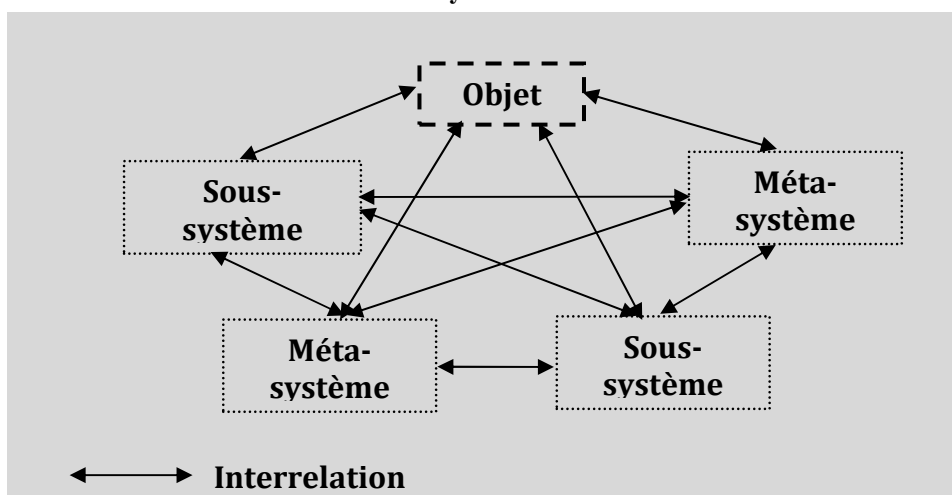
Figure 12 : Schématisation de l'espace externe au système



Source : Dauphine, 2003 ; Réalisation Langenbach, 2012

o **l'environnement** au sens large d'un système :

Figure 13 : Schématisation de l'environnement du système



Source : Dauphine, 2003 ; Réalisation Langenbach, 2012

L'objet est le système étudié et il se situe en référence à un cadre extérieur, à l'intérieur d'un métasystème et en relation avec des sous-systèmes. Ces trois niveaux sont des formes d'espaces qui apportent chacune une modélisation des interrelations entre les éléments du système ou entre systèmes suivant trois principales échelles ;

- **décomposer et désagréger le ou les sous-systèmes** jusqu'à arriver au bon niveau pour répondre à la problématique énoncée ;
- **représenter sous forme de graphes causals, modéliser les relations** ente les sous-systèmes ;
- **identifier les boucles de rétroactions positives ou négatives**, à la base du dysfonctionnement, de l'équilibre ou du développement des systèmes.

Ce paradigme systémique, validé par la perception et la représentation d'un monde socialisé complexe, est une invitation à l'utilisation d'outils divers présents en géographie. Les espaces sociaux ont un fonctionnement résilient observable en utilisant des indicateurs construits spécifiquement. Les systèmes d'acteurs sont constitués par une multitude de stratégies, de positions, de représentations et d'interrelations, qui en valident l'approche par une complexité paradigmatique et méthodologique.

## 7.2. Le territoire comme système

Le territoire peut être abordé suivant un angle de lecture systémique (Moine, 2007). En effet, il intègre des éléments qui sont similaires et valorisés dans les mêmes volumes selon les régions ou les milieux. De plus, il se projette, il possède un but, afin de maintenir son existence. Le système est un concept marginal face au territoire. Il permet cependant de modéliser des relations, aussi bien idéelles que matérielles, entre des éléments localisés et de se concentrer sur l'analyse de leurs effets.

Ainsi, il est possible de souligner quatre logiques fortes dans le progressif rapprochement entre la complexité systémique et le territoire (Moine, 2007) :

- **une institutionnalisation de la complexité** des projets **d'aménagement du territoire** inhérente à la multiplication des lois (L.O.A.D.D.T.<sup>102</sup>, Loi "Chevènement", par exemple), des plans (Systèmes Productifs Locaux de la D.A.T.A.R.), des collectivités (intercommunalités classiques ou de projet) ;
- **un repositionnement suivant une construction collective plus fine et rassurante** au sein d'un contexte mondial de plus en plus globalisé. « Le territoire est alors vécu comme une sorte de retour à la matrice originelle, le lieu d'où l'on est, pas forcément celui où l'on naît, mais dans tous les cas celui où l'on vit et où l'on crée des liens » (Moine, 2007). Le territoire serait alors le lieu de récréation des liens sociaux ;
- **une complexité systématique**, avant d'être systémique, **du monde** où les règles, les limites, les acteurs, les objets, se trouvent et se représentent dans une complexité disciplinaire omniprésente. Ainsi, pour prendre l'exemple des collectivités territoriales, celles-ci aménagent leur territoire en fonction de prérogatives (financières, politiques, environnementales, économiques) et de dynamiques complexes ;
- **une complexité propre à la géographie** dans sa manière d'aborder les mécanismes de développement des territoires. En effet, l'entrée phénoménologique, accompagnant l'étude du territoire, nécessite ce détour par la complexité tant la diversité des situations spatiales ne peut se définir autrement. Cependant, la complexité n'est pas un paradigme facile à intégrer à la géographie tant cette discipline paraît encore échaudée par les expériences passées de la postmodernité.

---

<sup>102</sup> Loi d'Orientation pour le Développement Durable du Territoire

Ainsi, ces quatre logiques concourent à la mise en valeur de la "boîte noire" que représente la constitution d'un système dans le fonctionnement interne des territoires.

*Du système territoire et ses sous-systèmes, au système territorial*

Le territoire « est une construction intellectuelle mouvante, évolutive, floue » (Le Moigne, 1990), dont les caractéristiques correspondent « à celles que l'on peut attribuer plus globalement au principe de complexité » (de Rosnay, 1975). Cette construction intellectuelle systémique se constitue de six éléments distincts (Moine, 2007) :

- une grande variété de **composants possédant des fonctions spécialisées**, les acteurs, les objets du territoire qu'ils créent, utilisent et gèrent ;
- des **éléments organisés en niveaux hiérarchiques internes**, souvent déterminés par le cadre législatif, bien que d'autres formes de hiérarchisation puissent apparaître comme celles qui dominent les systèmes économiques ;
- **des interactions non-linéaires**, fondées notamment sur les multiples choix potentiels des acteurs présents sur un territoire ;
- une importante **difficulté, voire une impossibilité, de dénombrer de façon exhaustive les éléments** qui le constituent ;
- une **grande variété de liaisons possibles** ;
- **des limites floues**, puisqu'en dehors des mailles administratives connues qui permettent de limiter spatialement le système, certains territoires ne présentent, par définition, pas de limites arrêtées avec précision.

Les acteurs interagissent localement entre eux et avec des objets qui se situent dans un espace délimité cognitivement. Le territoire serait « une réordination de l'espace [...]. [II] peut-être considéré comme de l'espace informé par la sémiosphère » (Raffestin, 1986). Ainsi, puisqu'il y a interactions systématiques entre les acteurs et les espaces sur plusieurs dimensions (sous-systèmes et métasystèmes thématiques), le territoire est bien une forme de système.

Il y a trois entités principales au sein du système territoire : trois sous-systèmes. Ils entrent en relation et suivent une évolution temporelle en se basant sur un cadre dynamique les amenant à se déconstruire et à se reconstruire (Moine, 2007).

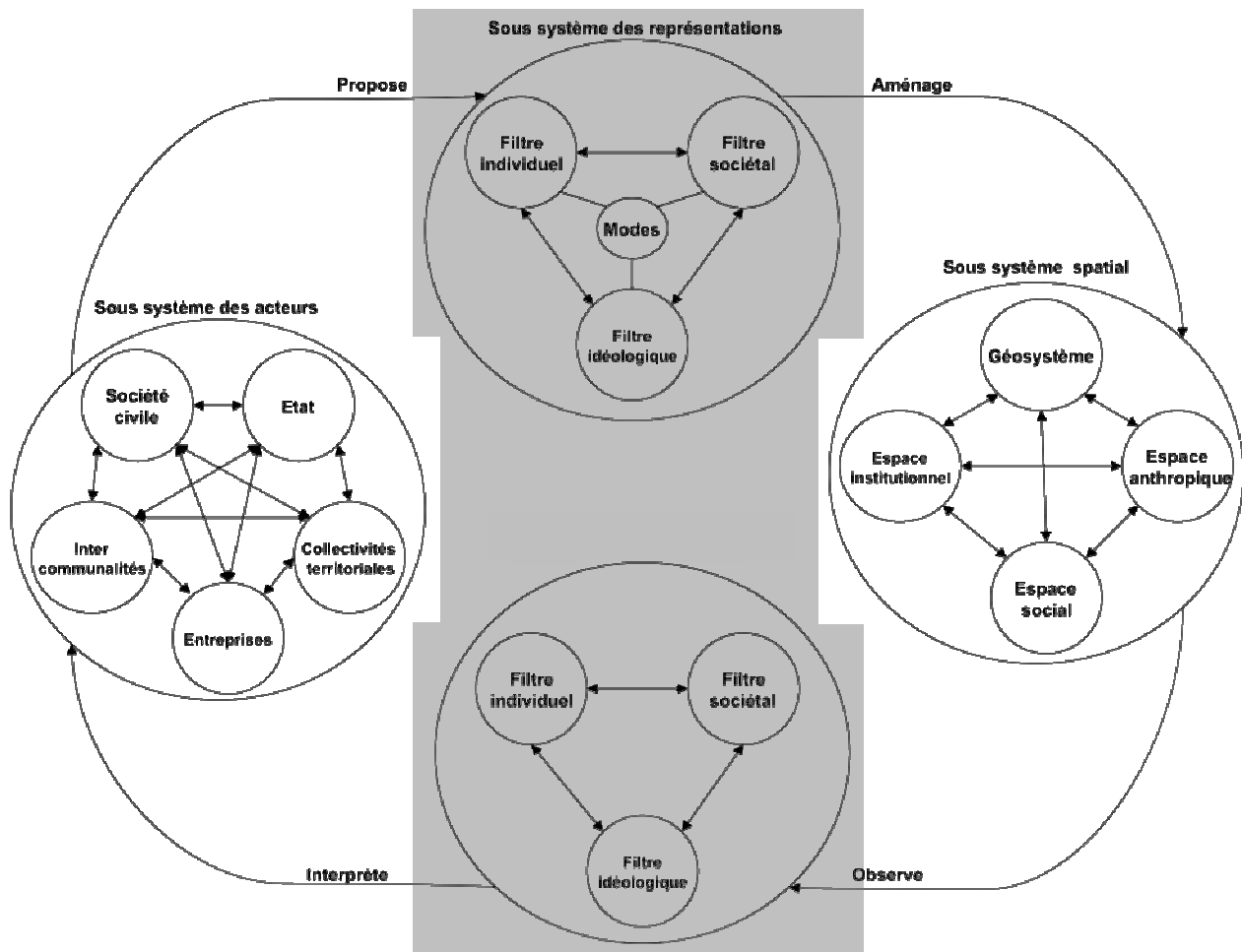
Cette homéostasie du système se fait en tenant compte de l'apparition et de la disparition des interrelations selon des principes de « ductilité » et de « labilité » (Leresche, Saez, 1997). Le système se reforme ainsi sans cesse, il évolue et se recompose au gré des entrées et des sorties de ses éléments (ses acteurs) et théoriquement sans jamais se rompre ou discontinuer.

Dès lors qu'il apparaît, le système territoire possède donc la propriété de se maintenir en fonctionnement en s'appuyant sur une histoire et un environnement pour se reconstruire et avancer. La dynamique selon laquelle il avance, le projet collectif, constitue le fondement de l'orientation prise par les relations entre éléments. C'est la mise en marché des sports de nature qui représente, ici, cette dynamique.

Ces trois sous-systèmes sont les suivants et sont reliés suivant l'illustration faite par le schéma suivant (cf. figure 14).

- **l'espace géographique** : il est approprié et aménagé par l'homme et permet l'apparition « d'organisations spatiales et [d'] interactions fondées sur les interrelations entre les sous-systèmes qui le composent » (Moine, 2007) lui aussi ;
- **le système des représentations** de l'espace géographique : il correspond à des « filtres qui influencent les acteurs dans leurs prises de décisions, et les individus, dans l'ensemble de leurs choix » (Moine, 2007). Ceux-ci interviennent à deux reprises : « lors de l'observation de ce qu'est l'espace géographique, lors de la projection de ce que sera l'espace géographique après le choix d'une action » (Moine, 2007) ;
- **le système des acteurs** qui agissent en concertation ou individuellement sur l'espace géographique.

Figure 14 : Le système territoire : un ensemble de sous-systèmes en interrelation



Source : Moine, 2007  
 Réalisation : Langenbach, 2012

Le système des acteurs garantit de manière efficace la continuité temporelle du système territoire en se basant sur sa complexité recombinate et malléable. Selon Lévy (1994a), les acteurs disposent « d'une marge de manœuvre plus ou moins forte dont ils usent pour produire des finalités contradictoires, elles aussi produites par des représentations et des actions antérieures. Elles contribuent donc à mettre en mouvement, dans la rugosité et la viscosité, la société tout entière et à la rendre différente à la fois de ce que les acteurs en voulaient faire, et de ce qu'elle était précédemment » (Lévy, Lussault, 2003).

Le système des acteurs agit donc sur le système spatial à travers des représentations, avant d'interagir en retour sur ces mêmes acteurs suivant le même type de filtres. L'étude des représentations, qui constituent un ensemble de valeurs et d'objets sociaux compose une géographie culturelle des relations entre les hommes et leurs espaces.

Ce volet est délibérément laissé de côté ici car les représentations collectives sont intégrées comme neutres et n'introduisent pas de déformations aux perceptions partagées par les acteurs de leurs espaces. Les effets géographiques du système des acteurs sur le système spatial, et inversement, sont étudiés au sein d'un système territoire aux filtres cognitifs n'apportant pas de frictions.

Les entrepreneurs de l'encadrement touristique et sportif de nature en territoire rural sont les acteurs locaux d'un système territorial : l'économie des sports de nature. Ils sont donc les principaux facteurs de la complexité au sein de l'économie locale des sports de nature et peuvent être observés à travers les outils de la systémique.

Le système territoire (Moine, 2007) va permettre de voir les effets de leurs actions isolées ou collectives sur l'espace. En agissant dans un système territorial, ils produisent du territoire, ils délimitent et illustrent l'ensemble des éléments avec lesquels ils interagissent. L'économie du tourisme sportif de nature fonctionne localement comme un système territorial mettant en relation des acteurs et des opérateurs territorialisés qui cherchent à produire, puis à commercialiser des produits s'adressant à un public fait de consommateurs : les touristes.

Dès lors l'économie touristique a donné lieu à des tentatives de modélisation par le système (Perret, 1991) où ce marché est représenté par rapport à son environnement, ses structures (institutionnelles, informelles) et ses acteurs.

### ***7.3. Introduction du système dans les sports de nature : l'antériorité du système du tourisme***

Le système est un paradigme méthodologique puissant qui permet une modélisation intégrant un ensemble complet de phénomènes explicatifs. Outre ce sens fort, le « système est également employé dans un sens faible ou classique pour désigner un ensemble de pratiques. La géographie a ainsi beaucoup parlé de systèmes de culture, agraires, [...], et a pu s'intéresser aux systèmes économiques dans le même esprit. Le caractère systémique de ces "systèmes" n'est pas toujours prouvé » (Brunet, 1993). Dès lors, en tant que tel, le paradigme systémique n'a été que très rarement appliqué en profondeur au tourisme (Wackermann, 1988) et jamais au tourisme sportif de nature et à son économie.



Le système peut donc à la fois permettre d'affirmer et d'analyser une réalité compliquée, comme il peut permettre de comprendre et de modéliser une ou plusieurs réalités complexes.

Etant donné que le tourisme se développe dans une multitude de situations récréatives correspondant à des espaces et des groupes sociaux très diversifiés, et qu'il va donc vers une forme de complexité (Cooper, 2010), il a déjà donné lieu à des formalisations par le système (Wackermann, 1988). L'ensemble des acteurs qu'il réunit concourt ainsi à la concrétisation de situations touristiques par des consommations touristiques, des produits. Le tourisme et son système sont donc avant tout productifs (Cuvelier, 1991). Néanmoins, la notion de système touristique propose de lier l'ensemble des acteurs, des structures et des institutions qui interviennent dans ce champ.

Dès lors, les sports de nature marchands se positionnent comme des activités composant l'offre d'activités offertes aux touristes et sont donc en mesure de marquer par leurs spécificités le système touristique. Les sports de nature, qu'ils soient marchands ou pas, ne sont pas que du tourisme et forment eux aussi un sous-système touristique qu'il est possible de qualifier de système sportif de nature. Cette dénomination répond à la fois à la dimension fédérale et compétitive des sports de nature, où les pratiques sont fortement structurées, et à leur dimension libre où les sports de nature sont des pratiques sociales (Miege, 1993).

Toutefois, les sports de nature marchands se conçoivent bien en premier lieu comme une forme de service touristique, une activité s'intégrant au système touristique et qui valorise sportivement une ressource naturelle localisée. Les sports de nature peuvent donc s'intégrer au système touristique à la fois comme des objets touristiques (produits, services) et des sujets touristiques (sources de motivation pour les touristes, des activités ; Wackermann, 1988).

#### **7.4. Le système du tourisme**

Les travaux qui traitent le tourisme comme un système sont nombreux, quelle que soit la forme qu'y prennent les pratiques touristiques (Knafou, Stock, 2003 ; M.I.T., 2005, 2008 et 2010 ; Dewailly, 2005). Selon Dewailly (2005), « non seulement il y a système touristique, mais celui-ci n'est en réalité qu'un sous-système de ce que l'on appelle parfois "le système monde" » (2005). La récréation et le tourisme sont liés structurellement aux sociétés dont ils émanent. Ils sont marqués par les caractéristiques culturelles de leurs sociétés et ils en partagent alors les multiples influences, les multiples dimensions.

L'approche des effets que le système touristique, aussi bien que le système économique des sports de nature, produit sur les territoires doit s'affranchir d'observations isolées, selon des relations linéaires et aux directions univoques. Le système touristique peut se définir en premier lieu comme un « système d'acteurs, de pratiques et de lieux qui a pour objectif de permettre aux individus de se déplacer pour leur récréation hors de leur lieu de vie habituel, en allant habiter temporairement dans d'autres lieux. C'est une forme de récréation avec les loisirs » (M.I.T., 2001).

Ce système d'acteurs, propre au tourisme est constitué « des entreprises [...], de normes et de valeurs [...], de lois [...], de touristes [...], de lieux touristiques de qualités différentes [...], de marchés et de relations non marchandes [...], ainsi que les autres institutions sociales [...], d'imaginaires [...], d'images et de discours » (M.I.T., 2005). Dès lors, ce système prend la forme d'un circuit ou d'un réseau dans lesquels le passage à travers les différentes étapes et les divers états est motivé par un rapport individuel ou collectif à une forme d'altérité, mais se termine par une consommation marchande.

Il s'agit donc d'un système à finalité économique animé par des activités récréatives. Toutefois, cette première définition du système touristique n'apporte pas d'éclairages sur la structuration des interrelations entre les éléments.

Cette construction répond ainsi à la complexification sociale des phénomènes touristiques, mais ne prend pas particulièrement en compte leur dimension marchande (Cuvelier, 1991). Cette dynamique engendre un mode d'organisation des acteurs du système

ou de ses éléments, en fonction d'une finalité sociale récréative. Cette tendance au réductionnisme méthodologique induit une conception métaphorique du tourisme comme « un troupeau indiscipliné que le berger peut conduire avec beaucoup d'efforts sur le sentier adéquat » (Lareu, 1991).

Le système des sports de nature (marchands ou libres) fonctionne en interaction systématique avec le système touristique. Originellement mis en place par des acteurs de la sphère sportive (fédérations, clubs, pratiquants, entrepreneurs, institutions sportives), ce n'est que récemment qu'il s'est mêlé aux produits touristiques, en partie pour répondre au besoin de renouvellement de ces derniers. De plus, en tant que système interconnectant des éléments produits et donc à consommer, le système touristique est en grande partie marchand (certaines formes de tourisme comme le tourisme familial ne le sont pas) et s'oppose donc en cela au système sportif de nature qui est lui originellement et fondamentalement hédoniste.

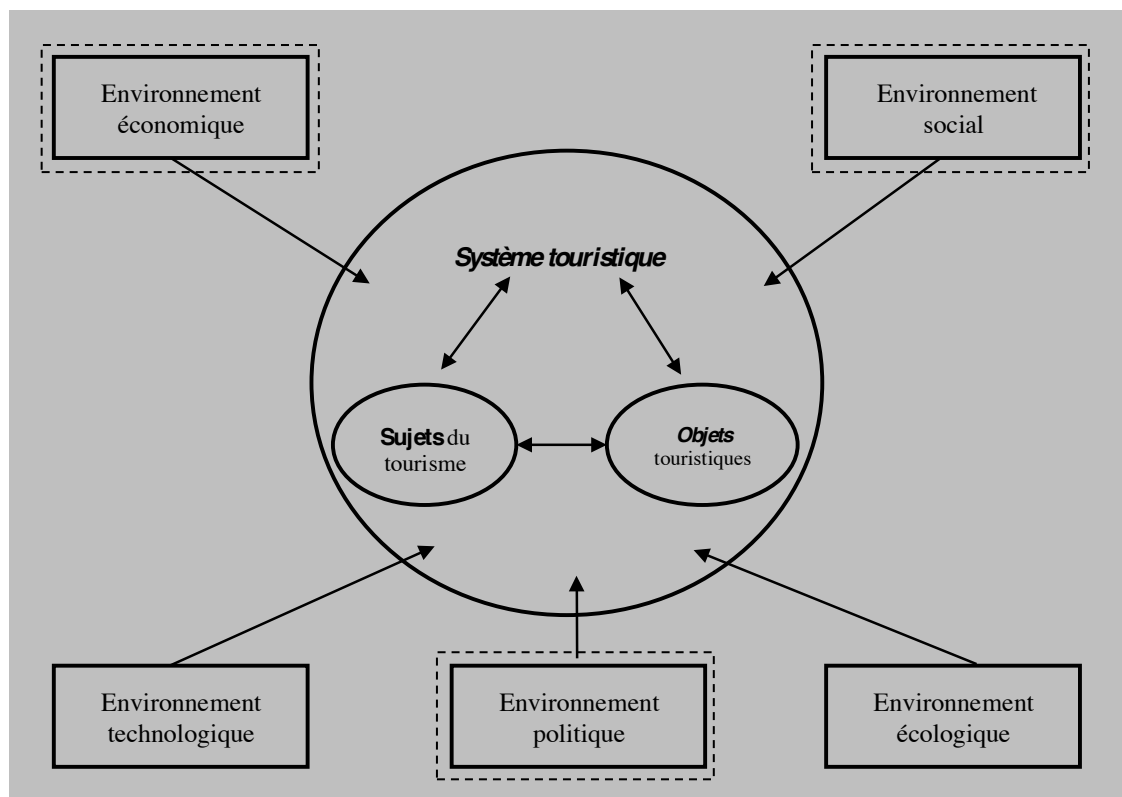
Cette divergence engendre des frictions entre les opérateurs locaux du marché des sports de nature et les éléments des systèmes touristiques. Toutefois, le système sportif de nature fonctionne, ici, sur le modèle du système du tourisme et il relie des produits, des offres sportives de nature, à des consommateurs, des "pratiquants – touristes". Les outils de la géographie permettent ainsi d'identifier les éléments du système touristique, ses acteurs ou les lieux qu'ils utilisent dans leurs pratiques touristiques. Ils permettent d'agir de la même manière à propos du système économique des sports de nature.

## Conclusion du septième chapitre :

Le système touristique est complexe et fonctionne suivant le modèle du système territorial. Il produit alors du territoire. Le système touristique met en relation des opérateurs et des clients dans un système d'acteurs face au système de l'espace géographique (Moine, 2007). Le système implique un développement au sein d'un environnement qui permet de le délimiter. L'environnement est, d'une part, ce qui compose le système de l'espace géographique dans le système touristique et, d'autre part, un ensemble d'influences extérieures, de structures qui s'appliquent sur le fonctionnement du système des acteurs du système touristique. C'est la seconde dimension de l'environnement dans le système touristique, en tant que système territorial qui sera retenue dans cette partie.

La figure suivante (cf. figure 15) montre comment les différents "types" d'environnement jouent sur le système des acteurs du système touristique.

**Figure 15 : Le système territorial et le système touristique**



Source : Wackermann, 1988  
Réalisation : Langenbach, 2012

Le système économique des sports de nature est conçu, ici, de la même manière que ce système touristique, dans sa complexité et dans ses rapports au territoire. Ainsi, les chapitres huit, neuf et dix se focalisent sur les effets des environnements économiques, sociaux et politiques, ("environnements" encadrés en pointillé sur la figure précédente) sur la structuration des interrelations entre les sujets et les objets du marché du tourisme sportif de nature en territoire rural.



## **Chapitre 8. Le système économique territorialisé des sports de nature**

Les entrepreneurs du tourisme sportif de nature qui commercialisent leurs activités en Ardèche forment un ensemble coordonné, un réseau de producteurs. Dès lors, cet ensemble fonctionne suivant plusieurs influences dont la première est celle constituée par le système économique et productif fonctionnel. En effet, une partie des entrepreneurs interagit localement pour commercialiser ses prestations. Le système dans lequel ils s'inscrivent organise donc les interactions entre ces acteurs et le territoire sur lequel ils s'implantent. Le système est en mesure de régir les échanges productifs au sein d'un territoire.

La dynamique territoriale dans laquelle s'inscrivent les acteurs de l'économie des sports de nature, ne peut s'affranchir des autres systèmes économiques productifs ancrés dans les territoires ruraux, des autres marchés de l'économie rurale (économie agricole, industrielle) et avec lesquels ils échangent des capitaux, des valeurs, des produits, et qui en fondent la complexité liée au territoire ; de Rosnay, 1975). L'économie territoriale est donc, en référence à l'économie locale, le corpus théorique qui permet une analyse profonde des économies englobant des acteurs interconnectés, se référant systématiquement entre eux et avec leur territoire.

L'économie territoriale telle qu'elle est conçue aujourd'hui, s'inscrit dans les mutations du marché depuis le premier choc pétrolier. Elle se construit comme une forme de réponse théorique et conceptuelle à la dynamique de mondialisation des économies qui tend à s'appliquer à une grande majorité des secteurs industriels par la réorganisation interne des systèmes productifs. Ainsi, elle oppose à des modes de développement sous-tendus par des dynamiques externes aux territoires, un mode de développement économique basé sur le local comme échelle privilégiée des spécificités et de la compétitivité des économies. Elle permet de matérialiser l'évolution de la place du territoire dans les économies locales.

En effet, l'économie s'est classiquement développée suivant un schéma de globalisation impliquant une standardisation des productions et des modes de production pour obtenir des économies d'échelle et un meilleur rendement. Cependant, cette logique, illustrée par le modèle du fordisme, a connu des crises conjoncturelles, d'une part, et a généré, d'autre part, une perte de singularités pour les filières locales au travers d'une crise structurelle et une perte de rendement. Ainsi, l'organisation industrielle structurante du modèle fordiste et des

économies globalisées (les pôles de croissance) a été remise en cause pour son manque de flexibilité, les contraintes induites par une capitalisation à outrance qui ont limité sa capacité d'adaptation.

La mondialisation de l'espace économique s'est donc accompagnée d'une crise du modèle fordiste (DiMéo, 1998). Celle-ci trouve son fondement dans un alourdissement conséquent des processus de fabrication, avec notamment une augmentation significative des niveaux de contrôle, une déshumanisation du travail et des tâches, ou encore une baisse des taux de rentabilité au cours de la seconde moitié du XX<sup>ème</sup> siècle. Jointes à des mouvements sociaux forts, ces facteurs vont mener à une réflexion profonde sur les modèles économiques (DiMéo, 1998).

La naissance des « théories du développement local coïncide donc avec la volonté politique d'équilibrer le développement au niveau national et mondial » (DiMéo, 1998). Ce mouvement correspond aussi à un renouveau du modèle du district industriel, initialement construit par Marshall à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle (1890). Ce concept se fondait alors sur le constat que les différentes formes de regroupement dans l'espace des facteurs de production ou des agents économiques n'apportaient pas toutes les mêmes résultats en terme de développement. Ces regroupements spatiaux sont des facteurs d'hétérogénéités. Marshall désigne alors par "effets externes" ou "externalités", les avantages que peuvent retirer les agents économiques à se regrouper sur un territoire et en favoriser la croissance, au sens économique. Cette idée d'agglomération des agents est regroupée sous la notion de district industriel et s'entend donc principalement dans une dimension industrielle. Dès lors, ce modèle est réactualisé à la fin des années 1970 à la suite de la crise du fordisme et se voit élargi à d'autres formes de production (Bécatini, 1992 ; Benko, Lipietz, 1992).

Ainsi, le Système Productif Local (S.P.L. ; Courlet, 1999 ; Courlet, Pecqueur, 2000 ; Pecqueur, 2001) et le milieu innovateur (Aydalot, 1986) sont deux manières de chercher à généraliser la lecture des économies locales par les districts industriels en mettant en avant le système des acteurs et leurs interactions.

Pour cela, ces deux nouveaux concepts tentent de comprendre les mécanismes adaptatifs qui permettent la pérennité des systèmes économiques locaux. Si les districts industriels se basaient sur des analyses ponctuelles de la compétitivité des économies locales, les S.P.L. et les milieux innovateurs visent eux à intégrer une dimension interactionniste liée au territoire à cette logique.



District industriel, S.P.L. et milieu innovateur constituent les bases pour saisir l'organisation territoriale des acteurs économiques et sont de nature à mieux saisir les facteurs spécifiques à l'économie des sports de nature et de sa territorialisation. Dans ce domaine, certains auteurs se sont d'ores et déjà référés à ces grilles de lecture pour comprendre les trajectoires individuelles des acteurs des sports de nature et leur relation au territoire support (notamment Bouhaouala, 1999, 2002 et 2008).

L'objectif de ce chapitre consiste plutôt à identifier les leviers de développement propres aux sports de nature à l'aide des outils de l'économie territoriale. Cette démarche implique avant toute chose de mieux identifier les propriétés transversales à chacun de ces concepts avant de présenter comment cela apporte un éclairage supplémentaire sur la nature des dynamiques territoriales auxquelles contribuent les activités construites autour des sports de nature.

On propose donc de revenir dans un premier temps sur les propriétés des trois concepts clefs de l'économie territoriale, afin d'en tirer une lecture synthétique. Dans un second temps, on pourra alors en décliner une lecture dans le contexte des sports de nature. Cette approche permettra non seulement de mieux identifier les leviers de développement s'appuyant sur les sports de nature, mais également de voir quelles sont les propriétés particulières des systèmes productifs ainsi constitués.

## ***8.1. Les formes d'organisation du système économique***

### **8.1.1. Le district industriel**

Le district industriel de Marshall repose sur « une coordination par le marché et par une réciprocité fondée sur la proximité géographique d'une division sociale du travail » (Rallet, Torre, 1995). Il est possible de distinguer trois types de districts industriels (Lévy, Lussault, 2003) selon la définition de Marshall : **les agglomérations technologiques** ; **les agglomérations artisanales ou de PME** (Petites et Moyennes Entreprises) ; **les agglomérations liées à la finance**. Ainsi, « le district industriel est une entité socioterritoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personnes et d'une population d'entreprises dans un espace géographique et historique donné » (Becattini, 1992). En outre, il « tend à y avoir **osmose parfaite entre communauté locale et entreprises** » (Becattini,

1992) au sein des districts industriels. Ces ensembles se réfèrent donc à des espaces sociaux : des territoires. Ainsi, le district industriel autour des sports de nature serait une agglomération d'entrepreneurs exerçant dans des Très Petites Entreprises (Bouhaouala, 1999). Les entrepreneurs proposent des prestations d'encadrement sans transformation de matière, comme dans le secteur primaire, mais ayant pour but d'évoluer dans un environnement naturel. Le marché touristique coordonne bien les relations spatiales entre les opérateurs commerciaux des sports de nature. Il alimente les logiques spatiales de ces entrepreneurs.

Les districts industriels ne sont pas que les résultats d'une concentration d'entreprises attirées par des facteurs initiaux favorables, comme des ressources primaires, mais bien celui d'un « enracinement de nature organisationnelle dans le territoire » (Pecqueur, Zimmermann, 2003), qui rend difficile pour les producteurs « le dégagement du lien au lieu » (Pecqueur, Zimmermann, 2003). Cette liaison privilégiée avec le territoire est due à l'existence d'externalités de proximité qui constituent un bien commun à la disposition de tous au sein du district. Elles sont en retour génératrices d'effets internes positifs et principalement à l'origine de l'ancrage des entreprises sur cet espace.

Ces externalités sont principalement composées par des ressources humaines localisées, possédant un savoir-faire spécialisé et capables de le faire évoluer par des apprentissages successifs. Elles présentent deux caractéristiques spatiales principales :

- les entreprises sont certaines de trouver, dans **leur environnement immédiat, des compétences** qu'elles auraient beaucoup de difficultés à se procurer ailleurs, ce qui contribue à les fidéliser et à augmenter leur préférence pour le district ;
- de nombreux **travailleurs, une fois formés peuvent devenir des entrepreneurs** indépendants, se livrant ainsi à une **activité d'essaimage**.

Dès lors, ces externalités sont, en quelque sorte, les intérêts qu'auraient les entreprises ou les entrepreneurs à se rapprocher. C'est donc afin d'intégrer durablement ces effets qu'ils tendent à se localiser et à s'ancrer dans des districts. Le district industriel est bâti sur cinq points principaux (Benko, Lipietz, 1992) qui permettent une approche croisée de l'économie locale des sports de nature en Ardèche avec ce concept :

- une communauté locale qui possède un système de valeurs et de pensée relativement homogène, qui exprime une éthique commune du travail, de l'activité, de la réciprocité économique et du changement ;

- une population d'entreprises qui est un cas concret de division du travail localisé, qui n'est ni diluée dans un marché général, ni concentrée à l'intérieur d'une seule ou de quelques entreprises ;
- des ressources humaines ; le district offre une forte variété d'activités professionnelles. les travailleurs qui désirent en changer ne sont nullement vus de manière négative ;
- un marché ; dans le marché du district industriel, le prix n'est pas un élément déterminant dans les choix : il y a une forme d'osmose entre le marketing et l'activité de production, sans qu'il y ait de variation de prix due à la première de ces notions ;
- une solidarité ; à l'intérieur du district, l'agent « qui perd une partie, tout en ayant respecté les règles de la communauté, est autorisé à retenter sa chance » (Becattini, 1998).

### **8.1.2. Le système productif local**

La première définition du Système Productif Local (S.P.L.) est la suivante : « une configuration d'entreprises regroupées dans un espace de proximité autour d'un métier, voire de plusieurs métiers industriels. Les entreprises y entretiennent des relations entre elles et avec le milieu socioculturel d'insertion » (Courlet, 1994). Ceci rattache bien ce concept à celui de district industriel. Les relations au sein du S.P.L. ne sont pas seulement marchandes, elles sont aussi informelles et produisent des externalités positives pour l'ensemble des entreprises. Ainsi, le « métier industriel » central (Courlet, 1994) de cette forme d'organisation peut faire intervenir plusieurs branches, toutes issues de la même filière.

Le métier qui est étudié ici est celui de l'encadrement dans les sports de nature qui se situe dans les espaces ruraux et forme en grande partie l'économie locale des sports de nature. Ce concept a été appliqué au tourisme au travers de celui de système touristique localisé (S.T.L. ; Perret, 1991). Il comporte un « mode de fonctionnement, un paradigme technicoéconomique, un système d'accumulation, un mode de régulation et des rapports au territoire » (Perret, 1991) qui sont propres au secteur du tourisme. En outre, le S.T.L. cherche à modéliser le fonctionnement de territoires touristiques au travers de leur mode de régulation (Lois Montagne) et de leurs spécificités structurelles liées à la monoactivité touristique en montagne. La caractéristique commerciale de cette activité touristique implique une filière centrée sur les sports d'hiver et une approche intégrant ses caractéristiques économiques et spatiales (activité se pratiquant uniquement au sein d'un domaine skiable à l'entrée payante).

Le S.T.L. constitue une clé de lecture géographique et économique du système régissant le marché du tourisme sportif de nature avant tout parce qu'il constitue la seule tentative de conceptualisation de ce type, issue du S.P.L., appliquée au tourisme. Il existe une proximité géographique, historique et structurelle entre les espaces touristiques ruraux et montagnards. Le lien de parenté entre les sports de montagne et les sports de nature a été démontré dans la première partie de ce travail. Le système économique des sports de nature en Ardèche est analysé en termes de S.T.L. au sein de la section 8.5. et en complément de l'approche par le S.P.L.

Ainsi, le S.P.L. apparaît comme « une forme d'organisation économique efficiente et comme un lieu de processus économique collectif situé » (Benko, 2003). Il « se caractérise par une concentration géographique originale à l'échelle locale autour d'une ou plusieurs activités principales » (Benko, 2003). Ainsi, tout comme la soierie à Lyon, la coutellerie à Thiers, la porcelaine à Limoges ou encore l'horlogerie dans le Jura (D.A.T.A.R., 1999), les sports de nature constitueraient alors l'activité de services centrale, spécifique, qui se développe en Ardèche et plus particulièrement en sud-Ardèche.

L'analyse d'un S.P.L. passe par trois éléments essentiels (Hautbois, 2004a ; Pecqueur, 2000) :

- une **division du travail entre les entreprises** ; un réseau d'interdépendances s'établit entre les unités de production regroupées localement. Ce système permet aux entreprises de s'organiser directement entre elles et quelles que soient leurs caractéristiques (taille, autonomie). Le fondement de cette organisation est donc purement territorial ;
- une **industrialisation diffuse** est basée « sur des initiatives à dominante locale et sur des interactions fortes entre l'économie et la société » dans des régions à forte tradition artisanale (Courlet, 1994). Ce point nécessite que le système productif s'implante dans une seule et même catégorie d'espace ;
- un **marché et une réciprocité** ; les S.P.L. font appel à la combinaison des deux mécanismes suivants :
  - o le marché, qui constitue ici le mécanisme nécessaire de régulation de la demande et de l'offre de biens.
  - o la réciprocité qui consiste en un échange de services sans rétribution financière. Cette réciprocité prend ses racines dans l'identité sociale de l'agent. Ce sentiment

d'identification est l'élément principal qui permet au S.P.L. d'entretenir des liens avec le territoire.

Cette interaction entre marché et réciprocité définit un mode de fonctionnement différent de celui de la production de masse. Les échanges se font au sein du marché pour la partie marchande et au sein d'un système de réciprocité pour la partie non marchande. L'économie locale serait alors régie par les échanges entre ces deux plateformes. Dans ce cadre, les interactions entre marché et réciprocité s'illustrent de trois manières différentes (Pecqueur, 2000) :

- un **phénomène collectif de prise de risque individuelle** ;
- une **acquisition des compétences professionnelles** grâce à l'appartenance à la communauté ;
- l'apparition d'un **climat relationnel, avec des échanges d'informations facilités** et une confiance réciproque.

### **8.1.3. Le milieu innovateur**

En matière d'activité marchande, l'innovation a pour but de conserver une place attractive au sein d'un marché. Elle devient donc liée à une position sur ce marché et à la perception de cette dernière par les entrepreneurs. Elle n'est pas naturelle, mais correspond à une dynamique collective et localisée, parfois coordonnée. Le concept de milieu innovateur correspond ainsi à « un ensemble territorialisé et ouvert sur l'extérieur qui intègre des savoir-faire, des règles et un capital relationnel. Il est attaché à un collectif d'acteurs ainsi qu'à des ressources humaines et matérielles. Il ne constitue en aucun cas un univers clos, mais, au contraire, en interaction permanente avec son environnement » (Maillat, Kébir, 1999).

Le milieu innovateur n'est pas un ensemble figé, il est au contraire sujet à des processus d'ajustements, de transformations et d'évolutions permanents. Si les formes de pratique des sports de nature sont globalement inscrites dans des démarches d'innovation (Corneloup, Mao, 2010b), les opérateurs locaux de leur marché ne semblent pas particulièrement s'inscrire dans cette dynamique. Si l'ensemble des acteurs des sports de nature participe aux processus d'innovation et d'évolution des pratiques, ce sont surtout les pratiquants qui font évoluer les pratiques sportives (Corneloup, Mao, 2010b ; Hillairet 1999).

Ainsi, les entrepreneurs confrontent une forme de rationalité entrepreneuriale (Bouhaouala, 1999) à l'innovation dans les formes de pratique. Dès lors, l'innovation correspond à une stratégie commerciale choisie individuellement par les entrepreneurs. Le caractère ponctuel voire anecdotique, peut alors être la conséquence d'un mode de régulation contribuant à limiter les distorsions entre producteurs et à privilégier la dynamique territoriale. Du point de vue de la dépendance créatrice cela constitue un moyen de garantir une adoption progressive des innovations d'origine externe, médiatisées par les formes de régulation territoriale.

Les processus d'innovation sont actionnés par deux logiques spécifiques qui se retrouvent à chaque fois partiellement dans le champ de l'économie des sports de nature en Ardèche.

**- La logique d'interaction :**

C'est par leur coopération dans une perspective d'innovation que « les acteurs rendent un milieu dynamique et contribuent à générer des externalités spécifiques » (Maillat, Kébir, 1999). C'est en référence aux effets de ces externalités que les acteurs ont un intérêt à constituer des réseaux pour activer les ressources. L'existence de ces réseaux est primordiale dans le développement de processus d'innovation au sein des milieux.

**- La logique d'apprentissage :**

Elle définit la capacité des acteurs du milieu à modifier leurs comportements au cours du temps en fonction des transformations de leur environnement. Deux phases sont identifiables dans les dynamiques d'apprentissage :

- une phase de compréhension des transformations de l'environnement extérieur ;
- une phase de mobilisation des ressources du milieu pour concevoir des solutions adaptées à la nouvelle situation.

A travers ces trois approches, différentes propriétés des économies locales sont mises en avant en fonction de leur ambition : décrire une forme d'organisation industrielle pour le district, se focaliser sur les ressorts collectifs de l'innovation pour le milieu et chercher à généraliser les facteurs de caractérisation des dynamiques territorialisée pour le S.P.L. et ses déclinaisons thématiques.

Pour l'étude des sports de nature on retiendra trois clefs de lecture transversales afin d'adopter un cadre cohérent avec les différents concepts présentés mais également adapté aux caractéristiques de l'objet d'étude. Ainsi, l'économie territoriale des sports de nature sera abordée sous trois grands thèmes : la structure du tissu productif, la coordination des acteurs, l'apprentissage collectif.

## **8.2. Les structures du tissu productif des sports de nature en Ardèche**

Le tissu productif des sports de nature en Ardèche est, en premier lieu, composé de 152 établissements sportifs<sup>103</sup> et 329 professionnels de l'encadrement (en 2009). Toutefois, ces entreprises ne forment pas qu'un groupe de structures commerciales, présentes au même moment dans un territoire donné, mais surtout un ensemble d'entreprises et/ou d'entrepreneurs en interactions productives. Dès lors, un réseau d'interdépendances s'établit entre les unités de production regroupées localement dans le cadre d'une division du travail entre les entreprises. Ce système permet aux entreprises de s'organiser directement entre elles, quelles que soient leurs caractéristiques (taille, autonomie).

Le fondement de cette organisation est purement territorial. Dans ce cadre, les entrepreneurs et les entreprises des sports de nature se confondent très souvent (Bouhaouala, 1999) tandis qu'ils assurent l'intégralité des étapes de la production dans cette filière en Ardèche. En outre, les prestataires de l'encadrement rencontrés en Ardèche fournissent tous le matériel spécifique nécessaire à la pratique et ils transportent les pratiquants jusqu'au lieu de pratique, si besoin. Ces prestations représentent quasiment à elles seules l'intégralité des échanges marchands dans les sports de nature en Ardèche. En effet, il y a des structures de location de matériels sportifs (embarcations et V.T.T.) qui participent surtout à la famille des activités aquatiques et de manière marginale à celle des activités terrestres (un seul loueur de cycles recensé). On observe ici un gradient des formes de diffusion industrielle tel que mis en avant par le concept de S.P.L. et qui prend des formes variées au regard de l'articulation des différentes prestations proposées et en fonction du type d'activité considéré. Le cas des sports aquatiques fera ainsi l'objet d'une analyse particulière en tant que S.T.L. à part entière, le canoë-kayak se révélant, en Ardèche, être une activité suffisamment structurante pour se

---

<sup>103</sup> Information issue de la base de données constituée en 2001 par le collectif "sport" du Cermosem et mises à jour périodiquement.

rapprocher d'une forme de S.P.L. à part entière et eu égard à son inscription particulière dans la dynamique touristique locale.

Dans ce sens, on peut distinguer les sports de nature des activités traditionnellement considérées dans le champs de l'économie territoriale. Plus qu'une division réelle du travail, ils se composent d'une diversité de prestataires indépendants, chacun spécialisés, voire qualifiés, dans une pratique particulière dont la coprésence sur un même territoire contribue à l'émergence d'une offre de type bouquet.

Au-delà des lieux de pratique, l'espace joue ici un rôle actif, à la fois en termes de contexte économique (limitation des enjeux liés à la disponibilité foncière) et en termes de captation de clientèle, ces deux conditions étant nécessaires à la constitution d'un tissu de professionnels des sports de nature. Si celles-ci sont réunies, la qualité des lieux de pratique contribue à la concentration spatiale des encadrants, propice à l'émergence d'une dynamique territorialisée ou renforçant celle impulsée par le tourisme.

Dans tous les cas, l'impératif d'attirer une clientèle suffisante explique la proximité des activités des sports de nature avec les activités typiques du tourisme. La gestion de cette clientèle et de la variabilité des flux implique nécessairement une certaine coordination entre professionnels afin de répartir les flux entre eux et entre les espaces de pratiques intéressants d'un point de vue marchand. Ainsi, lorsqu'ils sous-traitent une activité en Ardèche, comme ailleurs (Paget et *al.*, 2007), les entrepreneurs font appel à des entrepreneurs similaires, eux aussi à même de produire intégralement des sports de nature marchands sans aide externe.

« *J'échange souvent des clients avec lui, on complète nos groupes, mais il sous-traite parfois aussi des activités qu'il ne peut encadrer* » (Extrait de l'entretien n°3).

Cette externalisation se fait donc uniquement lors d'un accroissement soudain de la demande et pour une prestation similaire et non pas intermédiaire (Paget et *al.*, 2007).

Enfin, le tissu productif des sports de nature fonctionne suivant cette logique économique locale mais aussi suivant une logique spatiale spécifique. Les logiques spatiales de l'économie des sports de nature sont hétérogènes et elles sont marquées par une opposition entre une diffusion et une agglomération des entrepreneurs. Suivant ce cadre, les entrepreneurs des sports de nature marchands s'agglomèrent, en Ardèche, au niveau des centres touristiques et dans les espaces ruraux en fonction de facteurs sociaux et environnementaux.



Ceci a été démontré dans le chapitre 5, puis analysé dans le chapitre 6 de la seconde partie de cette thèse. Les entrepreneurs des activités aquatiques se regroupent au niveau des centres touristiques et ils sont, par ailleurs, ceux qui semblent le plus échanger localement dans une perspective productive. En revanche, les entrepreneurs des activités terrestres et verticales se regroupent quant à eux dans des périphéries rurales et sportives. La diffusion des entrepreneurs n'est donc pas systématique, mais elle concerne différemment des familles d'activités sportives, elles-mêmes marquées différemment par des formes d'interactions productives.

### ***8.3. L'interaction et la coordination entre les acteurs de l'économie des sports de nature en Ardèche***

Les entrepreneurs, intégrés à un tissu productif spécifique au territoire rural de l'Ardèche interagissent entre eux et développent des formes de coordination propres à l'économie des sports de nature. Ainsi, dans ce cadre territorial, tous les entrepreneurs des sports de nature rencontrés, sans exception, indiquent qu'ils se sentent insérés dans une communauté locale d'acteurs économiques des sports de nature. De fait, les sports de nature et leur organisation économique sont, par nature, le fruit d'aller-retour entre l'individu et le collectif, entre leurs propres pratiques et le partage de leurs lieux d'exercice professionnel. La qualité de pratiquant préalable au statut d'encadrant, s'appuie sur un partage de valeurs communes. Dans ce sens, les sports de natures constituent un terreau fertile pour l'émergence d'une dynamique territoriale sur laquelle le développement local peut s'appuyer. En effet, cette articulation des comportements individuels est crucial pour la mise en place des prestations liées aux sports de nature dans la mesure où elle met en jeu la sécurité des clients et où la pérennité des activités repose sur le partage des sites de pratique. D'un côté, il faut équiper ces sites et garantir la viabilité de ces équipements, de l'autre, il faut en réguler l'accès, non seulement pour des raisons de sécurité, mais également pour préserver la qualité des prestations. Ce contexte rend impératif la coordination des acteurs, leur proximité affinitaire constituant un catalyseur de leurs interactions. D'un point de vue très pragmatique, les acteurs de sports de nature échangent sur leurs pratiques individuelles, sur leur conception de ces pratiques et de leur manière d'encadrer leurs clients. Cette base s'avère alors propice à une réflexion partagée sur la gestion des sites, de leurs équipements et donc des formes de pratiques qu'ils peuvent accueillir jusqu'à des dynamiques d'innovation, qui seront abordées dans la partie suivante.

Cependant, à l'intérieur de cet ensemble, ils interagissent à des degrés variables et ne se coordonnent pas systématiquement.

En premier lieu, ces entrepreneurs des sports de nature se positionnent dans un espace d'interactions productives, le marché. Toutefois, en matière de prix, les professionnels des sports de nature questionnés indiquent tous se positionner à proximité très rapprochée du tarif moyen préconisé par leur syndicat professionnel respectif. Ils indiquent donc ne pas se démarquer au sein du marché au travers des prix de leurs prestations, ni s'ajuster ou interagir en fonction des tarifs proposés par les concurrents. Les syndicats de professionnels des sports de nature indiquent des tarifs moyens que les professionnels sont libres de choisir ou non. Néanmoins, comme cela a été démontré dans le chapitre 6 (section 6.1.2.), les tarifs pratiqués varient légèrement en fonction des lieux d'implantation des entrepreneurs.

Toutefois, ils ne constituent pas une réelle variable d'ajustement au sein du marché, puisque les tarifs relevés en Ardèche pour 122 prestations varient de + 9,5 % à - 16 % au maximum (soit une variabilité de 25 % environ). De plus, seuls deux entrepreneurs<sup>104</sup> indiquent tenir compte des règles du marketing pour rester attractifs, tandis qu'ils ne réalisent aucune analyse poussée dans ce domaine. Cette position reste une position de principe puisqu'ils ne semblent pas en mesure, ni d'assumer les coûts, ni de réaliser eux-mêmes des analyses de positionnement marketing. Toutefois, ils indiquent ainsi être sensibles à leur positionnement au sein d'un marché jugé comme concurrentiel. Le reste des entrepreneurs se contente d'être présents autour des lieux où ils identifient une demande suffisante pour leur activité.

En outre, les interactions entre les entrepreneurs des sports de nature au sein d'un réseau local illustrent une forme de solidarité. Celle-ci se matérialise en Ardèche dans les échanges, les prêts de matériels ou de personnel, ou par la sous-traitance entre les entrepreneurs de l'encadrement dans les sports de nature. Ainsi, dix prestataires sur dix-sept indiquent s'allier, plus ou moins régulièrement, avec un ou des entrepreneurs de l'encadrement installés localement afin de répondre à une demande particulière. Les entretiens ont montré que si des divergences d'opinions marquées existent entre plusieurs prestataires (politiquement, environnementalement, éthiquement), ils passent souvent outre afin de s'épauler professionnellement.

---

<sup>104</sup> Entretiens n°15 et n°9

*« Ca me pose pas de problème quand des boîtes qui font du tout "canoë" viennent me voir pour que j'encadre leurs clients un jour de plus en canyon », « On est tous dans le même bateau là, autour de Vallon, on est pas encore trop et c'est bien utile de se refiler des bons tuyaux entre "pros" du coin. De toute façon on se connaît tous » (Extrait de l'entretien n°9).*

De manière générale, une grande majorité des entrepreneurs se tiennent informés des évolutions saisonnières et conjoncturelles de l'activité commerciale chez leurs concurrents. Les lieux de pratique qui accueillent à la fois les pratiquants à titre personnel et professionnel permettent donc de créer une forme de sociabilité (Mao, 2003), puis une forme de solidarité au sein des collectifs de pratiquants dont font partie les entrepreneurs (Corneloup et al., 2001).

Dès lors, la solidarité entre les membres d'un réseau local d'entrepreneurs, d'un système économique local, entraîne une forme de réciprocité dans les interactions. D'une part, la réciprocité se situe dans la complexité des échanges entre les entrepreneurs et d'autre part elle s'illustre par l'identification, pour les entrepreneurs, d'une situation au sein d'un groupe social ancré territorialement. Cette réciprocité est bien présente chez les opérateurs du marché des sports de nature en Ardèche. L'intégralité des entrepreneurs rencontrés en Ardèche souligne un lien, plus ou moins marqué, au territoire et une position au sein d'une communauté locale où ils interagissent de manière réciproque.

*« J'étais à la recherche d'un lieu qui corresponde à mes attentes, j'ai trouvé ça ici, j'y suis bien et j'essaye autant que possible de participer à la vie du coin ». « Mais je n'ai pas la même pratique ni façon de vendre ici que dans le Vercors » (Extrait de l'entretien n°10).*

*« J'essaye de rencontrer les riverains quand c'est possible, je trouve que c'est important de montrer aux gens ce que l'on fait et pour les clients je trouve que ça fait partie de la découverte du territoire et du patrimoine » (Extrait de l'entretien n°15).*

La réciprocité, au travers de l'ancrage dans un groupe social, est donc un élément important des échanges productifs entre entrepreneurs dans l'économie locale des sports de nature en Ardèche (Corneloup et al., 2004).

Ces points soulignent l'existence de valeurs de confiance et de solidarité au sein du réseau local de producteurs, qui permettent de mettre en évidence un système coordonné de production. Toutefois, il y a de fortes divergences entre les filières professionnelles des sports de nature verticaux, terrestres et aquatiques en Ardèche en matière de lecture analytique de leur mode de coordination.

**Les sports terrestres sont des activités économiques "simples"** ne demandant que peu de matériel et dont les lieux où les types de lieux supports des prestations d'encadrement sont nombreux (campagne, montagne, littoral, périurbain). La formation professionnelle requise, peut être acquise à l'extérieur du territoire ardéchois et n'implique pas de spécificités nécessaires à la pratique dans ce territoire. Dès lors, ces activités sont commercialisées directement par les entrepreneurs de l'encadrement, qui prennent en charge eux-mêmes les clients et n'intègrent pas d'intermédiaires ou de sous-traitant dans la chaîne de production. Elles ne donnent donc pas lieu à des interactions systématiques avec d'autres acteurs de l'économie des sports de nature, y compris ceux de la même famille d'activités. Les entrepreneurs de l'encadrement des sports terrestres fonctionnent de manière individuelle. Ils ne s'intègrent pas, de manière générale, à un système productif local.

**Les activités sportives verticales sont, elles, commercialisées dans une logique entrepreneuriale.** Ses entrepreneurs sont formés localement au C.R.E.P.S. de Vallon-Pont-d'Arc qui est une des seules structures permettant leur formation en France. Cela positionne cette structure comme une plateforme d'échanges importante pour les professionnels. En revanche, ces derniers n'intègrent pas d'autres opérateurs économiques au circuit de production de leur activité. Lorsqu'ils recourent à du matériel, ils en sont les fournisseurs.

Enfin, les marchés du tourisme sportif de nature vertical et terrestre utilisent des espaces sportifs présents en Ardèche sur une grande partie du territoire. Tout comme dans les activités terrestres, les activités commercialisées au sein des activités sportives verticales ne nécessitent pas obligatoirement de suivre une procédure ou une convention pour avoir accès aux sites de pratique. Les mesures de gestion concertée y sont peu prégnantes, ce qui tient en bonne partie à la nature des espaces sportifs utilisés (espaces marginaux). Cette logique, n'implique donc pas pour les entrepreneurs de devoir gérer en concertation avec les propriétaires ou les institutions territoriales, l'accès à leurs espaces de pratique. En outre, les prestataires peuvent maîtriser l'intégralité de la chaîne de production et proposer eux même du matériel ou le transport. Dès lors, ces activités ne sont pas, non plus, commercialisées dans

une logique d'interactions systématiques au sein d'une filière locale professionnelle. Les entrepreneurs proposent, en bonne partie, leurs activités dans des logiques individuelles. Toutefois, ils peuvent interagir à quelques moments précis, comme lors d'accroissements temporaires importants de la demande (saison haute).

En revanche, **les activités aquatiques et le canoë-kayak, de manière plus précise, fonctionnent sur le modèle du système productif local** en sud-Ardèche. Cette activité s'est donc constituée localement en un système productif, de manière autoconstruite et autorégulée dans les communes touristiques du sud-Ardèche on l'a démontré dans le chapitre 6.

Cette filière est la plus ancienne à structurer le marché du tourisme sportif de nature en Ardèche. Cette dimension productive différencie cette filière de celles des activités sportives de nature terrestres et surtout verticales où cette logique est quasiment totalement absente. La filière sportive du canoë-kayak forme donc un système productif local.

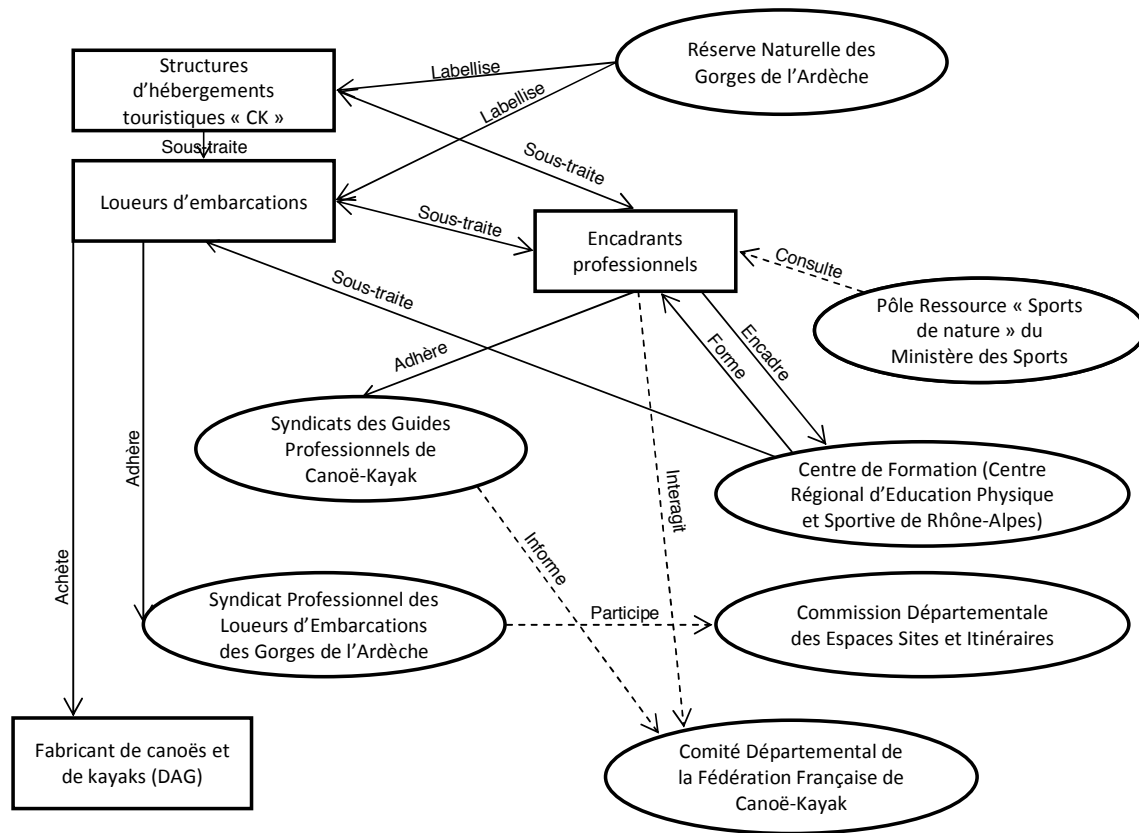
Celui-ci intègre donc les acteurs et les opérateurs locaux suivants :

- des entrepreneurs de l'encadrement marchand,
- des loueurs de matériels,
- des structures d'hébergement touristique dédiées au canoë-kayak (principalement des campings installés en grand nombre le long de la rivière Ardèche),
- un producteur de bateaux en plastique destinés à cette activité (DAG),
- un syndicat local des loueurs d'embarcations,
- un syndicat des guides professionnels du canoë-kayak,
- un centre de formation local, qui recourt aux entrepreneurs de l'encadrement pour guider ses formations,
- un centre technique national implanté localement qui héberge un club de canoë-kayak de niveau international,
- un syndicat de gestion de la réserve naturelle au sein de laquelle l'activité se déroule (le Syndicat de Gestion des Gorges de l'Ardèche).

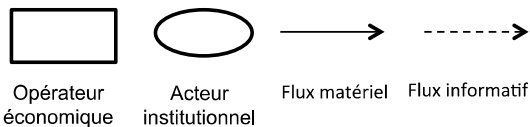
Tous ces éléments interagissent localement entre eux, de manière matérielle ou informative. Ces interactions relient des acteurs institutionnels et des opérateurs économiques de plusieurs types. Ces opérateurs, producteurs et loueurs de matériels, encadrants professionnels et structures d'hébergements touristiques, exclusivement orientés vers l'activité sportive du canoë-kayak, se coordonnent localement dans une logique productive.

Ce système s'organise et ses éléments interagissent de la manière suivante (cf. figure 16).

**Figure 16 : Système productif local de l'activité du canoë-kayak dans les Gorges de l'Ardèche**



Légende :



Source et réalisation : Langenbach, 2012

Les liaisons matérielles au sein de ce système sont d'ordre commercial : les opérateurs sous-traitent ou achètent des biens et des services entre eux, ils adhèrent à des institutions sportives ou encore forment des stagiaires.

Les liaisons informatives sont, elles, destinées à affirmer le fonctionnement du système. Les acteurs et les opérateurs s'informent mutuellement, se consultent, officiellement ou non, et participent à des instances de gestion locale. Enfin, ce système intègre des interactions entre les opérateurs du marché et les structures institutionnelles et fédérales participant à la gestion locale des sports de nature et, en l'occurrence, des sports aquatiques (Comité Départemental de la Fédération Française de Canoë-Kayak, Conseil

Général et C.D.E.S.I.). Cette famille d'activités est la seule à mettre en lumière un fonctionnement suivant le modèle du système productif local.

Toutefois, ce système confirme que des interactions structurent le fonctionnement de l'économie de certaines des familles d'activités sportives de nature. Ces interactions peuvent néanmoins intervenir ponctuellement entre des entreprises, ou des entrepreneurs de chacun des sports de nature présents localement, mais sans former de systèmes productifs locaux.

Ainsi, seules deux établissements sportifs de nature ardéchois, proposant des activités verticales, ont opéré des rapprochements commerciaux, de "coentreprises" (entreprises Adrenaline et Escapade). Cela signifie que ces deux sociétés ont racheté des structures d'hébergements touristiques, ainsi que des équipements sportifs de nature privés (Parcours Acrobatiques en Fôret). Cela correspond pour ces entreprises à la mise en place d'une intégration verticale plus forte de leurs offres. Elles cherchent ainsi à maîtriser l'intégralité de leur production des sports de nature en innovant commercialement.

En outre, seuls deux entrepreneurs des sports de nature en Ardèche rencontrés participent financièrement au développement d'autres structures que la leur<sup>105</sup>. Ils prennent pour cela des parts du capital d'autres sociétés. Si ces coentreprises peuvent se faire sans formalisation administrative, en conservant deux entreprises distinctes mais dépendantes, il existe néanmoins dans les cas observés ici un formalisme social (Bouhaouala, 1999). Ainsi, il convient pour les entrepreneurs de respecter des cadres socioculturels locaux afin de s'intégrer au marché des sports de nature en Ardèche. Ces cadres correspondent en partie à l'ancrage territorial des entrepreneurs en Ardèche et au marquage territorial de leurs prestations. En retour, cet ancrage leur permet alors de s'intégrer à l'économie locale, leur y garantit une place. Ils opèrent à de rares occasions des fusions de leurs structures, rachètent des entreprises (regroupement d'échelle comme seule l'a fait l'entreprise Escapade) ou investissent dans d'autres entreprises pour en permettre une croissance commerciale.

Les deux entreprises, ayant atteint un seuil commercial important, peuvent effectuer des missions de conseil technique ou de marketing qui leur servent à gérer leur positionnement concurrentiel sur le marché local de leur activité. Ces structures sont les deux seules à diversifier radicalement leurs activités (travaux acrobatiques, entretiens des milieux, recherche d'autres clientèles) pour s'adapter et se prémunir des évolutions conjoncturelles ou plus profondes de ce secteur (Rech, Mounet, 2011).

---

<sup>105</sup> Entretiens n°9 et n°15

Il existe une dimension affinitaire liée aux pratiques qui constitue un support d'échange entre les professionnels. Ceux-ci échangent avant tout au sein de leur famille d'activités et suivant les cadres sociaux et économiques de ce regroupement. Ainsi, si l'on positionne les sports de nature comme un levier de développement des territoires ruraux, il est nécessaire de considérer les territorialisations liées aux dimensions économiques des activités et propres à chaque communauté d'entrepreneurs.

#### ***8.4. L'apprentissage et la dimension collective de l'économie des sports de nature en Ardèche***

Les interactions et le mode de coordination du réseau des entrepreneurs des sports de nature permettent aux acteurs composant le système économique local d'utiliser sa dimension collective pour affirmer leur compétitivité. Cette dynamique se retrouve sous les notions d'apprentissage et d'innovation. La question de l'innovation est particulièrement prégnante du développement des sports de nature : ces pratiques des milieux naturels étant de nature récente leur croissance récente repose sur une dynamique d'innovation particulièrement active (Corneloup, 2010). Fondamentalement ce mouvement est a-territorial et contribue surtout à la structuration d'une filière industrielle du matériel des sports de nature. Si les prestataires encadrant n'échappe pas à cette tendance, il est important de souligner la fracture entre la pratique individuelle et l'adoption des innovations d'origine externe au sein du système économique territorialisé des sports de nature. Cette diffusion restreinte des innovations techniques, contribue à limiter les distorsions entre prestataires et s'inscrit dans une perspective de régulation du système territorial dans lequel la dimension endogène des innovations prime sur l'adoption des dernières techniques commercialisées. En outre, cette dynamique interne contribue à la diffusion progressive des innovations et ainsi à leur adaptation aux formes de pratiques qui se sont construites localement.

Ainsi, on a vu plus haut que les entrepreneurs connaissent chacun la quasi-totalité de leurs collègues locaux, au sein des mêmes familles d'activités mais aussi des autres sports de nature. Dans ce cadre, chacun a connaissance des actions des syndicats locaux et des institutions territoriales en matière de développement des sports de nature. Cela confirme donc que les entrepreneurs s'échangent régulièrement des informations lors de pratiques sportives personnelles et professionnelles situées. Ces interrelations territoriales informelles,



liées en même temps aux sphères personnelle et professionnelle sont des spécificités des sports de nature qui tiennent essentiellement au fait que ces opérateurs sont tous des pratiquants locaux et des entrepreneurs locaux de la discipline (Bouhaouala, 1999).

Les prestataires marchands des sports de nature en Ardèche forment ainsi un réseau d'acteurs qui fonctionne de manière informelle mais aussi formelle puisque leurs échanges sont, à d'autres occasions, institutionnalisés. La dimension formelle correspond aux interactions créées au sein des cellules et des procédures de gestion concertée et maîtrisée des sports de nature, mises en place par les institutions publiques et parapubliques des sports de nature. Celles-ci font l'objet de contractualisations engageant ses membres (financièrement, règlementairement).

La Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires sportifs de nature (C.D.E.S.I.) joue ce rôle en Ardèche, où elle est instituée officiellement et fonctionne régulièrement. Elle permet, en premier lieu, aux acteurs suivant ses travaux de s'informer sur l'inscription des sites sportifs, les supports des prestations, à un plan départemental visant à en préserver l'accès et la qualité. Elle permet, en second lieu, aux entrepreneurs de bénéficier d'un appui stratégique et d'une aide à la structuration de la part des institutions territoriales. Les prestataires économiques ont le droit de s'exprimer au sein de cette instance, au travers de la voix attribuée à leur syndicat local (Pro Sports Nature Ardèche). Cette formation syndicale est, elle, un autre de ces vecteurs de formalisation des échanges, où se tissent des liens assurant une partie du fonctionnement du réseau local d'acteurs économiques des sports de nature.

En outre, le centre de formation professionnelle C.R.E.P.S. de Vallon-Pont-d'Arc est un autre vecteur de formalisation des échanges entre entrepreneurs qui y interviennent pour encadrer les stagiaires. Ce centre dispense principalement des formations pour les sportifs désirant encadrer professionnellement dans les activités dites en milieu spécifique (métiers dits "sur corde") comme la spéléologie et l'escalade. Toutefois, le C.R.E.P.S. forme aussi les futurs professionnels des sports aquatiques et terrestres, mais ces formations ne lui sont pas réservées, contrairement aux sports verticaux.

Ainsi, les entrepreneurs locaux de ces activités interviennent auprès de cette structure pour encadrer les différents stages pratiques contenus dans les formations en canyoning, spéléologie et escalade.

« J'interviens en tant que breveté d'Etat auprès du C.R.E.P.S de Vallon Pont d'Arc ». « Les stagiaires utilisent les scolaires de la région pour parfaire leur pédagogie ainsi que bénéficier des infrastructures de la base du C.R.E.P.S. ». « Je participe aussi aux jurys lors de différentes unités d'enseignements » (Extraits de l'entretien n°11).

De ce fait, cette structure de formation permet un regroupement épisodique des prestataires locaux et un partage régulier des informations entre eux.

Si les espaces sportifs sont les lieux de la sociabilité informelle dans les sports de nature, c'est principalement à travers eux que les acteurs échangent autour d'une vision marchande de leurs activités (Mao, 2003).

Cette organisation collective qui dépasse les prestations individuelles illustre la présence de ressources humaines spécifiques à la marchandisation des sports de nature. Ainsi, comme démontré plus haut, il est particulièrement difficile de relier le nombre d'entrepreneurs et le nombre d'établissements sportifs de nature en Ardèche. Les professionnels évoluent à la fois comme salariés et comme indépendants et ce au sein de leur propre établissement, d'un établissement dont ils ne sont que le salarié ou encore dans plusieurs établissements à la fois (Paget et al., 2007). Les trois quarts des professionnels sont salariés en Ardèche et un quart environ est indépendant (Dupuy, Mao, 2001). En outre, le nombre de prestataires de l'encadrement marchand des sports de nature en Ardèche semble multiplié en moyenne par cinq ou six<sup>106</sup> pendant la période de la saison touristique. La diversité de ces formes d'emploi constitue une spécificité centrale de la filière marchande d'encadrement dans les sports de nature.

Les entrepreneurs, les professionnels de l'encadrement sont mobiles, à la fois spatialement et au sein des structures pour lesquelles ils exercent.

Dès lors, ces interactions formelles et informelles, ainsi que les hétérogénéités locales des ressources humaines montrent que les entrepreneurs des sports de nature s'inscrivent dans des logiques de professionnalisation que leurs trajectoires personnelles influencent fortement.

Les entrepreneurs s'inscrivent dans une logique d'apprentissage qui illustre leur passage d'un statut de pratiquant territorialisé à celui d'entrepreneur territorialisé. Les trajectoires personnelles des entrepreneurs des sports de nature rencontrés en Ardèche les ont en grande

---

<sup>106</sup> Selon les estimations fournies par les entrepreneurs et gérants ardéchois eux-mêmes

majorité conduit à une (re)création locale d'activité. Ils pratiquent et ont tous pratiqué leurs sports de nature en Ardèche au préalable.

*« En 2002 j'ai bossé à l'UCPA à Cholet-Plage (Casteljau – Chassezac), et je connaissais bien le coin pour la spéléo » (Extrait de l'entretien n°13).*

*« Je faisais du kayak en Ardèche, on venait avec mon club de la région parisienne une fois par an, et c'est à partir de là que j'ai découvert les rivières d'Ardèche et que j'ai commencé à vouloir les remonter sans savoir que c'était du canyoning, ça n'existait pas à l'époque » (Extrait de l'entretien n°9).*

Ce faisant, ils s'installent logiquement dans des dynamiques professionnelles après avoir tous été des pratiquants locaux de leurs activités marchandes. Ils commercialisent leurs activités sportives de manière directe, sans intégrer systématiquement les mécanismes concurrentiels de l'économie qui nécessiteraient une complexification du produit ou des innovations (marketing, techniques, spatiales).

Ainsi, aucun d'entre eux ne verrouille ses procédés de production par l'utilisation de marques ou de labels. Les innovations commerciales ne sont pas fréquentes dans ce secteur et elles ne sont donc pas particulièrement protégées (Corneloup, Mao, 2010b). Le brevetage des produits sportifs de nature n'existe pas en Ardèche où les produits sportifs sont essentiellement composés de prestations d'encadrement sur des sites ouverts, publics et impossibles à s'approprier commercialement, par définition. De plus, les techniques physiques de progression en milieu naturel, qui composent les techniques productives de cette filière professionnelle, sont issues de pratiques sportives partagées et elles ne peuvent donc être brevetées. Le matériel n'est qu'un élément favorisant, améliorant une progression qui s'est construite initialement sans lui.

Enfin, on note un signe appuyant la présence locale d'une logique d'apprentissage dans le grand nombre de prestataires stagiaires, en cours de finalisation de leur apprentissage (formations diplômantes) au sein des entreprises de l'encadrement marchand en Ardèche.

*« J'ai un stagiaire, le fils d'un ami qui me donne des coups de main pour la location et l'encadrement : il est en cours de finalisation de son BE » (Extrait de l'entretien n°5).*

« L'été j'emploie 4 personnes, dont 2 stagiaires » (Extrait de l'entretien n°3).

Toutes en emploi, car il est indispensable de faire un stage professionnel au cours de sa formation. L'intégralité des entrepreneurs rencontrés en Ardèche indique embaucher ou recourir à des encadrants stagiaires en volume important (d'un à cinq par structure en moyenne, soit de 50 % à 80 % de la main d'œuvre saisonnière). Cette systématisation est la plus marquée dans les sports aquatiques et constitue un détournement du droit du travail, mais elle souligne le renouvellement, en interne, de l'attractivité professionnelle du territoire sportif de nature qu'est l'Ardèche.

Dès lors, ce milieu ne cherche pas systématiquement à intégrer ses innovations, les évolutions des modes de production ou ses nouvelles activités dans son fonctionnement. Les innovations et le processus d'innovation sont présents de manière isolée et sans réelle logique chez les entrepreneurs ardéchois. Ceux-ci indiquent unanimement chercher à répondre avant tout à la demande de services sportifs touristiques avant de faire évoluer leurs activités vers des offres plus innovantes et potentiellement plus attractives. En d'autres termes, la demande semble actuellement suffisamment importante pour fournir de l'activité à l'ensemble des entrepreneurs ardéchois.

L'ancrage de la communauté locale des entrepreneurs des sports de nature est lié aux contraintes naturelles et aux lieux de pratique à disposition. L'utilisation de lieux de pratique communs participe ainsi fortement au partage et à l'émergence d'un savoir-faire collectif, impératif dans le développement des sports de nature. Cette émulation locale sur les lieux de pratique est une condition principale de la diversification des pratiques et de l'intégration horizontale des prestations. Les conditions d'accès aux sites sportifs de nature sont des éléments essentiels de la constitution d'une dimension collective au sein de l'économie des sports de nature.

Malgré leurs limites, ces concepts de systèmes productifs montrent bien une logique d'adaptation et un fonctionnement coordonné pour des entrepreneurs interconnectés. L'ensemble des opérateurs de ce secteur en Ardèche constitue un réseau local de production, plutôt qu'un système, puisque les acteurs semblent échanger de manière à la fois sectorielle et uniquement verticale lorsqu'ils sont dans une logique productive, comme dans le cas des activités aquatiques.

Le système signifierait, lui, qu'ils interagissent aussi horizontalement avec des échanges entre opérateurs du même type. Le concept de S.P.L. ne s'applique donc pas de manière adéquate à tous les sports de nature marchands en Ardèche puisqu'il ne semble pas permettre d'intégrer pleinement les dimensions spatiales de la complexité.

La notion de système en géographie voudrait que le S.P.L. soit aussi marqué par les rapports entre la communauté d'acteurs et l'espace géographique, en plus de l'espace social (Moine, 2007). Les interactions au travers, et avec, les lieux de pratique sont essentielles dans la structuration de ce système économique des sports de nature. Celles-ci constituent une spécificité fonctionnelle majeure de ce système. En outre, les systèmes productifs ne permettent pas, seule, une analyse complète du fonctionnement de l'économie des sports de nature dans les territoires ruraux, aussi parce qu'il s'agit d'activités marquées par les positions individuelles des entrepreneurs des sports de nature.

En effet, le marché des activités sportives de nature est majoritairement porteur de valeurs allant à l'encontre d'un fonctionnement suivant des logiques fondamentalement productives (logique de coordination au sein d'une filière notamment). Certaines filières comme les sports aquatiques s'autorégulent néanmoins de cette manière, pour rester ou redevenir compétitives tandis que les entrepreneurs composant les autres sports de nature commercialisent localement, individuellement leurs prestations.

Dès lors, un district "non industriel" se forme, qui fonctionne, s'organise et dans lequel les opérateurs interagissent afin de conserver une position compétitive. Ils peuvent dans ce cadre recourir à l'innovation, à la marge, pour commercialiser des produits touristiques et sportifs attractifs.

L'approche par les systèmes productifs, constitue donc surtout une première approche globale d'un ensemble d'éléments agissant de concert, en réseau et en référence à un espace (Hillairet, Guillaume, 2005). La spécificité de ces systèmes productifs est apportée par l'ancrage local et historique des acteurs locaux et de l'activité marchande centrale.

Ainsi, le tourisme a été introduit dans le concept de système productif local afin de mettre en évidence le rôle des structures (politiques, sociales) qui organisent son développement. Cette approche permet donc de situer l'architecture, la structuration et la gouvernance du marché des sports de nature vis-à-vis de celles des systèmes productifs touristiques.

## **8.5. Le système touristique localisé face aux sports de nature**

Ce concept est une clé de lecture complémentaire du fonctionnement d'un système productif structuré autour d'une activité touristique. Il permet d'en intégrer les spécificités structurelles, comme la nature des activités, les caractéristiques spatiales des lieux touristiques ou encore la saisonnalité. En outre, il apporte un cadrage géographique et économique à une activité où les institutions jouent un rôle structurant dans le fonctionnement du marché et le développement de l'économie. Il se focalise sur des territoires ruraux ou montagnards en mutations économiques et fonctionnelles.

Néanmoins, si le tourisme et les sports de nature entretiennent des relations historiques et structurelles, leurs économies, leurs marchés ne se développent pas dans les mêmes types d'espace. En effet, l'économie du tourisme a une tendance historique à l'agglomération spatiale tandis que celle des sports de nature semble suivre les mobilités résidentielles et personnelles de ses entrepreneurs.

Toutefois, comme ce fût le cas avec le tourisme, les sports de nature sont des activités dont l'économie peut être un moyen de redynamiser un territoire rural. Ainsi, les sports aquatiques, à propos desquels le système productif localisé s'appliquait en bonne partie, peuvent être analysés au travers du S.T.L. afin de tenter de comprendre leur fonctionnement territorialisé.

### **8.5.1. Le concept de système touristique localisé**

Le concept de système touristique localisé résulte de l'adaptation du concept de système productif localisé (Becattini, 1998 ; Courlet, Pecqueur, 2000) au domaine du tourisme (Perret, 1994).

Deux grands modèles de systèmes touristiques localisés ont été mis en évidence, suite à l'analyse des processus de développement touristique locaux :

- **la station-village**, proche des systèmes productifs territoriaux, formée dans les années 1930 à 1970 suite à différentes initiatives clairement territorialisées ;

- **la station ex-nihilo**, lieu créé de toutes pièces, sans rapport au territoire et suivant le principe des pôles de croissance.

Ces modèles de systèmes touristiques localisés divergent selon leur paradigme technicoéconomique, leur système d'accumulation, leur mode de régulation ou encore leur rapport au territoire.

Le modèle de la station village possède six caractéristiques différentes (Perret, 1994) :

- une **logique de petites entreprises** ; ce système productif est composé d'un maillage de petites entreprises autonomes, parfois saisonnières, et relevant principalement du secteur tertiaire ;
- des **logiques artisanales** et d'une économie "informelle" ; la croissance de l'offre est poussée par le marché et les produits sont ici déterminés par l'offre (le site, les locations dans un habitat ancien) ;
- un **système économique familial** ; l'organisation de la production touristique est régulée localement en premier lieu par la famille. La famille est un « tremplin » (Bouhaouala, 2007) organisé selon un système d'emploi ;
- des réseaux **d'insertion** ; des réseaux de solidarité se tissent dans ces systèmes productifs, entretenant ainsi la reproduction de la petite entreprise et suivent le modèle du travail indépendant grâce à une forte mobilité professionnelle et à une hiérarchisation sociale claire ;
- des réseaux **d'exclusion** ; les acteurs économiques locaux ont parfois recours à des politiques protectionnistes, cherchant ainsi à garder au maximum les bénéfices du développement touristique grâce à un marché protégé. Ce protectionnisme implique le rejet d'éléments extérieurs impliquant une remise en cause du système local ; l'idiome "on veut rester maître chez soi" en est le symbole. Ce protectionnisme va induire une sélection des intrants qui vont devoir adopter des pratiques particulières d'installation pour s'intégrer dans le système productif local ;
- un **conseil municipal particulier** ; initialement (années 1930 à 1950), les conseils municipaux des communes touristiques se contentaient d'accompagner les initiatives économiques touristiques privées. Les communes ont ensuite dirigé les opérations, par manque d'initiatives privées suffisamment fortes, afin d'assurer un développement touristique équilibré localement. Les communes ont donc d'abord eu un rôle passif

devant les initiatives privées locales puis les stations se sont formées sans leur intervention directe, sinon par leur rôle traditionnel de développement des services et des équipements publics.

Plusieurs points différencient le fonctionnement du système productif touristique de la station village de celui des systèmes productifs dits industriels, les S.P.L. (Perret, 1994) :

- le **tourisme, production de services**, comme activité principale ;
- aucun lien de production entre les entreprises ;
- de **petites entreprises dépendantes d'un centre de décision extérieur**, ainsi que de l'installation importante d'entrepreneurs extérieurs ;
- un **fonctionnement saisonnier** ;
- une **multitude de types d'entreprises différentes**, due aux réminiscences d'une économie pré-touristique et des multiples branches d'activités touchées par le tourisme.

Le tourisme est un levier de développement rural dont s'est historiquement saisie la collectivité afin d'utiliser les effets territoriaux qui l'ancrent localement. Le tourisme s'est développé en France selon des cycles successifs d'hybridation et d'évolution (Coëffé et *al.*, 2007) et il a été accompagné par des plans d'aménagement afin d'assurer un avenir économique à des territoires ruraux en déclin productif et industriel (Perret, 1994).

A une période faste d'expansion rapide soutenue par des plans d'aménagement du territoire pour le secteur touristique en montagne des années 1960-1970 a succédé une période de crise illustrée à l'époque par la décroissance du nombre de départs en vacances de neige (milieu des années 1980 ; Perret, 1994).

Dès lors, pour répondre à ce constat de l'entrée dans une période de turbulence du modèle du tourisme de montagne, les systèmes locaux se sont réorganisés, seuls, en interne, ou avec l'aide d'appuis extérieurs. Les dynamiques économiques des espaces touristiques et de leurs systèmes locaux « ne dépendent pas uniquement d'une question commerciale, certes importante, [...] leur origine doit être recherchée dans une combinaison de facteurs, appartenant autant au système lui-même, qu'à l'évolution du marché et au contexte économique et politique dans lequel il se situe » (Perret, 1994).



Cette hypothèse économique et politique entend que le système touristique, territorial est complexe, délimité et surtout qu'il est piloté. Il s'appuie sur une observation du réseau social de la station touristique, ce qui constitue déjà une première limite spatiale à cette transposition analytique.

Les sports de nature ne se développent pas, de manière générale, suivant le modèle touristique de la station (A.F.I.T., 2003). Néanmoins, la filière touristique du canoë-kayak, ancrée historiquement en Ardèche, peut être observée avec l'aide du S.T.L.. Elle est la seule activité à s'être concentrée au sein d'une station touristique (Duval, 2007).

### **8.5.2. Le système touristique localisé en Ardèche : une clé de lecture analytique du fonctionnement territorial des sports aquatiques**

Seules les activités sportives de nature aquatiques commercialisées en sud-Ardèche font apparaître un système où ces six caractéristiques principales sont réunies. Cet espace autorégulé possède chacun des indicateurs qui montrent que cette activité touristique et sportive de nature s'y développe suivant des règles sociales, entrepreneuriales et politiques spécifiques au système touristique.

Un système local de ce type, dans les sports de nature, a déjà été étudié au travers du cas de la station sportive et rural du Val de Sioule en Allier (Corneloup, 2000). Les logiques entrepreneuriales et artisanales, le système économique familial et les réseaux d'insertion et d'exclusion sont présents dans l'ensemble social formé par les entrepreneurs du canoë-kayak en sud-Ardèche. En outre, les collectivités territoriales ont été suiveuses et n'ont pas été à l'origine du développement situé de cette filière. Le maire de la commune centrale, ressemblant le plus à une station touristique, Vallon-Pont-d'Arc<sup>107</sup>, est gérant et propriétaire d'une entreprise originellement centrée sur les sports de nature et qui a racheté depuis peu (2009) une entreprise de location de canoë-kayak.

Si le système touristique local semble y fonctionner pour les activités sportives aquatiques, il reste inopérant dans les autres activités constituant la filière touristique et

---

<sup>107</sup> Claude Benahmed gérant et propriétaire de la société Escapade Loisirs

sportive de nature dans ce département. Le canoë-kayak est la seule activité sportive de nature marchande où les acteurs et les opérateurs locaux forment un S.P.L. en Ardèche.

Le canoë-kayak est surtout structuré par la location d'embarcations, qui constituent la majeure partie des entreprises en rapport avec ces activités en sud-Ardèche. Dès lors, les entrepreneurs proposent du matériel à la location de manière générique et sans y apporter de guidage, pouvant conduire à une autonomie sportive, de sensibilisation à l'espace naturel ou de valorisation d'un patrimoine territorial. Toutefois, si certaines actions vont dans ce sens, on peut se demander si elles ne se limitent pas à des tentatives de démarcation stratégique sur un marché touristique du canoë-kayak saturé par les offres de location.

La figure des entrepreneurs de l'encadrement sportif utilisé jusqu'ici, pour identifier les filières locales du tourisme sportif de nature en milieu rural ne marque pas de culture locale spécifique. Le système touristique et sportif de nature local du canoë-kayak fonctionne ainsi uniquement comme un produit touristique consommé par des touristes lors d'un séjour classique. Les dimensions sportives et naturelles sont quasiment éludées.

Le second modèle de station inscrit dans le concept de système touristique localisé est celui de la station *ex-nihilo*. Aucune station de ce type ne s'est structurée autour des sports de nature comme activité principale du tourisme sportif. Cette forme produite par des programmes d'aménagement du territoire n'a jusqu'alors jamais pris pour objet central les sports de nature. Cette forme se compose d'un aménageur ou d'une entreprise dominante, d'une logique capitaliste et d'un mode de régulation locale où la commune délègue son pouvoir de décision à l'aménageur par des conventions de concession.

En outre, les espaces de pratique en matière de tourisme sportif de nature sont des lieux conditionnés par des caractéristiques physiques qui vont fondamentalement jouer dans son activation en tant que support de pratique sportive. Les conditions naturelles apparaissent donc inévitables dans la situation des espaces de pratique, étant que « peu propices à la satisfaction de rationalités géographiques, démographiques ou économiques » (Bourdeau, 2003). Cela explique en partie la difficulté rencontrée dans l'appréhension des systèmes

touristiques soumis aux pratiques sportives de nature et de montagne via les méthodes d'études utilisées pour l'observation des systèmes touristiques traditionnels.

Cependant, les récentes innovations perceptibles en matière d'espaces sportifs de nature et de montagne conduisent à un retour des pratiques, qui jusqu'alors leur échappaient, dans les stations. Les cas des via-ferrata ou des snowparks peuvent être cités. De manière plus générale, tous les « nouveaux espaces ludo-sportifs » (Bourdeau, Mao, 2004), dont l'artificialisation est importante, vont suivre ce principe de retour vers « l'intérieur » de la station « unipolaire et endocentrée » (Bourdeau, Mao, 2004). La localisation des stations de sports d'hiver n'a de toute façon pas tenu compte de la proximité de ressources permettant un développement des pratiques de nature, mais uniquement du développement de la pratique du ski alpin. Cette pratique ne permet qu'une activité saisonnière, hivernale.

Néanmoins, des concepts territoriaux tels que les Unités Touristiques de Pleine Nature (U.T.P.N.) ou des « domaines de randonnée » proposent des réponses aux interrogations soulevées par les organisations touristiques multipolaires et ce à l'échelle intercommunale. Dans ce sens, Bourdeau et Mao (2004) citent les travaux de Corneloup (2000) sur le concept de « station rurale écologique ». Ces projets intercommunaux vont s'inspirer du modèle de la station afin de structurer et d'organiser l'offre touristique du territoire et ce en s'inscrivant pleinement dans une dynamique de développement local.

Il est possible de retrouver les caractéristiques socioculturelles visibles dans les systèmes touristiques traditionnels des stations touristiques, mais il convient d'y ajouter les dynamiques inhérentes aux projets des acteurs du tourisme sportif évoluant dans cet espace.

Ces projets vont donc conduire à une actualisation de la notion de système touristique local, au sens où Perret (1994) l'entendait.

Enfin, le cas de Métabief-Mont-d'Or peut être cité dans le cadre d'une étude de la redynamisation d'une station traditionnelle de ski en un espace de loisirs de pleine nature proposant des activités dites « innovantes », et plus uniquement focalisées sur la seule saison d'hiver.

## **Conclusion du huitième chapitre :**

Les opérateurs locaux qui participent au système productif touristique des sports de nature en Ardèche, essentiellement dans le domaine des sports aquatiques, ne sont pas territoriaux. Ils ne produisent pas de territoire par leurs actions ou leurs représentations. Ils font preuve de territorialité lorsqu'ils produisent ensemble localement.

Ils montrent une dimension territoriale à leur collectif de producteurs, leur ensemble social. Ils font aussi preuve d'un sens commun de la filière où la coordination et la régulation sont assurées par les opérateurs eux-mêmes. Les règles sont tacites, mais partagées, et participent à la constitution locale de la filière d'encadrement. Dans ce cadre, les éléments de cette filière développent une territorialité, mais aussi une spatialité en ce qu'ils mobilisent l'espace comme un contenant, un support ou une ressource naturelle pour leur activité marchande.

Les proximités offertes par le fonctionnement de ce type de système en Ardèche sont fonctionnelles : elles permettent d'une part, aux opérateurs de s'appuyer sur un regroupement productif vertical et, d'autre part, de valoriser une ressource naturelle proche. En effet, les stations touristiques au cœur de ce modèle valorisent des ressources naturelles proches ou à l'intérieur de son espace (Bourdeau, 2003).

Enfin, ces proximités fonctionnelles sont très minoritaires dans le marché du tourisme sportif de nature en général en Ardèche. Les entrepreneurs de l'encadrement qui structurent ce marché dans les sports verticaux et terrestres ne s'inscrivent pas dans cette logique de spatialité. En outre, les proximités fonctionnelles ne sont pas les seules à dicter le regroupement au sein d'un ensemble coordonné des entrepreneurs de ce marché. Les entrepreneurs sont ainsi des acteurs, des pratiquants des sports de nature qui expriment des logiques sociales dans leurs localisations professionnelles au sein de cet ensemble.

Le neuvième chapitre apportera un éclairage supplémentaire sur les proximités existantes au sein du marché des sports de nature des territoires ruraux et qui sont produites par sa structuration suivant le mécanisme d'un système social. Celles-ci viennent ajouter une dimension culturelle aux interactions entre les acteurs du marché des sports de nature. Cette dimension est fortement liée aux spécificités collectives et sociales des sports de nature.



## Chapitre 9. Le système social des acteurs et des entrepreneurs des sports de nature en territoire rural

Le marché du tourisme sportif de nature en territoire rural se structure en recourant à des mécanismes qui ne relèvent pas que d'une finalité productive ou économique, mais aussi d'une dimension sociale. Celle-ci fait référence à la culture (Corneloup *et al.*, 2008) propre à chacun des entrepreneurs composant ce marché, à leurs micro-mentalités (Bouhaouala, 2008) ou encore à leurs logiques spatiales personnelles, professionnelles ou familiales.

Dans ce cadre, plusieurs travaux ont identifié les mécanismes de constitution d'une culture locale collective en matière de sports de nature libres ou marchands. Ils ont permis de mettre en évidence des modèles de géographie culturelle ou de sociologie sportive capables d'analyser le rôle des échanges cognitifs dans la constitution d'un ensemble local coordonné. L'espace ou les lieux sportifs sont les supports, les réceptacles de ces cultures locales sportives. Ainsi, ces systèmes sociaux participent à la structuration du système économique local du tourisme sportif de nature en Ardèche, de ce marché. Ils vont donc permettre d'introduire les interactions sociales localisées au cœur du marché du tourisme sportif de nature.

Toutefois, toutes les pratiques sportives de nature ne se situent pas de la même manière vis-à-vis des systèmes sociaux. En effet, les entrepreneurs rencontrés dans les sports terrestres et verticaux ont, en très grande partie, fait référence à des relations, des échanges, ou ont conscience de s'intégrer dans un réseau avec d'autres encadrants locaux. Par contre, il a été impossible de rencontrer des prestataires d'encadrement en canoë-kayak, malgré les relances et les différentes techniques d'approche.

Mais certains acteurs locaux importants des sphères publique ou sportive de ces activités ont pu être rencontrés : le Maire de Vallon-Pont-d'Arc<sup>108</sup>, le président du Comité Départemental de la fédération française de Canoë-Kayak (C.D.C.K.), le président du club de canoë-kayak de Vallon-Pont-d'Arc et ancien champion du monde de canoë. Pour chacun d'entre eux, le marché du tourisme sportif aquatique se développe en Ardèche suivant des mécanismes productifs uniquement. Les entrepreneurs ne semblent pas être structurés par des influences sociales ou administratives dans la constitution de leur réseau. En outre, cette fin

---

<sup>108</sup> Mr. Claude Benahmed

de non-recevoir accordée par ces entrepreneurs indique leur forte préoccupation pour le rendement de leur activité commerciale.

Enfin, ce sont les entrepreneurs des sports verticaux puis, dans une plus faible mesure, des sports terrestres, qui ont permis de mettre en évidence le rôle du système social dans le système économique. Ce chapitre va fournir une lecture suivant les concepts de système culturel localisé (Corneloup, 2008) et d'offre locale socialisée (Bouhaouala, 2008) de l'ensemble local des entrepreneurs du tourisme sportif vertical et terrestre en Ardèche.

Si ces deux concepts permettent une lecture territorialisée des interrelations entre des entrepreneurs des sports de nature, ils n'apportent pas tous les deux les mêmes perspectives méthodologiques. En effet, le S.C.L. est un système territorial, englobant, positionnant les acteurs des sports de nature au sein d'un système territorial dans lequel ils interviennent tous, institutionnels ou associatifs. Il permet d'introduire puis d'observer le rôle central d'une culture collective dans la construction d'un système informel, voire formel, dans les sports de nature.

Dès lors, le monde de l'entrepreneuriat est une dimension de ce système culturel local auquel il participe. Toutefois, le S.C.L. ne permet pas d'analyser en détail les interactions entre les entrepreneurs puis le système qu'ils produisent. Dans ce cadre, le concept d'Offre Locale Socialisée (O.L.S.) permet, lui, de se focaliser sur les échanges formels et informels entre les entrepreneurs territorialisés des sports de nature. Il permet une analyse fine des interactions commerciales, afin de modéliser un système territorial, avec ses éléments, ses liens, ses rétroactions, fonctionnant autour de la seule dimension marchande des sports de nature.

Ce second concept est donc celui qui sera le plus opératoire, dans cette étude de la structuration d'un système économique sportif de nature local en territoire rural.

### **9.1. Le Système Culturel Localisé**

Le S.C.L. est un ensemble d'interrelations illustrant un capital social local (Coleman, 1988) et spécifique qui permet de produire un avantage concurrentiel et distinctif en renforçant l'ancrage territorial des systèmes d'acteurs. Le capital social est la richesse perceptible dans les relations entre plusieurs personnes afin de faciliter localement leurs

actions. Le concept de capital social permet d'illustrer les effets d'une ressource "sociale" lors de ses combinaisons avec d'autres ressources locales pour produire différents comportements et niveaux d'organisation du système.

Initialement centrée sur le concept de station touristique de nature, l'approche des sports de nature basée sur celui du système culturel localisé (S.C.L.) permet de dépasser la seule géographie économique du marché représenté par ces activités (Mao, *et al.*, 2004). Pour ce faire, le raisonnement se focalise sur les mécanismes d'émergence et de positionnement compétitif des territoires touristiques et sportifs de nature, en réfutant l'homogénéité spatiale des conditions d'implantation du marché des sports de nature. Fondé sur l'observation « d'aberrations économiques localisées » (Mao *et al.*, 2003) en milieu rural, ce concept permet de donner corps aux spécificités structurelles sous-tendant le développement du marché du tourisme sportif de nature en territoire rural.

Toutefois, le système économique lié au tourisme sportif de nature est complexe et toutes les pratiques sportives de nature ne sont pas influencées de la même manière par ce système social, culturel. Les deux dimensions du système culturel localisé des sports de nature existantes chez les entrepreneurs, personnelle et professionnelle, sont confondues. En effet, ces entrepreneurs appliquent leurs habitudes, leurs micro-mentalités de manière indifférenciée dans les deux dimensions de ce champ.

Le système culturel localisé est une tentative de donner corps aux processus de constitution des spécificités sociales liées aux territoires. Le système culturel localisé constitue un outil pour développer une approche de géographie culturelle des territoires touristiques et sportifs de nature. Celle-ci peut être mobilisée dans une géographie économique territoriale de ces activités. Elle peut conduire à analyser les cadres de l'action sociale des opérateurs du marché. « L'organisation géographique de cette dynamique culturelle entre les différents éléments de cette chaîne a pour effet de renforcer son efficacité et sa force d'action » (Jockung-Nguena, 2002).

Ce sont les différents éléments du système, matériels et immatériels, humains et non-humains, individuels et collectifs, qui participent à la définition d'une « forme culturelle » (Mao, Corneloup, 2002) qui marque le lieu. « Les usages locaux observés, les pratiques retenues, les animations et autres aménagements élaborés, les publics représentés forment autant de marqueurs territoriaux qui organisent le processus culturel local » (Corneloup, 2009).



Le marché des sports de nature touristiques fonctionnerait comme un système culturel localisé en ce qu'il fait preuve d'un sens partagé par la majorité des éléments du groupe d'acteurs économiques qui y participent. Le système économique, touristique et sportif est marqué territorialement et s'inscrit au sein d'un territoire lui même déjà support d'autres activités économiques et humaines. Dès lors, l'action culturelle territorialisée (Corneloup *et al.*, 2008) serait le marqueur de la spécificité du système économique des sports de nature en territoire rural.

Dans ce cadre, les outils du système culturel localisé constituent une première tentative de décryptage des liaisons internes au système économique des sports de nature en Ardèche.

## **9.2. Approche de l'économie des sports de nature en Ardèche par le Système Culturel Localisé**

Cette organisation territoriale est structurée autour de quatre pôles : **l'ingénierie culturelle, l'économie des rôles, le système d'information culturelle et le régulateur du système**. Ces pôles s'organisent de la manière suivante en Ardèche :

- le **système d'intelligence culturelle** (S.I.C.) concerne les « aspects réflexifs et métaréflexifs qui participent à la production d'un savoir partagé » (Corneloup *et al.*, 2008). Il s'illustre en Ardèche par la présence de regroupements de pratiquants sur ou à proximité des sites emblématiques des sports de nature. Cet aspect joue essentiellement dans le champ des sports de nature verticaux, à corde, où l'espace, réunissant les sites de pratique de l'escalade ou de la spéléologie autour du défilé des Gorges de l'Ardèche et de l'intégralité de celles du Chassezac, jouit d'une envergure de haut lieu sportif de nature (Mao, 2003).

« *Je grimpe en Ardèche (falaise aux Oiseaux, Salavas, Autridge)* » (Extrait de l'entretien n°1)

« *La falaise aux oiseaux c'est le site majeur du sud-Ardèche c'est là qu'on croise un peu tout les bons grimpeurs du coin* » (Extrait de l'entretien n°8)

Ces espaces attirent donc des pratiquants venant d'un bassin très large (Langenbach, 2005) et constituent des points de fixation, des lieux d'échanges entre les pratiquants de ces activités verticales.

Les activités terrestres et aquatiques sont, d'une part, moins vectrices de structures pour un collectif de pratiquants et d'entrepreneurs et, d'autre part, essentiellement tournées vers la pratique commerciale des sports comme un produit touristique. Le système d'intelligence culturelle se forme dans les dimensions personnelle et professionnelle des sports de nature comme l'indiquent les entrepreneurs verticaux rencontrés, qui sont tous venus pratiquer en Ardèche avant d'y devenir des professionnels et qui positionnent ce département dans les destinations essentielles de leurs activités sportives ;

- le processus **d'ingénierie culturelle** permet de rendre opérationnelle la forme culturelle. Il est visible localement à travers l'accompagnement du développement des sports de nature par les comités départementaux des fédérations sportives, par le biais de conventions d'objectifs, et par la collectivité publique, avec l'appui du schéma de développement et du P.D.E.S.I. de l'Ardèche ;
  
- **l'économie des rôles**, qui concerne les jeux de négociation au sein de la forme culturelle, est la liaison existante entre la forme culturelle qui se développe en un lieu et les autres acteurs et les publics présents localement. Elle se caractérise par les jeux de tension, les conflits entre usagers de la nature autour et sur plusieurs sites sportifs. Les tensions autour des activités récréatives en milieu rural, les conflits d'usage ou environnementaux liés à la surfréquentation de certains sites (Franchini, 2005) illustrent cette économie des rôles. Un conflit d'usage particulièrement symbolique a débuté en 2008 avec l'interdiction, par un gestionnaire de foncier récréatif, d'une rivière servant de canyon, la Besorgues. Cela relève bien entendu du droit privé, mais le propriétaire s'est entendu avec un groupe de trois entrepreneurs des sports verticaux pour permettre à leurs activités respectives de continuer à s'y dérouler, moyennant le règlement d'un bail locatif annuel. A cette occasion, les institutions sportives et publiques, les collectifs d'entrepreneurs (syndicats nationaux de professionnels ou syndicat local de filière) et les entrepreneurs individuels présents localement ont utilisé ce blocage pour se positionner ou indiquer une position vis-à-vis de la privatisation d'un espace naturel récréatif. En

effet, cet espace naturel est particulier : si les berges peuvent être appropriées (jusqu'au milieu du lit du cours d'eau), l'eau est un bien public inaliénable et les entrepreneurs pourraient normalement se mettre à l'eau en amont et traverser les lieux où se cristallise le litige, sans mettre pied à terre ni au fond de l'eau.

Ainsi, ce conflit d'usage en lien avec les sports de nature possède une dimension idéologique par l'utilisation collective d'un bien public, et révèle surtout une économie des rôles (Corneloup *et al.*, 2008). De nombreux entrepreneurs se sont exprimés pour donner des avis très marqués concernant ce conflit, ils sont principalement les suivants.

« *Nous emmenons des clients notamment dans la Besorgues, le Pas de Fer, et la Borne* » (Extrait de l'entretien n°6).

« *Je croise les mecs du C.D.F.F.M.E. quand je participe aux réunions plus ou moins publiques sur la Besorgues, mais sinon j'ai du mal à identifier leur rôle. Je sais pas trop ce qu'ils font* » (Extrait de l'entretien n°8).

« *Le 1<sup>e</sup> article des statuts de l'assoc (le syndicat Pro Sports Nature 07) dit que nous sommes réunis pour favoriser la gratuité des sites, d'où nos prises de positions sur la Besorgues, c'est inacceptable...* » (Extrait de l'entretien n°9).

« *La Besorgues est top pour une journée de canyon avec des familles, tout comme le Pas-de-Fer et la Haute Borne* » (Extrait de l'entretien n°15).

« *Cette clientèle est bien rentable, et on peut notamment aller pratiquer sur la Besorgues que mon employeur loue au même titre que [entretien n°15]* » Extrait de l'entretien n°16).

Cette économie des rôles s'illustre aussi par les difficultés dans le fonctionnement du syndicat local de professionnels ou l'établissement de coopérations commerciales et productives entre prestataires, sous-traitance, prêts de matériels, voire l'organisation d'opérations de rencontres entre les prestataires et les publics, avec des événements sportifs comme Joueurs de Blocs ou des rassemblements libres. Les rôles et les positions sont en revanche plus clairement répartis au sein de la filière productive des activités aquatiques où les opérateurs ne cherchent, au sein du collectif, qu'un appui à la production et à la commercialisation de leur activité ;

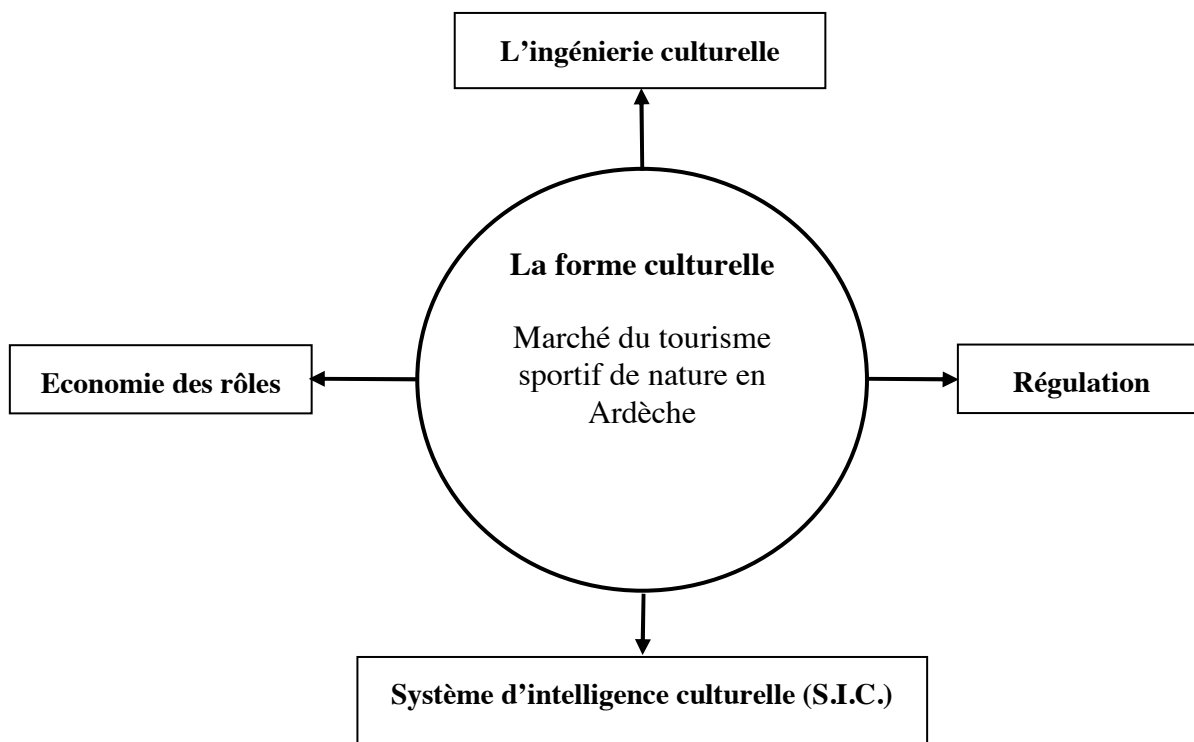
- la **régulation** est la manière dont cette forme culturelle est pilotée. Elle est en grande partie assurée localement en Ardèche par les travaux de la C.D.E.S.I. et par le schéma de développement des loisirs sportifs de nature. Toutefois, cette forme de régulation touche peu les sports de nature puisqu'elle ne s'occupe quasiment que de l'accès aux espaces naturels récréatifs. Elle compte pour cela sur la mise à disposition de techniciens et d'ingénieurs territoriaux par le Conseil Général pour la gestion de la ressource naturelle sportive de nature en Ardèche. De fait, cette régulation institutionnelle peine à s'appliquer au système social et culturel existant entre les acteurs locaux des sports de nature et à leur marché. Il existe une forme de régulation informelle entre les entrepreneurs des sports de nature qui se base sur les rôles d'individus et de collectifs au sein de l'ensemble des entrepreneurs locaux. Ainsi, les entretiens réalisés montrent que les entrepreneurs les plus florissants semblent bénéficier d'une aura importante qui leur confère un statut privilégié.

« *Certains pros arrivent à bien gagner leur vie, j'essaye de faire un peu pareil avec nos méthodes de commercialisation* » (Extrait de l'entretien n°7).

Si les autres entrepreneurs n'envient pas cette position, la réussite financière n'étant pas un gage de réussite sociale dans leurs représentations, ils indiquent souvent que les méthodes employées peuvent être adaptées, transposées, voire utilisées directement dans leurs propres activités professionnelles. Cette régulation économique informelle semble donc se faire par l'exemple d'une réussite relative. L'offre est aussi régulée formellement en partie au travers de la conception de produit touristique et sportif de nature par le Comité Départemental du Tourisme et l'utilisation de Territoire d'Action et de Commercialisation Touristique pour appréhender et gérer plus précisément l'offre et la demande touristique et sportive. Enfin, cette régulation est confirmée par la demande d'enquêtes concernant les impacts économiques et territoriaux des sports de nature émanant des collectivités territoriales ardéchoises (Langenbach, 2005 ; Naudin, 2005 ; D.R.D.J.S. Rhône-Alpes, 2008). La demande pour ce type de travaux est croissante et indique une prise de conscience collective et publique des effets territoriaux de ces pratiques marchandes. Elle illustre donc une volonté de réguler, de gérer ces effets pour les inscrire dans un cadre aménagiste de développement local ou rural (Mao, Langenbach, 2006).

Ces quatre axes s'organisent suivant la figure suivante (cf. figure 17) pour concourir à la création de la forme culturelle qui sous-tend le territoire des sports de nature et son marché en Ardèche.

**Figure 17 : Territoire culturel et pôles structurants le système culturel localisé en Ardèche**



Source : Corneloup *et al.*, 2008 ; réalisation : Langenbach, 2012

Si les entretiens utilisés n'ont pas spécifiquement porté sur les règles sociales de fonctionnement du groupe d'acteurs locaux, territorialisés, pratiquant les sports de nature en Ardèche, on peut néanmoins avancer qu'aucun S.C.L. ne semble se structurer autour de l'ensemble des S.C.L. marchands en Ardèche. Dans ce cadre, le S.C.L. ne concernerait ici que les activités verticales, à propos desquelles les entrepreneurs entretiennent et mettent en œuvre une forme sociale, informelle, de système basée sur une culture partagée. Cette culture est celle qui compose la forme de développement dite libertine (Corneloup, 2002a).

Toutefois, cela ne permet pas de comprendre totalement l'ancrage du marché du tourisme sportif de nature en Ardèche. En effet, l'approche culturelle éclaire le fonctionnement des origines sociales et partagées d'un territoire sportif, tandis que son utilisation du système la laisse, en l'état, hermétique aux systèmes environnants.

En effet, la demande pour des sports de nature marchands, celle émanant notamment du public avec lequel les acteurs de la forme culturelle territorialisée interagissent, est mobilisée par le système touristique localisé (Perret, 1991). Ainsi, la rencontre entre l'offre et la demande au sein du marché des sports de nature est aussi conditionnée par d'autres mécanismes, la contractualisation, la distance physique, la répartition spatiale de l'offre, que la culture locale. Il faut alors l'intégrer à une approche systémique plus large pour la dépasser et continuer la recherche des logiques sociospatiales du développement du marché des sports de nature en territoire rural.

L'économie locale des sports de nature ne répond ainsi pas uniquement à des cadres culturels, mais aussi à des cadres productifs et commerciaux aux réalités plus mécaniques et matérielles. Ces cadres culturels constituent une des réalités géographiques qui participent au système territorial (Moine, 2007) de l'économie des sports de nature.

Les divergences dans les modes d'action entre les entrepreneurs ne permettent pas de les rapprocher en fonction d'une identité commune au sein d'un système culturel local unique. En cela, le système culturel localisé de l'offre marchande de sports de nature se rapproche de l'Offre Locale Socialisée de Bouhaouala (2008) qui considère que les choix de localisation des activités économiques sont dictés par les micro-mentalités des entrepreneurs, fondées sur les ressources environnementales qu'ils s'approprient et aménagent pour concrétiser leurs stratégies personnelles et professionnelles.

Ces logiques d'action sont donc complexes. Ce concept va permettre de continuer dans la voie d'une montée en complexité et apporter un élément de lecture supplémentaire au fonctionnement social d'un marché basé essentiellement sur des entrepreneurs sportifs. S'il n'utilise pas étymologiquement la notion de système, il tend néanmoins à analyser l'ensemble local formé par les acteurs de la filière professionnelle de l'encadrement sportif de nature, son système local.

### **9.3. L'offre locale socialisée et le marché des sports de nature**

Le concept d'offre locale socialisée (O.L.S. ; Bouhaouala, 2008) est mobilisé pour étudier le marché local des prestations marchandes d'encadrement sportif de nature en Ardèche et ses logiques de fonctionnement. Cette approche implique que le marché du tourisme sportif de nature en territoire rural n'est pas régi par la théorie de l'équilibre général, par les règles mécaniques de la concurrence, de répercussion des coûts de transaction ou de la distance, aux effets du prix ou encore de l'équilibre entre l'offre et la demande (Louart, 1999).

Le marché des sports de nature est en bonne partie régi par des règles sociales. Toutefois, le marché est plus qu'un objet enchâssé dans la société (Boyer, Saillard, 1995) et les phénomènes économiques y sont plus qu'encastés dans un réseau social (Granoveter (1985) : le marché du tourisme sportif de nature est un espace social, un système social.

Le marché peut donc être analysé « comme un espace social d'échanges (Zelizer, 1992), et l'activité économique comme émanant d'une diversité de logiques d'action pratique dépassant la rationalisation abstraite de *l'homo œconomicus* » (Bouhaouala, 2008).

Ce sont les prestations de services sportifs et touristiques qui composent les services échangés sur le marché touristique des sports de nature en territoire rural et en Ardèche. Ce sont elles qui impliquent localement la mise en relation des entrepreneurs. Ce constat est celui réalisé dans le cadre de l'observation quantitative de cette filière, puis en termes de districts industriels. En effet, les entrepreneurs des petites entreprises (P.E.)<sup>109</sup> ou des très petites entreprises (T.P.E.)<sup>110</sup>, qui proposent localement des offres spécifiques autour de la filière marchande des sports de nature, sont amenés à interagir localement, à échanger des informations, des biens, des clients ou des moyens de production.

Néanmoins, originellement, trois points nuançaient ce constat : ce « système [ne semble pas encore] mature » (Bouhaouala, 2008) pour permettre d'observer une généralisation des échanges productifs entre producteurs ; la clientèle et les pratiques sont trop segmentées et trop différentes pour permettre des convergences productives ; l'éloignement

---

<sup>109</sup> de 20 à 249 salariés selon la loi française et l'I.N.S.E.E.

<sup>110</sup> moins de 20 salariés selon la loi française et l'I.N.S.E.E.

est important avec les lieux d'innovations et de formations (les C.R.E.P.S., l'Ecole Nationale de Ski et d'Alpinisme de Chamonix) et en rend la diffusion plus difficile. Suivant ces arguments, la complexité de ce marché se situe bien dans les différents modes d'engagement aux systèmes locaux des prestataires de l'encadrement, entre les activités et entre les types d'entrepreneurs eux-mêmes.

Cette approche, via le concept de l'offre sociale localisée, permet de mettre en évidence le rôle du dirigeant dans les relations locales, au sein d'une destination sportive de nature, interentreprises. En effet, « les objectifs et les conceptions du sport, du travail, de l'entreprise, de l'argent, de la rentabilité et du territoire peuvent produire des rapports socialisés vis-à-vis de la concurrence, donc hétérogènes et hétérodoxes du point de vue des modèles de l'économie classique » (Bouhaouala, 2008). Dès lors, lorsque ces micro-mentalités forment des logiques d'interactions, elles construisent une forme locale de régulation de l'offre par un réseau social d'entrepreneurs.

Ce mécanisme permet d'analyser la structuration sociale d'un système économique basé sur l'offre de services d'encadrement et formé par leurs entrepreneurs. Cette structuration vient bien s'inscrire en complément d'approches par les systèmes industriels locaux (S.P.L., S.T.L., districts industriels) ou ceux du système culturel local, afin de représenter spécifiquement les interactions entre les entrepreneurs constitutionnels du marché du tourisme sportif de nature en Ardèche.

#### ***9.4. Approche par l'offre locale socialisée du marché des sports de nature en Ardèche***

Cette partie est basée sur une application de la typologie des entrepreneurs effectuée suivant leurs micro-mentalités professionnelles et personnelles (Bouhaouala, 1999) au groupe des entrepreneurs du tourisme sportif de nature rencontrés en Ardèche. Elle illustre les singularités commerciales et stratégiques des dirigeants d'entreprise. Les catégories de cette typologie sont les suivantes :

- la micro-firme de **l'Indépendant Passionné (I.P.)** ;
- l'agence de l'outdoor de **l'Entrepreneur Indépendant (E.I.)** ;
- l'organisation du **Manager Gestionnaire (M.G.)** ;



- l'entreprise familiale du **Conservateur Patrimonial (C.P.)**.

Les différents types d'entrepreneurs qui la composent diffèrent selon leurs mentalités ou leurs micro-mentalités (Bouhaouala, 2008) et exercent donc variablement leur profession localement. Ils se démarquent suivant leur vision du sport, leur valorisation ou leur perception de l'espace d'implantation de l'activité professionnelle, leur statut professionnel, l'objectif qu'ils poursuivent dans leur entreprise, le type d'activité qu'ils proposent, leur rôle en tant que dirigeant, l'implication de leur cellule familiale et enfin le mode de prise de décision.

Ces caractéristiques définissent des logiques professionnelles qui se retrouvent localement dans les différents ensembles composant la typologie d'entrepreneurs de l'encadrement. Ces modes d'exercice forment des logiques commerciales et spatiales qui sont ici rattachées à des modes d'interactions avec l'espace de pratique. Ils illustrent donc les manières dont les entrepreneurs se territorialisent.

Le détail de cette typologie va permettre de comprendre le positionnement des entrepreneurs rencontrés en Ardèche au sein de ces catégories. La grille d'entretiens reproduite en annexe détaille les caractéristiques des acteurs rencontrés en Ardèche<sup>111</sup>. Les critères qui forment la typologie se répartissent de la manière suivante (cf. tableau 4) en fonction des micro-mentalités des entrepreneurs.

---

<sup>111</sup> Cf. annexe 11

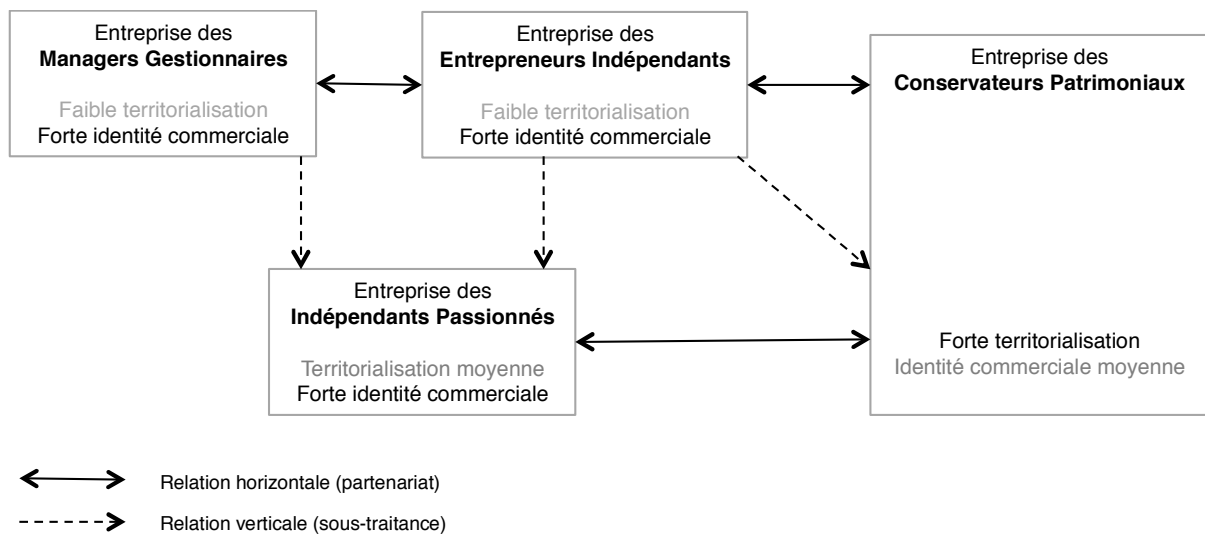
**Tableau 4 : Typologie des entrepreneurs touristiques et sportifs de nature selon leurs micro-mentalités**

Type d'entrepreneurs / Critère de fonctionnement	Indépendant Passionné (IP)	Entrepreneur Indépendant (EI)	Manager Gestionnaire (MG)	Conservateur Patrimonial (CP)
<b>Sport</b>	Une passion	Un produit marchand	Un produit d'appel	Un produit secondaire
<b>Espace d'implantation</b>	Un ensemble de hauts-lieux sportifs et une qualité de vie	Un lieu de création d'activité économique	Un atout commercial	Un élément du patrimoine familial
<b>Objectif</b>	Vivre de sa passion localement	Réalisation de soi	Tendre vers les objectifs économiques	Maintien de l'entreprise dans la famille
<b>Statut</b>	Indépendant ou salarié	Gérant ou salarié de société sportive	Gérant de société ou d'association sportive ou touristique	Gérant de société touristique et sportive
<b>Activité originelle</b>	Service sportif unique	Services sportifs multiples et organisation d'événements	Hébergement et accueil en centre de vacances	Hôtellerie et accueil spécialisé avec activités sportives
<b>Rôle du dirigeant</b>	Organique	Innovation, trouver des marchés	Gestion et organisation des ressources internes de l'entreprise	Gestion et production
<b>Implication de la famille</b>	Dans le fonctionnement de l'entreprise	Dans le capital de l'entreprise	Dans les projets locaux	Dans le fonctionnement et le capital
<b>Mode de prise de décision</b>	Centré sur le dirigeant	Centré sur le dirigeant avec une prise en compte de l'avis des associés	Hiérarchique	Par le chef de famille

Source : Bouhaouala, 2008 ; Réalisation : Langenbach, 2012

Les entrepreneurs forment un ensemble local, un ensemble socialisé au sein duquel ils interagissent dans le but de développer leur offre. A la différence du système productif local, où les prestataires échangent essentiellement de manière productive et verticale, les entrepreneurs du secteur du tourisme sportif de nature en Ardèche interagissent aussi horizontalement. Ce faisant, ils sous-traitent des prestations à des collègues implantés localement. Ils échangent du matériel, des informations, du personnel ou agissent collectivement dans la gestion locale des pratiques sportives et de leur marché. La figure suivante (cf. figure 18) montre les relations entre les différents types d'entrepreneurs de P.E. et des T.P.E. de cette typologie.

**Figure 18 : Système de régulation de l'offre locale socialisée**



Source : Bouhaouala, 2008  
Réalisation : Langenbach, 2012

Cette typologie des entrepreneurs met en exergue la territorialisation et l'identité commerciale des entrepreneurs comme deux variables distinctes. M. Bouhaouala (2008) parle initialement d'identités territoriales et professionnelles, traduites ici par territorialisation et identité commerciale. En effet, l'identité professionnelle est considérée originellement comme étant celle qui produit potentiellement de la territorialisation. Chez les entrepreneurs de l'encadrement marchand des sports de nature en Ardèche, comme ailleurs, les dimensions professionnelle et personnelle se confondent dans une logique d'action globale. L'identité territoriale introduite dans cette typologie correspond alors, ici, à la territorialisation.

Il est important d'illustrer les différences d'intensité, d'engagement dans les processus de commercialisation de chacun des prestataires. Les entretiens semi-directifs réalisés auprès des entrepreneurs du tourisme sportif de nature en Ardèche ont essentiellement porté sur la dimension spatiale de leur activité et, de manière marginale, sur leur propre logique de mise en marché, de commercialisation. Suivant l'analyse de l'intégralité des entretiens auprès des prestataires de l'encadrement marchand en Ardèche, les territorialisations personnelles et professionnelles paraissent en fait directement liées l'une à l'autre. Dans le cadre présenté précédemment, c'est la perception et le rôle donné au territoire dans l'activité professionnelle qui sont confrontés à l'intensité de la valorisation marchande (l'identité professionnelle) dans

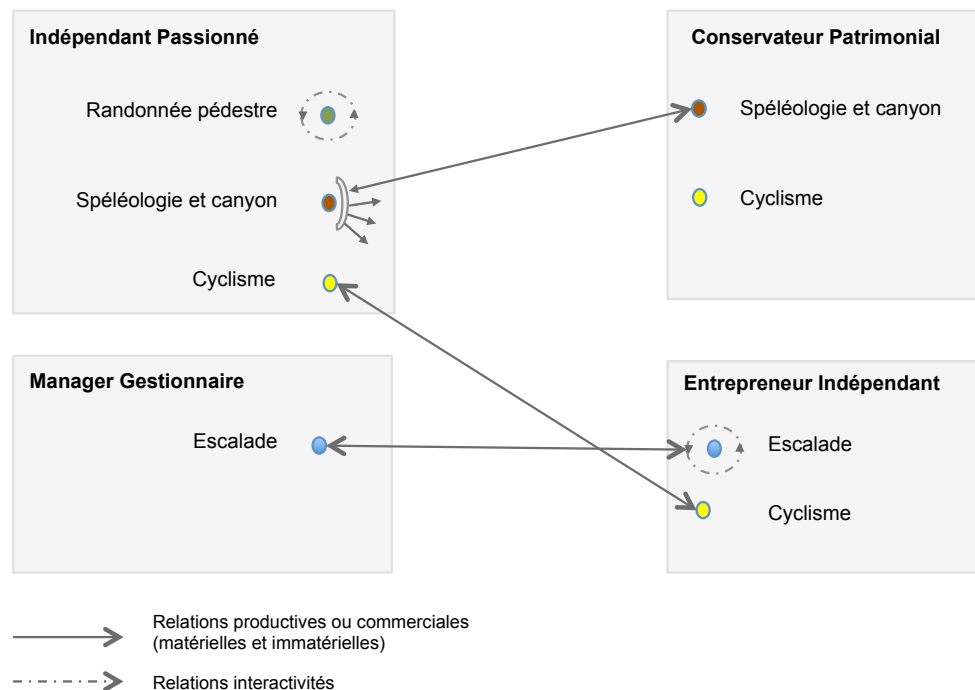
les sports de nature. Enfin, la territorialisation est bien le résultat de la projection d'actions sur des espaces qui deviennent ainsi des territoires.

La schématisation des relations liées à la concurrence entre les entrepreneurs composant la typologie par les micro-mentalités (Bouhaouala, 2008), ou à la perception de celle-ci, peut être appliquée aux entrepreneurs des sports de nature en Ardèche. Pour certains entrepreneurs, la concurrence semble théoriquement ignorée (chez l'Indépendant Passionné et le Conservateur Patrimonial) alors qu'elle est amplifiée chez d'autres (chez les Entrepreneurs Individuels et les Managers Gestionnaires ; Bouhaouala, 2008). Dans les deux cas, elle illustre la position stratégique des entrepreneurs face au marché et à leur compétitivité. Lorsque la concurrence est en grande partie ignorée, cela indique pour les Indépendants Passionnés que les entrepreneurs cherchent d'abord à se réaliser eux-mêmes puis à affirmer leur position professionnelle. Chez les Conservateurs Passionnés, cela indique plutôt qu'ils cherchent à confirmer leur ancrage territorial pour affirmer leur position sur le marché.

Lorsque la concurrence est perçue comme amplifiée, elle illustre la logique entrepreneuriale conquérante des entrepreneurs chez qui elle est représentée comme stimulante pour l'action, un symbole de conquête (Boutilier, Uzunidis, 1999). Pour autant, la concurrence est limitée dans les deux cas puisque les entrepreneurs se situent commercialement très souvent sur des niches, suivant la forte segmentation des clientèles, liée au grand nombre d'activités différentes. D'autre part, ils sont encore suffisamment peu nombreux pour répondre à la demande touristique et sportive de nature en s'affranchissant d'une opposition et de stratégies concurrentielles.

Cette méthode permet de confirmer les liens au territoire qu'ils utilisent dans leurs activités professionnelles et qui se définissent suivant leurs micro-mentalités. La figure suivante (cf. figure 19) montre cette modélisation des relations productives entre les acteurs de la même famille d'encadrement marchand et suivant leur mode d'action. Cette modélisation conduit à isoler des familles où l'offre est structurante d'une socialisation entre les producteurs de services marchands.

**Figure 19 : Relations entre les prestataires composant l'offre locale de sports de nature en Ardèche**



Source : Bouhaouala, 2008  
Réalisation : Langenbach, 2012

Ces relations au sein de l'ensemble des prestataires marchands dans les sports de nature en Ardèche fonctionnent de la manière suivante :

les **Indépendants Passionnés** sont ceux qui sont les plus liés commercialement et productivement avec les autres catégories d'entrepreneurs, y compris avec les Conservateurs Patrimoniaux avec lesquels ils sont les seuls à interagir de la sorte. Visiblement passionnés par leur profession, ils tissent des relations fonctionnelles pour améliorer les cadres de la production et cherchent avant tout ce type de relations avant de s'ancrer territorialement. Le sport constitue leur motivation personnelle première et implique donc le respect d'une logique d'action commerciale en rapport avec les valeurs qu'il porte. Les entrepreneurs de la randonnée pédestre interagissent uniquement entre eux. Ils échangent ainsi des clients, participent ensemble à l'encadrement de groupes nombreux et proposent des produits en commun au sein de structures privées ou associatives. Ils utilisent indifféremment l'une et l'autre suivant les besoins et les possibilités offertes par ces deux types de structure et les statuts qui en découlent. Les Indépendants Passionnés de la spéléologie et du canyoning échangent quant à eux avec de nombreux prestataires locaux et avec peu de distinction suivant

les pratiques sportives. Ils n'interagissent jamais avec des moniteurs cyclistes. En effet, ils proposent uniquement des produits touristiques et sportifs suivant des partenariats commerciaux avec les entrepreneurs de la randonnée pédestre et des autres sports verticaux. Les motifs de ces échanges sont, d'une part, liés aux mobilités professionnelles et, d'autre part, à la non-perception d'une concurrence locale. Les autres professionnelles ne constituent pas pour ces entrepreneurs des concurrents, mais des collègues, des semblables au sein du champ des sports de nature, avec lesquels ils estiment pouvoir compter pour s'entraider commercialement.

Plusieurs **Entrepreneurs Indépendants** construisent leurs prestations en partenariat avec les autres types d'entrepreneurs à l'exception du Conservateur Patrimonial. Ceci s'explique par leurs besoins en volumes d'activités, caractéristiques de leur position commerciale comme gestionnaire d'une structure qu'il faut faire croître. Privilégiant le rendement de leur activité à l'intensité et à la qualité de leur ancrage territorial, pour la concurrentialité de leurs offres, ils sont les principaux contributeurs de l'offre marchande de sports de nature par la création et la gestion de nombreuses entreprises pourvoyeuses d'emplois sportifs (souvent des Indépendants Passionnés, des travailleurs saisonniers). Les professionnels de ce type en escalade échangent surtout entre eux, entre Entrepreneurs Indépendants en Ardèche, mais aussi avec les Managers Gestionnaires.

Les **Conservateurs Patrimoniaux** sont quant à eux sur des modèles différents et échangent peu avec leurs semblables en Ardèche. Territorialisés, ils privilégient alors la qualité de l'ancrage territorial, pour la spécificité qu'il confère aux produits sportifs, plutôt que l'efficacité et la rationalité des échanges commerciaux avec plusieurs sous-traitants ou partenaires économiques. Leur territorialisation s'effectue par leur ancrage historique, familial, sur le territoire de pratique, alors que leur activité marchande a pour objectif de développer le patrimoine. Seul un entrepreneur de la spéléologie échange en Ardèche avec d'autres prestataires du même type, tandis qu'il se territorialise grâce à son entreprise (contrat quadriennal avec le Conseil Général, location et monopole commercial sur un espace sportif important).

Enfin, les **Managers Gestionnaires** conçoivent leur activité professionnelle comme peu marquée par les spécificités du territoire et lient des partenariats commerciaux avec les Indépendants Passionnés ou les Entrepreneurs Indépendants. Ce sont uniquement les

opportunités commerciales, et donc les besoins en moyens de production qui poussent ces entrepreneurs à se connecter productivement à d'autres prestataires. Ils n'indiquent aucune forme de systématisation et ont tendance à gérer leur structure sans tenir compte des besoins ou des évolutions du marché du tourisme sportif de nature ardéchois. Néanmoins, de manière ponctuelle, ils peuvent faire appel à un ou plusieurs partenaires commerciaux choisis en fonction d'une proximité physique (moindre coût) ou d'une proximité organisationnelle (au sein d'un collectif de pratiquants) afin de répondre à une demande ponctuelle, irrégulière, par exemple une prestation sportive en dehors de sa compétence ou avec trop de pratiquants pour pouvoir respecter les normes.

Il est à noter que seuls deux entrepreneurs du cyclisme interagissent en Ardèche, l'un étant Indépendant Passionné et l'autre Entrepreneur Indépendant. Leur activité nécessite du matériel et des compétences qui font qu'ils sont les seuls à pouvoir ainsi échanger en Ardèche. Toutefois, ces liaisons sont trop hiératiques pour trouver pleinement leur place dans une approche par la typologie de micro-mentalités.

Les Conservateurs Patrimoniaux et les Managers Gestionnaires sont les entrepreneurs qui sont les plus isolés en Ardèche. Ce constat semble logique puisqu'ils cherchent avant tout à développer leur capital financier ou leur patrimoine (Bouhaouala, 2008). Tournés vers leur propre activité marchande, ils interagissent ou échangent uniquement dans un seul cas à chaque fois. La territorialisation des Managers Gestionnaires est donc bien faible en Ardèche où les entrepreneurs n'indiquent clairement aucun ancrage et donc aucune action territorialisée. Les Conservateurs Patrimoniaux quant à eux ont des territorialités bien plus marquées : elles ne sont pas liées à leurs activités commerciales et bien plus à l'ancrage de leurs patrimoines. Les Entrepreneurs Indépendants sont eux aussi peu territorialisés. Leurs interactions sociales seraient alors surtout nécessaires au développement commercial sur le modèle d'échanges productifs génériques, et non à une distinction liée au territoire, à une spécification.

Enfin, les prestataires qui bénéficient le plus des échanges sociaux pour développer leurs territorialités sont bien les Indépendants Passionnés qui fonctionnent bien comme les acteurs d'un territoire, suivant des interactions sociales ancrées territorialement. Le collectif

qui se crée alors en Ardèche chez ces Indépendants Passionnés tend à structurer ce système social où les opérateurs peuvent bénéficier d'une amélioration de l'efficacité commerciale de leurs activités, liée au territoire. Elle concerne à la fois les prestataires verticaux (spéléologie et canyoning) et terrestres (randonnée pédestre, cyclisme).

L'offre sociale localisée devient alors un outil d'observation de la structuration systémique d'un réseau d'acteurs locaux du tourisme sportif de nature selon des règles sociales et par la régulation collective d'une offre locale. Elle vient compléter l'approche par le système culturel localisé, qui y ajoute une régulation exogène (extérieure au groupe social des seuls entrepreneurs), une forme de développement concerté coconstruite (avec les acteurs locaux et les institutions locales) en s'attachant particulièrement aux rôles des interactions microsociales entre entrepreneurs uniquement à propos d'une offre locale.

En effet, les dirigeants des entreprises sportives de nature participent à la structuration du marché territorialisé du tourisme sportif de nature, mais pas de manière systématique à celle du territoire de pratique ardéchois. Seuls les professionnels des sports verticaux forment pleinement un réseau social autour d'une offre marchande en Ardèche. En outre, ces activités sont très structurées par le partage de valeurs sportives d'autonomie collectives et où l'autoorganisation est la norme (Corneloup, 2002b). La structuration sociale par l'offre est donc une dimension supplémentaire de ces mécanismes déjà illustrés par ailleurs.



## **Conclusion du neuvième chapitre :**

Les entrepreneurs du marché des sports de nature en Ardèche interagissent *in fine* de manière uniquement informelle suivant leurs activités récréatives et leurs univers professionnels, leurs logiques commerciales. Si des liens de cette nature existent bien entre plusieurs d'entre eux, il n'est pas possible de mettre en évidence un ensemble complet de logiques locales liées uniquement aux micro-mentalités (Bouhaouala, 2008) ou aux activités sportives en particulier. Ils recherchent tout de même par moment des interactions productives avec des collègues, des concurrents.

De plus, les opérateurs de l'encadrement dans les sports de nature implantés en Ardèche sont très souvent mobilisés par la recherche d'une rentabilité financière, la création d'un capital financier, plutôt que par la constitution d'un capital culturel.

Le système culturel local ne permet pas de mettre en évidence la primauté d'une structuration idéale dans le système économique qui sous-tend les sports de nature en Ardèche. Ce système autour de l'économie des sports de nature en Ardèche est à la fois constitué par des mécanismes formels et informels. Seules les proximités entre les entrepreneurs des sports de nature verticaux en Ardèche sont alors personnelles et sociales. Ce faisant, ils font preuve d'un sens commun sectoriel, où la recherche d'un groupe social ancré dicte la position et les interactions au sein du collectif. Les offres des entrepreneurs verticaux possèdent donc une dimension territoriale dans une réalité sociale (DiMéo, 2003).

Toutefois, les offres ne révèlent pas de spatialités particulières, d'effets locaux matériels, et ne forment pas de territoire à proprement parler. Leurs opérateurs ne sont pas systématiquement des acteurs territorialisés, véhiculant des représentations, une identité territoriale, mais des professionnels et des pratiquants qui ont des relations avec les lieux où ils pratiquent, ils exercent.

Si les entrepreneurs échangent de manière libre, au sein d'espaces d'échanges autoconstruits, ceux-ci se constituent aussi autour de procédures de gestion concertée des sports de nature. En effet, la concertation est aussi une manière de réunir des acteurs, à la fois pour les positionner dans une dynamique formelle d'échanges, mais aussi pour favoriser leurs rencontres. Aussi, le chapitre suivant (chapitre 10), prolongera cette réflexion en montrant comment la concertation offre à la fois la possibilité d'instaurer des échanges informels autour d'une procédure institutionnelle, mais aussi comment la concertation structure, ou est en mesure de structurer, concrètement le marché des sports de nature en territoire rural.



## Chapitre 10. Le système administratif dans la structuration du marché du tourisme sportif de nature

Le marché du tourisme sportif de nature en milieu rural, et en Ardèche, trouve enfin une dernière influence systémique essentielle dans les mécanismes administratifs locaux d'accompagnement de la filière. Les collectivités territoriales partent désormais du constat que les sports de nature sont vecteurs d'impacts territoriaux qu'il convient de prendre en charge, de gérer dans une dimension durable (Mao, Langenbach, 2006). Les impacts économiques, environnementaux et sociaux sont ainsi des objets à la fois évalués et gouvernés. Toutefois, si l'impact environnemental a déjà été abordé (Franchini, 2005), tout comme les effets sociaux sur les groupes ancrés localement (Mao *et al.*, 2004), l'impact économique est encore trop complexe pour être évalué de manière pertinente (segmentation des clientèles, diffusion spatiale). Il est néanmoins déjà en bonne partie intégré à l'aménagement du territoire (Mao, Langenbach, 2006).

L'économie des sports de nature est une dimension marchande de ces activités récréatives que les collectivités territoriales cherchent à maîtriser localement pour y assurer une certaine équité territoriale. Depuis une douzaine d'années, l'Etat puis les collectivités territoriales se sont dotés d'outils de gestion maîtrisée des activités récréatives de nature (Mao, Reymbaut, 2005b). Adossés aux mécanismes d'aménagement et de gestion du développement des milieux ruraux, ils visent à assurer et structurer une concertation entre les acteurs locaux autour de la gestion locale des sports de nature.

Ainsi, cette concertation, inscrite dans des perspectives aménagistes au cœur de politiques publiques, touche nécessairement les entrepreneurs des sports de nature en milieux ruraux. D'une part, celle-ci est en mesure d'agir sur les espaces sportifs, qui sont en premier lieu les objets par lesquels ces outils fonctionnent, tandis que, d'autre part, elle inclut ces prestataires comme des acteurs locaux. En matière de gestion des espaces de pratique, ces procédures sont en mesure d'assurer la capacité d'un entrepreneur à exploiter une ressource naturelle tandis que l'accompagnement de la filière peut lui permettre de bénéficier d'un appui fonctionnel.

La concertation serait alors une forme de structuration d'une offre locale, d'un marché autour du tourisme sportif de nature. Elle constitue en tout cas un indicateur de l'appui administratif ou politique à la formation d'un système économique autour des sports de nature

en territoire rural. Toutes les pratiques sont en théorie intégrées aux travaux engagés localement autour de la concertation dans les sports de nature. La filière représente un objet local formé par toutes les activités sportives de nature marchandes présentes en Ardèche dans les activités terrestres, verticales, aquatiques. La concertation proposée par les collectivités territoriales intègre toutes ces activités. De plus, la proximité analysée ici est une forme de proximité institutionnelle ou administrative. Les espaces de la gestion concertée seraient alors en mesure de participer à l'émergence de cette proximité.

La principale forme d'appui institutionnel à la structuration d'un système économique est représentée par la démarche dite du Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires sportifs de nature (P.D.E.S.I.) et de son instance de gestion, la C.D.E.S.I.<sup>112</sup>. Impliquant tous les échelons territoriaux institutionnels, ainsi que les acteurs locaux, régionaux et nationaux des sports de nature, cette dernière est l'élément essentiel de la structuration institutionnelle d'une filière locale des sports de nature en territoire rural.

### ***10.1. La formalisation du système sportif de nature par la gestion collective et maîtrisée***

Localement, le système sportif de nature est structuré, régi et formalisé par le plan de gestion maîtrisée qu'est le Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires (P.D.E.S.I.) et la commission qui le pilote, la Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires des sports de nature (C.D.E.S.I.). Le plan structure réglementairement, et formalise le seul ensemble d'éléments qui interagissent tous autour des sports de nature. La C.D.E.S.I. est, quant à elle, principalement pilotée par les Conseils Généraux et l'Etat. Elle assure le rôle de cœur formel du système sportif de nature (Mao, Reymbaut, 2005a) et est la commission qui se prononce sur l'inscription des sites au P.D.E.S.I.

Le P.D.E.S.I. et la C.D.E.S.I. occupent une place importante dans cette recherche en ce qu'ils constituent actuellement, d'une part, le lieu principal de rencontre des opérateurs des sports de nature sensibilisés à la gestion concertée et, de l'autre, la seule solution pérenne, car inscrite dans la loi, d'institutionnalisation locale de toutes les formes de sports de nature. Il paraît donc pertinent de relire son fonctionnement, sa composition, ses orientations à travers cette perspective. Enfin, la C.D.E.S.I. propose une clé de lecture essentielle de

---

<sup>112</sup> Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires

l'institutionnalisation, de la formalisation du système sportif de nature en Ardèche où elle fut l'une des premières à s'implanter en profondeur en France (Mao, Reymbaut, 2005a).

L'objet central de cette procédure, les loisirs sportifs de nature, englobe bien les modalités de pratique marchandes et touristiques (Mao, Reymbaut, 2005b). La concertation signifie alors ici un fonctionnement "en système local", au sein d'un ensemble coordonné et régi par des règles, concernant des éléments ancrés territorialement. En outre, cette concertation permet aux éléments du système sportif de nature d'échanger avec le système touristique, le système spatial et environnemental et de favoriser le développement de l'économie locale des sports de nature en agissant dans plusieurs champs (accès à la ressource naturelle, mobilisation de la demande touristique). Ces interactions horizontale et verticale sont celles qui prévalent dans la construction d'une ressource territoriale sportive de nature. Néanmoins, la démarche de concertation locale n'est pas encore totalement transversale et continue à représenter pour beaucoup d'opérateurs, dans le cas de l'Ardèche, la marque d'une forme d'institutionnalisation et de régulation du marché des sports de nature à laquelle ils s'opposent idéologiquement<sup>113</sup>. Elle permet enfin de voir les cadres administratifs et institutionnels du système sportif de nature et de son marché agir, puis d'observer localement leurs effets structurants.

Si le P.D.E.S.I. et la C.D.E.S.I. représentent ensemble, la principale procédure formalisatrice et institutionnelle des systèmes touristiques et sportifs de nature, celle-ci agit en premier lieu sur les qualités du système spatial. En effet, son objet central vise avant tout à pérenniser une forme de valorisation récréative durable des espaces naturels par ses usagers. Pour ce faire, cette procédure tend à appliquer un cadre réglementaire à la concertation, elle la formalise et elle agit alors sur le système des acteurs. Toutefois, si les instances participatives existent, c'est en premier lieu pour veiller à la préservation des qualités naturelles des espaces sportifs.

L'environnement est la cause de cette formalisation. Le système spatial est donc son objet. Cette procédure vise à pérenniser l'accès aux sites sportifs en gérant les cadres réglementaires et collectifs d'utilisation de la ressource naturelle. C'est par ce biais qu'elle participe à la formalisation du fonctionnement du système économique local des sports de

---

<sup>113</sup> Observation basée sur le cadrage commercial de l'activité des entrepreneurs rencontrés lors des entretiens 13, 16, 2, 15

nature. Elle comporte un ensemble de règles, de procédures, de commissions qui agissent sur le fonctionnement du marché alors qu'elle permet en même temps une "informalisation" en amenant les entrepreneurs à échanger localement autour de ces travaux. Cette procédure de gestion est donc l'élément autour duquel le système économique sportif de nature local se structure. Elle régie alors les échanges entre ses opérateurs et l'environnement, l'espace local.

### **10.1.1. La gestion maîtrisée dans le système sportif de nature**

La loi de décentralisation du 22 juillet 1983 a fait entrer les départements français dans une réelle politique de planification des développements touristiques, sportifs et ruraux en chargeant ceux-ci d'établir des Plans Départementaux des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (P.D.I.P.R.). Après des difficultés fonctionnelles initiales de mise en place (de Witte, 2001), les P.D.I.P.R. de seconde génération s'affirment comme des outils d'aménagement et de développement durable du territoire (de Witte, 2001). Pour cela, ces plans ont été conçus et rédigés avec la participation active des représentants de l'ensemble des acteurs concernés par le développement des itinéraires de randonnée pédestre. L'inscription d'un itinéraire au P.D.I.P.R. vise ainsi à le protéger juridiquement, il devient opposable aux tiers en cas de projets pouvant menacer la pratique ou en modifier les caractéristiques. Les communes y sont intégrées en profondeur, car leur délibération est obligatoire pour inscrire un itinéraire dans ce plan départemental. Ainsi, il s'agit dans le P.D.I.P.R. de traiter les sentiers et itinéraires de randonnée pédestre comme des objets à la fois ludiques et touristiques.

Concernant l'exemple observé ici, c'est en 1992 que le Conseil Général de l'Ardèche met en œuvre son P.D.I.P.R. : il comportait 3 000 km de sentiers en 2007 et concernait 189 communes sur 339. Ce n'est qu'en 2000 que les modifications législatives permirent à la gestion concertée des loisirs de pleine nature de devenir transversale.

Si la démarche est lancée, inscrite comme un mode de gestion d'activités récréatives dans les territoires ruraux, elle ne permet pas de régler de manière transversale les conflits ayant émergé localement à propos des sports de nature. Si le P.D.I.P.R. protège le statut des sentiers de randonnée, il protège de manière indirecte les voies d'accès aux espaces et aux sites de pratique des autres sports de nature (sports verticaux et aquatiques) tels les falaises, cavités ou berges. Le P.D.I.P.R. est une compétence obligatoire du Conseil Général.

Néanmoins, dans ce cadre, la mise en place d'un comité de pilotage n'est pas une obligation. C'est ici la grande différence avec le Plan Départemental des Espaces Sites et Itinéraires (P.D.E.S.I.) qui, lui, doit s'accompagner de la création d'une Commission Départementale des Espaces Sites et Itinéraires (C.D.E.S.I. ; selon la modification de la loi sur le sport de 2000, voire la section suivante). Dès lors, la négociation interscalaire (entre l'échelon communal ou régional et départemental) sur la pertinence de l'inscription de certains itinéraires, et par là la prise en compte des politiques de développement territorial à plusieurs échelles, n'est pas systématique dans le fonctionnement des P.D.I.P.R.. Cette faiblesse s'étend ainsi aux nombreux champs thématiques que les sports de nature n'ont pas tardé à investir en se développant, en s'inventant et en se réinventant. Ceux-ci diffèrent radicalement, depuis maintenant longtemps, du cadre touristique-sportif de la randonnée pédestre en s'implantant plus en profondeur dans les milieux naturels et en augmentant continuellement leur fréquentation (Kouchner, Dufrien, 1995). Le cadre taillé pour la randonnée pédestre entre communes et départements devient trop contraignant pour des pratiques récréatives et sportives à la fois purement sportives, marchandes ou ludiques, ou matinales des trois.

La systématisation de la gestion concertée des sports de nature devrait permettre cette convergence entre la diversité, la complexité des formes de sports de nature et les dynamiques territoriales. Jusqu'alors, au travers du P.D.I.P.R., la randonnée pédestre était considérée comme le moyen de réinsuffler un développement rural territorial basé sur la récréation (de Witte, 2003). Le canyoning, le canoë-kayak, l'escalade ou la spéléologie représentent des marchés émergents pour les économies des territoires ruraux, au même titre que l'était auparavant la randonnée pédestre. De plus, d'autres formes de pratique de ces sports les dotent désormais d'intérêts sportifs forts, comme le canoë-kayak, et le V.T.T devenus sports olympiques ou de haut niveau, et il convient d'intégrer cette problématique aux dynamiques territoriales, alors que cela n'était pas envisagé dans le cas de la randonnée pédestre.

Ainsi, le P.D.E.S.I. et son organe de gestion, la C.D.E.S.I., deviennent les évolutions naturelles de cette première forme de gestion concertée suivant une logique de convergence dans la gestion des pratiques et des territoires. Ce processus de systématisation permet d'intégrer les sports de nature marchands aux politiques de développement des territoires en les reliant à plusieurs types d'actions collectives : le développement territorial, touristique et rural, la préservation et la valorisation environnementales. Le rapprochement forcé de l'économie des sports de nature avec ces thématiques doit permettre de pérenniser l'accès à

des ressources naturelles territoriales : les espaces, sites et itinéraires à valoriser dans la filière locale des sports de nature.

Enfin, ces politiques se conçoivent comme des systèmes regroupant des acteurs territorialisés autour d'un but à atteindre et autour desquels le système économique des sports de nature se structure.

### **10.1.2. L'outil principal de la gestion concertée et locale : le Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires sportifs de nature**

L'article L. 311-1 du code du sport (cf. encadré 4 page suivante) évoque indistinctement des « E.S.I. (Espaces, Sites et Itinéraires) relatifs aux sports de nature ». Pour autant, cette définition revêt des réalités bien différentes selon les milieux ou les activités concernées. L'espace, le site ou l'itinéraire peuvent être définis comme des lieux sur lesquels se déroulent, de façon spontanée ou organisée, des activités sportives, quel que soit leur statut foncier et le niveau d'équipement dédié à la pratique. Ces E.S.I. peuvent être exclusivement dédiés aux pratiques sportives ou, à l'inverse, utilisés de façon tout à fait occasionnelle pour ces activités. Dans la plupart des cas, ils supportent d'autres usages non nécessairement récréatifs.

Ces entités spatiales sont les objets centraux du P.D.E.S.I. et sont donc positionnées comme les leviers principaux de la gestion territoriale des sports de nature. C'est à travers eux que les institutions (collectivités territoriales et acteurs siégeant à la commission C.D.E.S.I.) gèrent les impacts et construisent les politiques de développement des sports de nature sur les territoires, en liaison avec le reste du système sportif de nature local. Les espaces, sites et itinéraires sportifs de nature sont les liens que le système sportif de nature local tisse entre les pratiquants et les territoires. Inscrit activement dans les politiques de développement territorial et rural des Départements qui ont choisi de l'instaurer, le P.D.E.S.I. est encadré par une réglementation (outre les textes sur le sport, vingt articles de loi y font référence) couvrant de nombreux domaines, dans les codes du tourisme, de l'environnement, de l'urbanisme ou encore le code forestier.



#### **Encadré 4 : Extraits du Code du Sport concernant la gestion concertée des loisirs sportifs de nature**

Article L311-2 :

Les fédérations sportives délégataires ou, à défaut, les fédérations sportives agréées peuvent définir, chacune pour leur discipline, les normes de classement technique, de sécurité et d'équipement des espaces, sites et itinéraires relatifs aux sports de nature.

Article L311-3 :

Le Département favorise le développement maîtrisé des sports de nature. A cette fin, il élabore un plan départemental des espaces, sites et itinéraires relatifs aux sports de nature. Ce plan inclut le Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée [P.D.I.P.R.] prévu à l'article L. 361-1 du code de l'environnement. Il est mis en œuvre dans les conditions prévues à l'article L. 130-5 du code de l'urbanisme.

Article L311-5 :

Le Comité national olympique et sportif français conclut avec les organismes gestionnaires d'espaces naturels, sous réserve du respect de la réglementation propre à chaque espace, des conventions ayant pour objet de fixer les conditions et modalités d'accès à ces sites pour les pratiques sportives en pleine nature compatibles avec les schémas de services collectifs des espaces naturels et ruraux, d'une part, et du sport, d'autre part.

Article L311-6 :

Lorsque des travaux sont susceptibles de porter atteinte, en raison de leur localisation ou de leur nature, aux espaces, sites et itinéraires inscrits au plan mentionné à l'article L. 311-3 ainsi qu'à l'exercice des sports de nature qui sont susceptibles de s'y pratiquer, l'autorité administrative compétente pour l'autorisation des travaux prescrit, s'il y a lieu, les mesures d'accompagnement, compensatoires ou correctrices, nécessaires.

Source : extrait du Code du Sport, entré en vigueur et publié au Journal Officiel le 25 mai 2006

Il permet ainsi de construire un développement territorial complexe basé sur le principe du développement durable, respectant l'équilibre entre un développement social, environnemental et économique pour les territoires ruraux (Ministère des Sports, 2007). Dès lors, l'économie des sports de nature est une des thématiques que cet outil entend gouverner localement et sur lequel ses compétences s'appliquent. Cette thématique doit s'inscrire, à cette occasion, en conformité avec des règles de durabilité ou, de manière plus pragmatique, d'équité commerciale et territoriale au sein du P.D.E.S.I..

Dans ce cadre, le P.D.E.S.I. du Département de l'Ardèche s'inscrit depuis 2006 dans le Schéma départemental de développement maîtrisé des loisirs sportifs de nature. Il en est actuellement à sa seconde révision (2010-2013). L'Ardèche a été un des premiers

Départements de France à instaurer un P.D.E.S.I. (2003) puis une C.D.E.S.I. (2006) et à la réunir régulièrement. C'est à travers ce Schéma que s'organise la cohérence du développement concerté des sports de nature avec le développement territorial et rural. Si la création d'un P.D.E.S.I. est appuyée par l'Etat, à travers ses délégations départementales, et s'il doit prendre en compte dans sa rédaction certains acteurs institutionnels du sport, tels le mouvement olympique ou les fédérations sportives, le Conseil Général reste règlementairement la clé de voûte de cette instance. Ce qui permet alors d'utiliser puis d'observer la position du Conseil Général comme moteur du fonctionnement du système économique formel des sports de nature.

### **10.1.3. La Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires des sports de nature : une tentative institutionnelle de formalisation de l'informel**

L'article 50-2 de la loi du 16 juillet 1984, modifiée en 2000, institue une Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires relatifs aux sports de nature, placée sous l'autorité du président du Conseil Général. Son objectif est d'aménager les conditions d'une concertation élargie, au-delà du P.D.I.P.R., pour agir sur le développement des activités physiques et sportives de pleine nature.

La C.D.E.S.I. doit mettre en œuvre la concertation qui accompagnera les évolutions des sports de nature au sein des espaces où ils s'implantent. En outre, ces commissions départementales doivent s'attacher à orienter leurs travaux en fonction des spécificités territoriales de chaque espace ou chaque site. Elles se basent sur des réalités locales, sur un contexte sociospatial et des démarches empiriques nécessaires pour encadrer toutes ces activités nouvelles ou identifiées comme nouvelles. L'enjeu est d'accompagner au plus juste les aspirations légitimes des pratiquants dans le cadre de l'évolution de ces sports de nature, tout en respectant la notion fondamentale du développement durable des territoires.

L'implantation des C.D.E.S.I. dans les Départements français constitue donc un indicateur du degré de concertation dans le développement et le fonctionnement des sports de

nature, mais aussi de la mobilisation collective en direction d'un développement durable des territoires ruraux et touristiques.

En effet, cet indicateur permet d'illustrer l'engagement collectif et citoyen des acteurs des sports de nature, y compris les acteurs marchands, pour un développement maîtrisé des territoires ruraux. Il matérialise aussi les représentations inégales des enjeux que font apparaître les sports de nature sur ces territoires, l'état des politiques départementales en matière de développement rural ou encore les dynamiques des territoires ruraux.

#### **10.1.3.1. La répartition spatiale des C.D.E.S.I. en France : une lecture des enjeux touristiques et sportifs de nature**

Depuis 2000, et la modification de la loi de 1984 sur le sport, et 2002, date de la création du Conseil National des Espaces Sites et Itinéraires (C.N.E.S.I.) par le Conseil National des Activités Physiques et Sportives (C.N.A.P.S.<sup>114</sup>), une partie seulement des Départements français ont pris position vis-à-vis de la démarche P.D.E.S.I..

Ainsi, si certains en ont institué une et la font régulièrement et efficacement fonctionner (13 Départements), d'autres ont uniquement installé une C.D.E.S.I. (29 Départements). D'autres encore l'ont instituée, mais ne la réunissent jamais (41 Départements). Alors que le reste des Départements (13) n'a toujours pas délibéré quant à sa création. Ces différences s'expliquent en partie par les contextes politiques et historiques marqués des Départements français en matière de développement territorial et de développement touristique et sportif, ainsi que par la complexité sociale locale des rapports entre institutions publiques, parapubliques et acteurs du monde des sports de nature.

Il est ainsi particulièrement difficile de souligner des dynamiques spatiales dans la mise en place et le fonctionnement des C.D.E.S.I. en France. Cependant, il semble que les Départements "historiquement" soumis aux enjeux territoriaux des sports de nature (Mao,

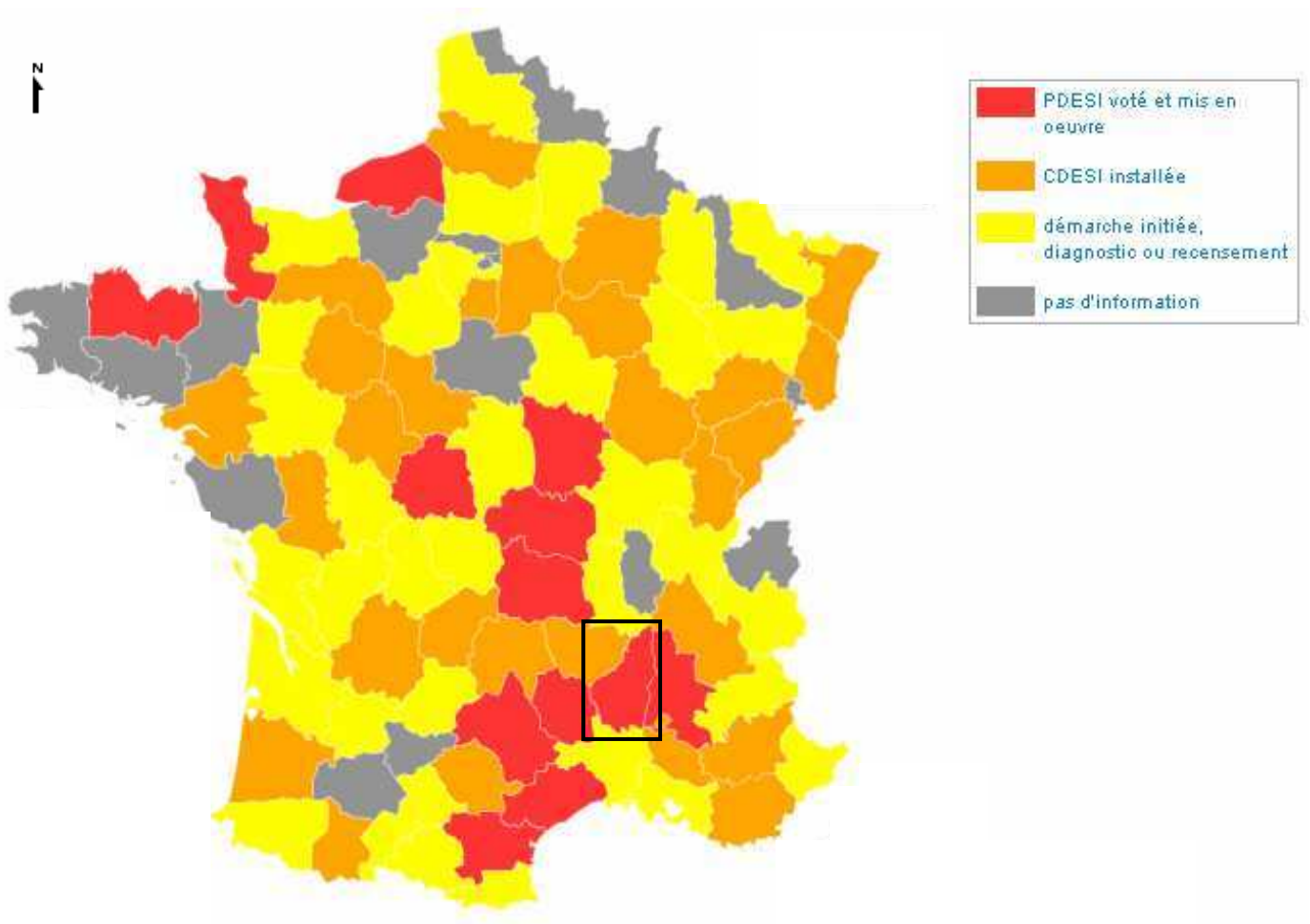
---

<sup>114</sup> Le C.N.A.P.S. est un organisme consultatif en matière de sports, placé auprès du ministre chargé des Sports. A vocation interministérielle, il est consulté sur les projets de loi et de décret relatifs aux activités physiques et sportives. Il est également consulté sur les conditions d'application des normes des équipements sportifs requises pour la participation aux compétitions sportives. De plus, il apporte son concours à l'évaluation des politiques publiques dans le domaine du sport à propos desquelles il remet chaque année, au Parlement et au Gouvernement, un rapport.

2003)<sup>115</sup> aient, en grande majorité, au moins activé le processus de création d'une commission départementale.

La carte suivante illustre (carte 29) cette forme de marqueterie territoriale (Gumuchian, 1998) dans l'activation de la procédure P.D.E.S.I. en France.

**Carte 29 : Etat d'avancement des démarches de gestion concertée des sports de nature (novembre 2010)**



Source et réalisation: Pôle Ressource Sports de Nature  
du Ministère des Sports, 2010

Si les C.D.E.S.I. sont désormais installées dans une grande partie des Départements français, le P.D.E.S.I., n'est lui fonctionnel que dans 13 départements sur 100. Cette étape est la dernière du processus de mise en place d'une gestion maîtrisée et collective des sports de nature. 21 Départements n'ont encore rien initié à l'heure actuelle dans cette optique alors qu'une grande majorité (63) ont au moins effectué une première démarche, un diagnostic

<sup>115</sup> Les foyers historiques sont notamment les départements alpins ainsi que l'Ardèche ou l'Aveyron

préalable ou un recensement des ESI. Si 3 des Départements ayant mis en place un P.D.E.S.I. sont sur la façade de la Mer du Nord (la Manche, la Seine Maritime et les Côtes-d'Armor) les 10 autres Départements où celui-ci fonctionne sont des Départements du Massif Central ou de sa périphérie immédiate. Ainsi, Drôme, Ardèche, Lozère, Aveyron, Hérault et Aude constituent une "bande" Sud où les E.S.I. relatifs aux sports de nature sont inscrits régulièrement par les instances collectives qui en ont la charge dans un plan de pérennisation de leur accès. Les espaces sportifs de nature semblent y correspondre à des vecteurs de nouvelles formes de développement territorial pour les milieux ruraux (DATAR, 2003 ; A.F.I.T., 2004).

Les Départements où les C.D.E.S.I. sont fonctionnelles illustrent des logiques spatiales et forment des régions. Ces logiques de massif soulignent la dimension expérimentale des C.D.E.S.I. comme mode de gestion concertée des sports de nature puisque des Départements tissent certains partenariats méthodologiques ou analytiques avec des Départements voisins ou similaires.

En effet, les Conseils Généraux sont libres de construire et de composer les C.D.E.S.I. et les P.D.E.S.I.. Dans ce cadre, l'alchimie territoriale entre les nombreux types d'acteurs et autour d'un projet de développement est longue à construire (Wipf, Ohl, 2010). Elle constitue de fait un moyen pour les Conseils Généraux de tenter de maîtriser la complexité des systèmes d'acteurs au sein du marché des sports de nature, puis de l'inscrire dans un projet de développement territorial par le tourisme sportif de nature.

La Drôme et l'Ardèche ont, dans ce cadre, monté des séances de C.D.E.S.I. conjointes en 2008 et 2009. Cela montre que ces Départements cherchent à mettre en place des synergies dans les modes de développement territoriaux sportifs et touristiques. En outre, ces synergies illustrent les convergences dans la valorisation des actifs territoriaux de l'intervention de la sphère publique (Mao et *al.*, 2009) entre des territoires dont plusieurs caractéristiques sociospatiales sont proches. Néanmoins, de tels territoires ne peuvent, par définition, jamais être suffisamment proches identitairement pour être similaires. Le contexte politique doit être particulièrement favorable, si ce n'est convergent, entre les territoires qui tentent de construire des politiques conjointes de développement territorial des sports de nature. Ceci semble

particulièrement difficile suivant, d'une part, les enjeux politiques locaux et, d'autre part, les réformes nationales des prérogatives et des périmètres réglementaires des collectivités territoriales (Le Clainche, 2008).

Enfin, l'économie des sports de nature est à la fois un champ sur lequel la C.D.E.S.I. doit prendre position et une composante diffusée au sein de la pluralité des sports de nature. Si le marché et les entrepreneurs peuvent être encadrés par des politiques publiques, les consommations touristiques des pratiquants sont par définition très diffuses dans les comportements sportifs et ne peuvent être intégralement prises en compte par ces outils (Mao, Langenbach, 2006). A ce titre, l'économie, elle, peut à la fois être un domaine à réguler comme secteur économique, et un ensemble d'effets directs et indirects dont il convient de gérer localement les impacts dans une optique d'équité territoriale.

Cependant, la C.D.E.S.I. demeure l'outil principal pour les territoires de la gestion des sports de nature et c'est bien à travers elle que la collectivité doit anticiper puis gérer les effets de cette économie sur les territoires.

#### **10.1.3.2. L'intégration des entrepreneurs des sports de nature dans les C.D.E.S.I. : une lecture des enjeux locaux de l'économie du tourisme sportif de nature**

La gestion collective de l'économie locale des sports de nature peut s'entendre de deux manières différentes : la première est la gestion locale réglementaire et commerciale d'une filière professionnelle de producteurs de biens et de services en rapport avec ces pratiques ; la seconde est celle plus large des effets et des retombées économiques pour le territoire concerné par ces activités. Afin de les mettre en perspective avec un développement durable des territoires, il convient d'accompagner et de former les professionnels, prestataires de services sportifs de nature en Ardèche. Qu'ils soient encadrants, fabricants, ou gestionnaires d'espace récréatifs et sportifs de nature, ceux-ci constituent l'offre au sein de la filière locale des sports de nature. D'un autre côté, les consommateurs - pratiquants, les touristes, qui constituent la demande, voient les conditions de leur accès aux E.S.I. prises en compte à travers les participations du mouvement sportif et des collectivités territoriales à la C.D.E.S.I..

La loi identifie des acteurs incontournables pour siéger en C.D.E.S.I. (Ministère des Sports, 2008). Néanmoins, elle ne fixe ni le nombre, ni la composition de la commission pour

en laisser l'appréciation aux Conseils Généraux, offrant ainsi une marge de manœuvre quant à l'orientation thématique des sièges qui lui restent à pourvoir, en dehors des acteurs institutionnels ou classiques. Les institutions en charge de ces C.D.E.S.I. peuvent donc intégrer les entrepreneurs marchands comme elles l'entendent en fonction des enjeux qu'elles identifient, suivant leur nombre et leurs fonctions. Enfin, la demande est principalement représentée par les Comités Départementaux du Tourisme. Les C.D.E.S.I. doivent être composées suivant les directives suivantes (cf. encadré 5).

**Encadré 5 : Extraits du Code du Sport concernant la C.D.E.S.I.**

Article R311-3 du code du sport :

La composition et les modalités de fonctionnement de la commission sont fixées par délibération du Conseil Général.

Article R311-1 du code du sport :

Une commission départementale des espaces, sites et itinéraires relatifs aux sports de nature, est placée auprès du président du Conseil Général. Cette commission comprend notamment un représentant du comité départemental olympique et sportif, des représentants des fédérations sportives agréées qui organisent des sports de nature, des représentants des groupements professionnels concernés, des représentants des associations agréées de protection de l'environnement, des élus locaux et des représentants de l'État.

Source : Source : extrait du Code du Sport, entré en vigueur et publié au Journal Officiel le 25 juillet 2007

Les professionnels de l'encadrement dans les sports de nature sont intégrés dans les C.D.E.S.I. installées en 2008 de la manière suivante : « concernant les professionnels des sports de nature, le recours à des associations locales (25 sièges<sup>116</sup>) a été privilégié à l'association de syndicats nationaux (le principal étant le syndicat des accompagnateurs en montagne avec 4 sièges) » (Ministère des Sports, 2008).

Les syndicats sont donc les seuls interlocuteurs intégrés aux C.D.E.S.I. pour représenter les entrepreneurs des sports de nature. Ils sont les seuls moyens pour ces instances d'intégrer les professionnels de l'encadrement représentant majoritairement la filière locale touristique et sportive de nature. Dès lors, leur intégration est soumise au fonctionnement et à l'ancrage des syndicats locaux ou des représentations locales des syndicats nationaux. Les syndicats locaux, ou les groupements de professionnels des sports de nature autour d'une filière, sont beaucoup plus représentés localement que les syndicats nationaux classiques. Ceci

<sup>116</sup> Sur les 294 sièges des 17 C.D.E.S.I. installées en 2008

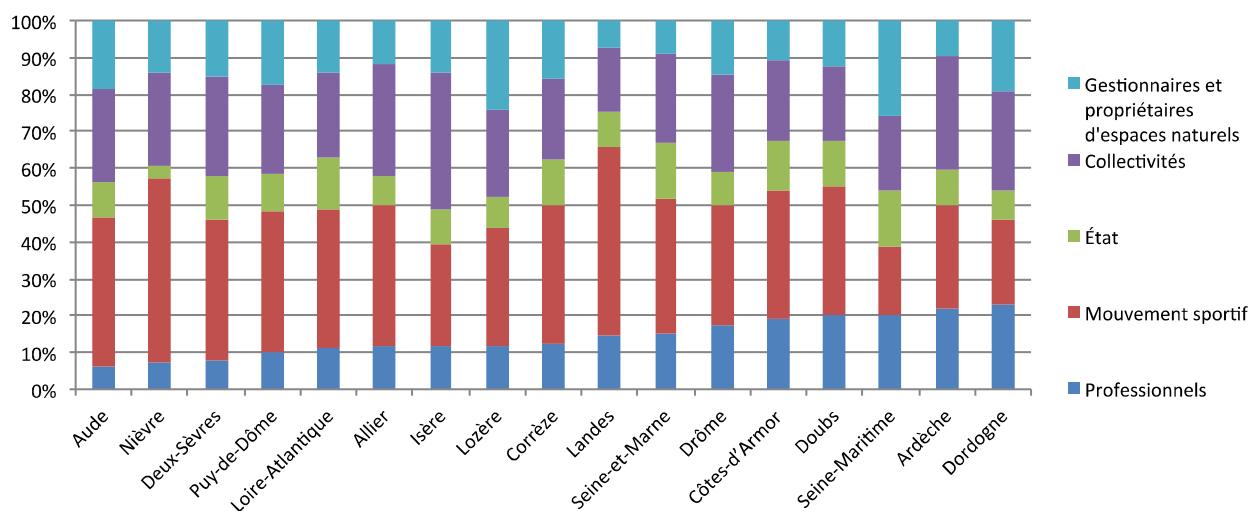
s'explique par la spécificité structurelle, l'identité des filières autour desquelles se structurent ces associations de professionnels et via lesquelles ils transmettent des besoins, des demandes.

De plus, « la C.D.E.S.I. peut être clairement positionnée dans une logique de professionnalisation ou de développement touristique. Les usagers sportifs sont alors parfois autant représentés par le mouvement sportif que par les professionnels de l'activité (cas de l'Ardèche, Dordogne et Seine-Maritime par exemple) » (Ministère des Sports, 2008). En effet, les usagers des espaces des sports de nature, libres ou associatifs, peuvent être représentés par les professionnels de l'encadrement dans la mesure où ceux-ci agissent à la fois pour le développement des sites, pour toutes les formes de pratique, et à la fois avec plusieurs casquettes : professionnelles, associatives, sportives. Les clubs sportifs sont eux représentés par le C.D.O.S., lorsqu'ils relèvent d'une pratique sportive olympique, ou par leurs fédérations respectives dans le cas inverse.

Ainsi, les professionnels expriment à la fois le point de vue des pratiquants touristes et consommateurs et ceux des usagers libres qu'ils ont été ou sont encore. En effet, comme on l'a vu auparavant, les professionnels sont avant tout des pratiquants éclairés des sports de nature (Bourdeau, 2003).

Afin de détailler cette analyse, il est nécessaire de développer les orientations impliquées par les compositions de ces commissions. La figure suivante (cf. graphique 12) présente les compositions des C.D.E.S.I. instituées en 2008 en les classant par la proportion de professionnels de ces activités composant leurs collègues.

**Graphique 12 : Proportion des différents types de membres des C.D.E.S.I. instituées en 2008 en France (en %)**



Source : Pôle Ressource Sports de Nature du Ministère des Sports, 2008  
Réalisation : Langenbach, 2012



Les compositions des C.D.E.S.I. sont libres pour chacun des Départements qui les ont installés. Néanmoins, dans ces compositions s'impriment les spécificités historiques et territoriales du système sportif de chaque territoire. Ainsi, quatre Départements, dont fait partie l'Ardèche<sup>117</sup>, accordent plus de 20 % des places possédant un droit de vote dans leur C.D.E.S.I. aux représentants des professionnels des sports de nature. De plus, dans ces cas, le mouvement sportif est sensiblement sous représenté et les professionnels des sports de nature prennent en partie le relai au sein de l'instance de concertation. Cette dynamique confirme, pour le Département de l'Ardèche, la volonté de la collectivité départementale d'inclure au maximum les professionnels des sports de nature dans la construction des projets de développement territoriaux par ces activités. A l'inverse, dans les Départements où les professionnels sont les moins présents, le mouvement sportif prend le relai en occupant plus de places dans les C.D.E.S.I. et en reprenant une place importante dans ce système.

Pour le Département de l'Ardèche, cela correspond à une vraie volonté de la part du Conseil Général et du Comité Départemental du Tourisme d'intégrer les professionnels dans les travaux de la C.D.E.S.I.<sup>118</sup>. Ceux-ci peuvent à la fois jouir de plusieurs places, avec droit de vote, dans la composition de cette instance, mais aussi bénéficier de financements au titre de plusieurs axes des plans de développement des loisirs sportifs de nature<sup>119</sup>. Les professionnels des sports de nature sont donc positionnés dans ce système comme des mobilisateurs de capitaux touristiques, autant que comme porteurs de valeurs purement sportives.

Ainsi, chacune des C.D.E.S.I. se développe de manière singulière puisque les systèmes sportifs de nature locaux se composent et agissent en fonction des contextes sociosportifs locaux. La C.D.E.S.I. de l'Ardèche présente les spécificités dues à l'histoire de cette destination sportive de nature, à la transcription locale de la loi en matière de gestion concertée des sports de nature et au résultat de sa construction collective et successive. Elle est essentielle au fonctionnement du marché local des sports de nature, le lieu où viennent se négocier les orientations du système. Elle conditionne l'intégralité du développement des sports de nature. En effet, se prononçant sur des espaces sportifs, des sites ou des itinéraires,

---

<sup>117</sup> Avec la Dordogne, la Seine Maritime, et le Doubs

<sup>118</sup> Extraits d'entretiens réalisés auprès des cadres du service des sports du Conseil Général de l'Ardèche (N. Dupuy, B. Damiens) lors de l'évaluation du Schéma Départemental de Développement Maîtrisé des Loisirs Sportifs de Nature de l'Ardèche 2006-2009

<sup>119</sup> Fiches action n°7, 8 et 9 du Schéma de Développement Maîtrisé des Loisirs Sportifs de Nature de l'Ardèche 2006-2009 (cf. annexe 14)

elle conditionne toutes les utilisations qui peuvent en être faites, ce y compris dans le cadre de projets de développement, construits en dehors des prérogatives du Conseil Général garant de la C.D.E.S.I.. Le Pays Ardèche Méridionale (C.D.P.R.A. Ardèche Méridionale<sup>120</sup>) agit ainsi sur le financement des aménagements pour certains sites sportifs de nature, une fois ceux-ci validés selon la grille d'éligibilité au P.D.E.S.I.. Les espaces, sites et itinéraires retenus doivent correspondre à la politique territoriale de la C.D.E.S.I. de l'Ardèche.

## **10.2. La C.D.E.S.I. de l'Ardèche**

La C.D.E.S.I. institue un espace de rencontre et de négociation systématique entre les acteurs locaux du développement territorial autour des sports de nature. A ce titre, elle semble en Ardèche agir sur la formalisation d'un système économique local autour de l'économie touristique des sports de nature. Elle tend de manière générale à garantir la pérennisation de la valorisation de la ressource naturelle sportive et donc l'exploitation commerciale de cette ressource. Les acteurs professionnels, marchands et commerciaux, des sports de nature y bénéficient des travaux sur la pérennisation de l'accès aux espaces sportifs.

Cette section s'appuie, d'un côté, sur une étude documentaire de la programmation et du fonctionnement de la C.D.E.S.I. de l'Ardèche et, de l'autre, sur un diagnostic de son fonctionnement effectué grâce à des entretiens auprès de ses acteurs à l'occasion du renouvellement du Schéma Départemental de Développement Maîtrisé des Loisirs sportifs de nature.

Chaque espace, site ou itinéraire (E.S.I.) inscrit au P.D.E.S.I. de l'Ardèche l'est en relation avec le type de pratique qui s'y déroule et aux modes de gestion environnementale ou territoriale dans lequel il s'intègre.

Sur les 300 sites d'escalade du département, 15 sites voient les aménagements qui les concernent financés par le Conseil Général, et huit sont inscrits au P.D.E.S.I.<sup>121</sup>. En matière de randonnée pédestre, 12 des 85 itinéraires majeurs (G.R., G.R.P.<sup>122</sup>) du département sont dans

---

<sup>120</sup> Le C.D.P.R.A. est présenté dans la section 3.5.1.2. page 103

<sup>121</sup> Ces données sont issues d'un entretien avec le technicien en charge du fonctionnement technique du P.D.E.S.I., et du S.I.G. qui s'y rapporte, le système "Géosport", au sein du Conseil Général de l'Ardèche

<sup>122</sup> Chemins de Grande Randonnée et chemins de Grande Randonnée de Pays

le P.D.E.S.I.. Ainsi, sur les 10 000 kilomètres environ de sentiers de randonnée de l'Ardèche, 2 800 kilomètres sont pris en charge par cette procédure. Sur ces 2 800 kilomètres, environ 600 kilomètres sont également inscrits au titre de la pratique du V.T.T.. Quatre des dix-huit parcours de course d'orientation, tous les itinéraires équestres (deux sur deux), une des deux pistes de fauteuil tout terrain (F.T.T.<sup>123</sup>, déclinaison handisport du V.T.T.), un ponton de pêche handisport figurent dans ce plan départemental. L'intégralité des itinéraires de ski nordique et de ski alpin (intégralité des boucles et pistes entretenues) est inscrite dans le P.D.E.S.I.. Environ 70 kilomètres du réseau de sentiers de raquettes à neige (80 % de l'ensemble départemental) sont inscrits au plan.

A propos des sites supportant la pratique de la randonnée pédestre et de manière plus localisée, 100 % des itinéraires figurant au nord du département (Pays Ardèche Verte<sup>124</sup>) sont inscrits, 50 % environ de ceux du centre Ardèche (Pays Valdac) et 30 % environ de ceux du sud du département (Pays Ardèche Méridionale)<sup>125</sup>. Dès lors, ce gradient peut s'expliquer d'une part par des inscriptions selon plusieurs phases successives et donc avec des objectifs différents, mais aussi par un souci d'homogénéiser spatialement les effets du mode de développement escomptés avec le P.D.E.S.I. sur une grande partie du département. Ainsi, le P.D.E.S.I. vise à homogénéiser les enjeux touristiques entre les différents territoires touristiques et sportifs de nature ardéchois.

### **10.2.1. La C.D.E.S.I. de l'Ardèche : des spécificités structurelles historiques, liées à l'économie touristique**

La C.D.E.S.I. de l'Ardèche est constituée de trois collèges représentatifs, comme le veut la réglementation qui sont chargés d'élaborer les propositions en matière d'inscription de sites. Dans le cadre d'un protocole d'accord, son secrétariat technique est composé des deux techniciens désignés par le Conseil Général et de la direction départementale de la jeunesse et des sports. Il assure la coordination des actions entreprises en faisant appel à des ressources internes ou partenariales (en recourant notamment à la structure Loisirs Nature Ardèche). Enfin un ou des prestataires extérieurs effectuent à certains moments, selon les besoins, des tâches techniques indispensables à l'avancement des travaux.

---

<sup>123</sup> Fauteuil Tout Terrain

<sup>124</sup> Intercommunalité de projet de type Comité de Développement de Pays Rhône-Alpes (C.D.P.R.A.)

<sup>125</sup> Voir carte des Pays ardéchois (C.D.P.R.A.) en annexe (cf. annexe 13)

Les trois collèges de la C.D.E.S.I. de l'Ardèche sont :

- les élus locaux et territoriaux, services de l'Etat ;
- les représentants du mouvement sportif fédéral et professionnels ;
- les autres gestionnaires et usagers de l'espace naturel.

La composition complète de cette C.D.E.S.I. (cf. annexe 12) doit permettre une intégration complète d'un développement territorial équitable. En effet, elle tend à offrir à tous les collectifs d'acteurs touchés de près ou de loin par les sports de nature la possibilité de s'exprimer, voire d'influer sur les orientations prises par le développement de ces activités.

Elle se compose aussi de groupes de travail thématiques. Ces derniers alimentent la réflexion et préparent les propositions qui seront soumises à l'Assemblée Départementale qui valide ou invalide en dernier lieu ces choix. Chacun des acteurs, membres de la C.D.E.S.I., est amené à se prononcer sur l'inscription des sites comportant des spécificités qui dépassent parfois leurs prérogatives ou leurs thématiques de prédilection. Dès lors, la gouvernance de la destination marchande des sports de nature en Ardèche par cette procédure est construite par un organe collectif composé de "profanes" ; car si les sports de nature sont au centre des préoccupations qui se discutent et se jouent à la C.D.E.S.I., ils ne constituent le cœur de métier que d'une part minime des personnes intégrées à la démarche. Aussi, il s'agit dans ce cadre, surtout des membres du mouvement sportif (fédérations, C.D.O.S.) et des représentants des professionnels de l'encadrement.

Le fonctionnement collectif de la C.D.E.S.I. de l'Ardèche suit les usages de la démocratie participative et s'accompagne de ce fait d'une part d'incertitude et de subjectivité, notamment dans les positions que chacun des membres est amené à défendre. Les intérêts de chacun sont soumis à des décisions collectives qui peuvent donner lieu à des négociations.

Ce jeu politique, au sens du débat d'idées, conduit les acteurs engagés dans la C.D.E.S.I. à construire des synergies ou des alliances, soit de manière informelle, entre représentants de secteurs ou d'activités proches ou avec des sensibilités proches, comme les chasseurs et les pêcheurs, soit de manière formelle, car les comités sportifs représentant les fédérations sont parfois membres du C.D.O.S., qui lui aussi représente à la fois les pratiquants et les comités sportifs. Dans ce sens, les professionnels des sports de nature peuvent agir à la fois en tant que pratiquants, représentés à ce titre par le C.D.O.S. ou les comités départementaux sportifs, et par leur syndicat local au sein de la C.D.E.S.I.. De plus, la

problématique de la commercialisation est appuyée par le comité départemental du tourisme dans le but de consolider la filière touristique et sportive de nature locale.

En outre, les entrepreneurs sont souvent investis dans les sports de nature associatifs, en encadrant des clubs, ou collectifs, aussi bien que touristiques et marchands.

Il est parfois difficile de discerner de manière nette dans quelle dimension les professionnels des sports de nature interviennent au sein de la C.D.E.S.I.. Si ces derniers possèdent plusieurs fonctions, ils sont néanmoins des acteurs essentiels du développement des sports de nature et des territoires au travers du développement des espaces, sites et itinéraires.

### **10.2.2. La C.D.E.S.I. de l'Ardèche dans la structuration du marché du tourisme sportif de nature**

Cette réflexion se base, dans un premier temps, sur les représentations de la C.D.E.S.I. et de son efficience fonctionnelle chez les entrepreneurs. Elle s'appuie pour cela sur la perception de son rôle et de sa composition chez les 17 entrepreneurs des sports de nature rencontrés. Ils ont permis, dans un premier temps, de positionner les entrepreneurs de l'encadrement des sports de nature les uns par rapport aux autres en fonction de la C.D.E.S.I. et d'y identifier l'appui commercial qu'ils peuvent y trouver le cas échéant.

Cette analyse se fonde, par ailleurs, sur les entretiens réalisés auprès de 23 membres de la C.D.E.S.I. à propos de leur perception de l'efficacité de cette instance, de l'intégration de leurs politiques respectives, de l'architecture de cette commission et de son articulation avec le Schéma départemental de développement maîtrisé. Les entretiens institutionnels ont, dans un deuxième temps, permis de modéliser d'une part le fonctionnement interne de la C.D.E.S.I. en matière d'économie des sports de nature suivant les représentations qu'en ont ses acteurs, et, d'autre part, les orientations politiques qu'ils tentent d'imprimer au développement local par le biais des sports de nature.

L'objectif principal est alors d'illustrer le rôle de la C.D.E.S.I. dans la territorialisation du marché du tourisme sportif de nature en Ardèche.

La C.D.E.S.I. est en mesure d'avoir des effets sur la structuration du système économique des sports de nature en Ardèche. Conduite par des acteurs publics, collectifs ou

institutionnels et territoriaux, la C.D.E.S.I. représente le territoire ardéchois. Pour autant, les entrepreneurs des sports de nature qui sont, soit des publics destinataires des décisions prises par la commission, soit des participants aux travaux menant à ces décisions, semblent liés au territoire propre à la C.D.E.S.I..

Cette instance recouvre le territoire dont la collectivité territoriale organisatrice (le Conseil Général) a la charge. Les membres des deux premiers collèges (collège institutionnel et acteurs de la sphère sportive) ne sont pas particulièrement territorialisés ni spatialisés. S'ils agissent à propos du territoire, ils n'ont pas particulièrement d'effets sur la construction sociale de l'espace.

La "procédure" C.D.E.S.I. serait donc en mesure de conférer un avantage fonctionnel aux entrepreneurs en matière de territorialisation systémique de leur offre.

La C.D.E.S.I. permet-elle alors aux entrepreneurs des sports de nature en Ardèche de mieux se territorialiser et de mieux territorialiser leurs offres marchandes dans une perspective commerciale ?

Les professionnels des sports de nature rencontrés lors des entretiens ont été interrogés sur la C.D.E.S.I. afin d'établir leurs connaissances en la matière et leurs positions vis-à-vis de ses missions. Cela a permis de comprendre leurs représentations et leurs attentes dans sa manière d'encadrer les interactions avec la ressource touristique, les autres prestataires sportifs de l'offre locale, les acteurs de la sphère sportive ou les institutions territoriales. Cela a aussi permis d'évaluer leurs interactions, entre eux, à propos de la C.D.E.S.I. mais sans participer directement à celle-ci.

La C.D.E.S.I. de l'Ardèche est bien positionnée comme un moyen de réunir et de formaliser, seule ou en relation avec d'autres systèmes, le fonctionnement du système économique sportif de nature. Pour cela, c'est le rôle de la C.D.E.S.I. dans la création ou le maintien des interactions entre les entrepreneurs eux-mêmes, avec l'économie touristique, la sphère sportive et les institutions locales qui sera analysé.

*Les relations entre les entrepreneurs des sports de nature au travers de la C.D.E.S.I.*

Les entretiens ont montré que les entrepreneurs différencient leurs participations à un système local de gestion des sports de nature en fonction de la dimension de leur pratique, professionnelle ou personnelle. Tous les entrepreneurs des sports de nature en Ardèche connaissent la procédure de la C.D.E.S.I. mais à des degrés variables. Tous savent qu'elle a pour objectif de gérer l'accès partagé aux espaces naturels. Toutefois, il y a des différences dans le degré de proximité ressenti par chacun avec le mode de gestion défendu. La moitié des entrepreneurs rencontrés estime à titre personnel que la C.D.E.S.I. est un élément qui favorise la pratique locale des sports de nature.

*« Ouais, je pense que ça doit avoir un intérêt, si le Conseil Général et la fédération s'en occupent, ça doit marcher » (Extrait de l'entretien n°13).*

*« La C.D.E.S.I. est avant tout un outil de promotion pour le Conseil Général. » (Extrait de l'entretien n°11).*

*« Je suis d'accord avec l'action des institutions, mais je trouve tout à fait logique pour les raisons précitées de louer un canyon pour y pérenniser une activité économique » (Extrait de l'entretien n°15).*

Malgré une certaine défiance illustrée par les extraits d'entretiens cités précédemment, l'implication des institutions confère à la C.D.E.S.I. l'image d'une procédure utile, mais qui ne mobilise pas les pratiquants éclairés que sont les entrepreneurs et ne leur évoque aucune action concrète. Seuls les prestataires verticaux y voient un élément essentiel à la pérennisation de leur filière professionnelle. Il faut cependant différencier les Indépendants Passionnés (I.P.) et les Entrepreneurs Indépendants (E.I.) d'un côté, et les Conservateurs Patrimoniaux (C.P.) de l'autre. Les premiers perçoivent la C.D.E.S.I. comme une vitrine de l'action du Département et donc comme un outil appuyant la concertation nécessaire à l'exploitation durable de la ressource naturelle territoriale, concertation déjà existante par ailleurs (au sein du système social) et dans l'offre locale socialisée notamment. Un entrepreneur indique notamment en substance :

*« La C.D.E.S.I., elle a au moins le mérite d'essayer de faire transiter les infos autour des sports de nature. Après sur le terrain, ça marche, mais c'est long... » (Entretien n°9).*

La C.D.E.S.I. joue donc un rôle proche de celui des syndicats nationaux de professionnels, transmission des informations, relais entre les entrepreneurs et les institutions publiques.

En revanche, les seconds (les Conservateurs Patrimoniaux) voient la C.D.E.S.I. comme un moyen de préserver une compétitivité locale en s'assurant que les décisions prises leur confèrent toujours cette position. Ancrés territorialement, ces entrepreneurs ont une meilleure connaissance des structures institutionnelles membres de la C.D.E.S.I. et de leurs techniciens ou cadres. L'identification puis la projection leur sont ainsi facilitées par cette proximité identitaire avec le territoire ardéchois.

Les travaux de la C.D.E.S.I. amènent de plus en plus les entrepreneurs des sports de nature de chacune des filières professionnelles à se croiser dans des réunions publiques ou privées, formelles ou informelles, à entrer en contact par leurs représentants respectifs, comités départementaux sportifs, Conseil Général, sur des questions liées à l'usage des espaces de pratique. Ce sont les conflits d'usage, traités par la C.D.E.S.I. ou ses commissions idoines, en groupes de travail ou cellules de médiation et de conciliation, qui sont les principales activatrices de ces rencontres "institutionnelles" entre entrepreneurs au travers de la C.D.E.S.I.. Le cas de la fermeture du canyon de la Besorgues<sup>126</sup>, abordé plus haut, illustre bien ce mouvement. Les sports verticaux sont les seules activités où les entrepreneurs interagissent localement au travers, ou à propos, de la C.D.E.S.I..

Tous identifient la C.D.E.S.I. comme étant potentiellement essentielle dans leur capacité à maintenir un accès à des sites sportifs de nature, à les exploiter. Pour certains, les informations sur ce sujet arrivent au travers de leurs interactions avec des collègues.

*« Il arrive qu'on discute avec des copains (entrepreneurs et grimpeurs locaux) de ce qui s'est dit à la C.D.E.S.I., en fait, surtout des coins qui deviennent des sites officiels, ou vice versa. Ça bouge pas mal, et y a quand même besoin de savoir où on a le droit d'aller ou pas pour rester dans les clous » (Extrait de l'entretien n°8).*

---

<sup>126</sup> Chapitre neuf, p.302



*« On se tient au courant de ce qui se passe en en discutant avec d'autres BE<sup>127</sup> ou des copains, c'est parfois la même chose. C'est quand même assez important de respecter ce qui se dit là bas, notre activité en dépend. Dans tous les cas, on finit toujours assez rapidement par savoir les décisions qui ont été prises, le milieu des grimpeurs est un milieu pas si grand que ça et en plus on se croise souvent ! » (Extrait de l'entretien n°6).*

Tandis que d'autres se renseignent activement sur les délibérations et cherchent ainsi particulièrement à consolider leurs activités commerciales.

*« Je suis les résultats de chaque C.D.E.S.I., ça m'intéresse, de la même manière que tout ce qui touche de près ou de loin à mon business, ou qui me permet de consolider mon business m'intéresse » (Extrait de l'entretien n°15).*

La C.D.E.S.I. n'est donc pas, dans ce cadre, motrice d'échanges informels entre entrepreneurs.

Les sports aquatiques, quant à eux, ne s'intègrent pas à cette procédure par leurs entrepreneurs. Les enjeux économiques, la complexité de leur système productif, l'influence historique de l'autorégulation sont notamment des facteurs explicatifs de ce constat. Malgré trois tentatives<sup>128</sup>, la C.D.E.S.I. n'a jusqu'alors jamais réussi à voter l'inscription de la basse rivière Ardèche, tronçon pourtant essentiel à la filière, au P.D.E.S.I.. Soit une institution disposant d'un droit de veto l'utilise (service de l'Etat, Conseil Général, Comité Olympique), soit la majorité nécessaire à la recommandation favorable d'inscrire cet espace n'est pas obtenue. Enfin, les prestataires terrestres ne semblent pas non plus concernés professionnellement par cette instance. La diffusion spatiale de leur offre semble minimiser les besoins inhérents à la gestion de la fréquentation des espaces naturels.

*« En randonnée, en fait, on crée logiquement moins de problèmes, on est pas beaucoup par rapport à tous les linéaires de sentier ! », « C'est fréquent qu'on croise personne quand on randonne avec des clients » (Extraits de l'entretien n°2)*

Ceci explique en bonne partie l'absence d'intérêt des entrepreneurs terrestres pour les travaux de la C.D.E.S.I les concernant. Par ailleurs, les sentiers ou les chemins bénéficient d'un statut foncier plus clair, lié à l'antériorité du P.D.I.P.R. dans leur gestion locale.

<sup>127</sup> Brevet d'Etat d'Educateur Sportif

<sup>128</sup> Délibérations de l'assemblée départementale du 6 juin 2008, 22 janvier 2009 et 4 juin 2009

L'ancrage et l'antériorité de ce plan donnent aux entrepreneurs un sentiment d'habitude et d'efficacité dans ce cadre.

*Les entrepreneurs des sports de nature et l'économie touristique dans la C.D.E.S.I.*

Le Schéma départemental dans lequel s'inscrit la C.D.E.S.I. mentionne bien un appui à l'intégration des sports de nature dans l'offre touristique, mais ce volet reste ignoré par tous les entrepreneurs. Toutefois, certains d'entre eux sont liés commercialement à l'institution en charge collectivement du tourisme en Ardèche<sup>129</sup> et leurs prestations sont proposées via la plateforme de réservation du C.D.T..

*« Je travaille avec des hébergeurs ou ponctuellement avec le C.D.T. pour l'encadrement de randonnées motorisées, mais je ne communique pas du tout sur cette activité », « Je pense que ça peut faire du tort à mon activité "cyclo", c'est pas les mêmes pratiquants... » (Extrait entretien n°5)*

Cependant, d'une part, le choix de ce canal de commercialisation semble devoir se faire en acceptant d'y mettre en avant des activités en différentes de celles proposées directement par les entrepreneurs. Ceci pour des raisons d'image qui tiendraient, à la fois, à la commercialisation touristique et à des activités "motorisées", relativement mal vues par les pratiquants des sports de nature recherchant, avant tout, une expérience "naturelle". D'autre part, pour les rares entrepreneurs qui utilisent cet appui à la commercialisation, les cadres structurels des produits touristiques ne correspondent pas avec leurs propres cadres où la marchandisation n'est qu'une valeur secondaire.

*« L'action du CDT est en notre faveur, c'est indiscutable, on est quelque part les cobayes d'un système (informatique, ndlr), mais ça n'a quasi aucune utilité, personne ne nous contacte via leur site, mais c'est peut-être dû aux caractéristiques intrinsèques de l'activité » (Extrait de l'entretien n°9)*

Les entrepreneurs ne semblent pas bénéficier, dans le cadre des produits commercialisés par l'intermédiaire du C.D.T., de la flexibilité entrepreneuriale recherchée dans leur activité professionnelle. En effet, délai pour former un groupe de "touristes" est plus long que par leurs propres techniques de commercialisation, ni la mobilité spatiale du fait de l'utilisation d'un nombre restreint de sites sportifs, au caractère plus ludique que sportif.

<sup>129</sup> Le Comité Départemental du Tourisme de l'Ardèche (C.D.T. de l'Ardèche)

Les liens entre les entrepreneurs et l'économie touristique ardéchoise via la C.D.E.S.I. sont donc ponctuels et construits au gré des besoins de chacun des entrepreneurs. Les relations commerciales entre les entrepreneurs de la filière du tourisme sportif de nature et ceux de l'économie touristique s'affranchissent de la C.D.E.S.I..

*Les entrepreneurs des sports de nature et les institutions sportives dans la C.D.E.S.I.*

Tous les professionnels des sports de nature de l'Ardèche connaissent le fonctionnement des comités départementaux sportifs. Néanmoins, très peu d'entre eux sont initiés au rôle que peuvent jouer ces structures pour les accompagner commercialement et localement.

Le rôle des institutions sportives fédérales donne pour certains entrepreneurs lieu à de la défiance, à propos de leur rôle et de leur efficacité :

« *Les gens qui bossent pour la C.D.E.S.I. ou dans les fédés, ils justifient juste leur salaire, non ?* » (Extrait de l'entretien n°13)

Cela illustre, en outre, une méconnaissance des fonctions et du rôle de ces acteurs au sein de la C.D.E.S.I.. De plus, les échanges d'informations en semblent pas passer par les comités départementaux des fédérations sportives comme l'attestent les explications fournies par un entrepreneur vertical.

« *Le C.D.F.F.M.E. est surement actif, mais pas visible localement. Dans tous les cas, c'est pas eux qui nous tiennent informés de ce qui se fait à la C.D.E.S.I.* » (Extrait de l'entretien n°4)

Enfin, les entrepreneurs n'identifient pas d'accompagnement particulier à la marchandisation des sports de nature dans les actions des comités départementaux.

« *Les mecs du comité départemental je les connais, mais je ne sais pas du tout ce qu'ils font pour mon petit commerce dans la C.D.E.S.I., je sais pas si ils nous aident* » (Extrait de l'entretien n°14).

Aucun des entrepreneurs rencontrés n'a fait part d'un appui administratif, institutionnel de son comité sportif à la mise en marché de son activité. Les entrepreneurs qui se sont prononcés sur les actions de leurs comités sportifs sont essentiellement des

professionnels des sports verticaux. Les autres entrepreneurs identifient très peu, à la fois le rôle de la structure dans la gestion concertée, et les cadres ou les techniciens qui assurent ces fonctions.

Ceci illustre en bonne partie la vision des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche qui n'identifient pas les missions des comités départementaux à leur égard dans la C.D.E.S.I.. Cependant, la gestion des professionnels des sports de nature est une des prérogatives de ces structures locales et de leur fédération de rattachement. Ceci semble lié au décalage entre la gestion des sports de nature associatifs et des sports de nature commerciaux, tous deux à la charge des comités départementaux sportifs et dont les modèles sont en France particulièrement opposés (Miege, 1993). Dès lors, l'opposition historique et culturelle entre ces dimensions internes au champ des sports de nature est en grande partie responsable du fait que la sphère fédérale ne soit pas un acteur central du système économique des sports de nature en Ardèche et ne semble pas permettre aux prestataires de consolider leurs activités. La C.D.E.S.I. ne semble pas à même de dépasser cette divergence fonctionnelle en proposant un modèle commun de développement local des sports de nature.

#### *Les entrepreneurs des sports de nature et les collectivités territoriales dans la C.D.E.S.I.*

Les professionnels des sports de nature rencontrés en Ardèche indiquent tous, à l'exception des trois responsables de section locale des syndicats nationaux<sup>130</sup>, ne pas connaître les membres des institutions territoriales en charge des sports de nature (Conseil Général, Ministère des Sports, autres services de l'Etat) faisant fonctionner la C.D.E.S.I.. Néanmoins, l'association Loisir Nature Ardèche (L.N.A.) et son salarié "chargé de mission" ont été identifiés comme animateur principal de la gestion concertée des sports de nature en Ardèche.

« *Les acteurs du Conseil Général sont invisibles, je connais la C.D.E.S.I. mais je connais pas les mecs qui la font tourner, à part Claude Crain de LNA* » (Extrait de l'entretien n°4).

Il est logique que cette structure soit la première à être identifiée comme relai de la C.D.E.S.I.. En effet, L.N.A. est un acteur intermédiaire du système de gestion, que les entrepreneurs touchés par les cellules de médiation ou de gestion des conflits d'usage de la

---

<sup>130</sup> Entretiens n°1, n°2 et n°3

C.D.E.S.I. connaissent bien. Ces entrepreneurs sont essentiellement issus de la filière verticale, les conflits d'usage étant essentiellement de ce type. Cette structure assure le rôle d'animateur des cellules de gestion et de conciliation des différents usages de la nature en réunissant aussi bien les institutions territoriales (Conseil Général et services de l'Etat) que les usagers de la nature ou leurs représentants dans des cellules de concertation relativement souples. L.N.A. bénéficie d'une convention passée avec le Conseil Général qui lui délègue l'animation et une partie du secrétariat des différents volets de la C.D.E.S.I., contre un financement annuel.

Si les entrepreneurs connaissent la place respective de chaque institution dans le fonctionnement de la gestion maîtrisée et le but de celle-ci, eu égard à leur formation ou aux échanges d'informations entre membres de réseaux locaux, de systèmes sociaux dans les sports de nature, ils n'en connaissent pas les moyens ou l'envergure. Dès lors, les institutions territoriales en charge de la C.D.E.S.I. de l'Ardèche ne sont pas perçues par les entrepreneurs comme permettant de formaliser le système économique des sports de nature en Ardèche. Professionnels et institutions territoriales sont peu liés en Ardèche au sein de la gestion concertée des sports de nature.

C'est à travers l'inscription de la gestion concertée dans les habitudes sociales, mécanique complexe, que la C.D.E.S.I. de l'Ardèche structure principalement le marché des sports de nature. Son fonctionnement interne propre n'est pas suffisant pour assurer le fonctionnement d'un système local sur l'économie des sports de nature. Néanmoins, l'intégralité des prestataires sportifs de nature est informée de sa présence, de ses enjeux principaux et de sa composition globale. La transmission des informations est assurée par les échanges formels et informels, matériels dans des rencontres sur les lieux de pratique ou dans des lieux emblématiques, et virtuels sur les sites et forums Internet<sup>131</sup> entre les acteurs locaux. La C.D.E.S.I. est un système local, mais c'est un système fortement structuré par les collectivités territoriales et les cadres politiques et réglementaires, au sens de la planification qu'elle donne à cette instance.

Ce système touche les entrepreneurs uniquement à la marge. Seuls les entrepreneurs verticaux s'en rapprochent suivant une logique socio-territoriale et commerciale. Sont tout de même systématiquement ménagés un espace et un budget pour accompagner la structuration

---

<sup>131</sup> Forums Internet [www.camptocamp.org](http://www.camptocamp.org) ou [www.descente-canyon.com](http://www.descente-canyon.com)

administrative d'une filière locale. Les entrepreneurs locaux des sports de nature n'occupent que très partiellement cette place et n'ont jusqu'alors jamais utilisé cette ligne budgétaire. En outre, ceux qui le font sont des acteurs emblématiques d'un mode de gestion commerciale et entrepreneuriale particulièrement abouti<sup>132</sup>. Ces derniers utilisent ainsi sciemment le fonctionnement de la C.D.E.S.I. pour asseoir la concurrentialité de leurs offres. Dès lors, la labilité du système n'est pas entièrement respectée. En effet, le système ne peut intégrer de nouveaux éléments que dans la mesure où ceux-ci utilisent des logiques de commercialisation compatibles avec les politiques départementales et s'ils sont cooptés par la collectivité départementale. A ce système formel viennent s'ajouter d'autres systèmes formels et informels qui complètent localement le fonctionnement systémique de l'économie des sports de nature.

### **10.2.3. La formalisation du système économique local des sports de nature entre les entrepreneurs et les membres institutionnels de la C.D.E.S.I. en Ardèche**

Les acteurs institutionnels de la C.D.E.S.I. indiquent en grande majorité que les pratiques commerciales prennent de plus en plus de place localement mais aussi qu'elles sont à l'origine de nouveaux types de conflits. Tous connaissent la pluralité des formes de pratiques présente en Ardèche et au sein desquelles la pratique professionnelle n'est pas celle qui est la plus soutenue par le système formel qu'est la C.D.E.S.I.. Cette instance, chargée de mettre en œuvre des axes de développement inscrits dans les dix fiches actions du schéma départemental de développement maîtrisé des loisirs sportifs de nature<sup>133</sup>, ne peut s'appuyer que sur un seul axe de programmation dédié (fiche action n°9), axe qui plus est particulièrement méconnu (C.G. de l'Ardèche, Cermosem, 2009), pour structurer la pratique commerciale et professionnelle. Celui-ci vise uniquement à favoriser leur structuration et à les accompagner dans leur professionnalisation. Les entrepreneurs ne sont pas intégrés systématiquement et plus en avant dans les travaux portant sur tous les autres volets de la gestion locale des sports de nature quant à la sécurité, les conflits d'usage, la préservation de l'environnement naturel notamment. Leur position locale au sein du champ des sports de nature est soulignée par chacun des acteurs rencontrés, dont certains indiquent qu'ils

---

<sup>132</sup> Claude et Philippe Roux (Entreprises GEO et Canyon-Spéléo)

<sup>133</sup> Fiches actions reproduites en annexe 14

interagissent par relations directes en dehors de la C.D.E.S.I.<sup>134</sup>. Ainsi cette commission est en partie court-circuitée dans le cadre de la gestion locale des espaces de pratique, puisque les maires, les élus locaux et départementaux sont des acteurs essentiels de la gestion des espaces naturels à l'échelon local et gèrent directement, avec les prestataires, les problèmes et conflits émergeant localement.

L'identification et la structuration des professionnels des sports de nature n'ont, de l'avis de tous, pas abouti en Ardèche de manière suffisamment efficace pour qu'ils puissent être représentés durablement en C.D.E.S.I.. Cette politique d'accompagnement est pourtant soutenue par plusieurs structures associées à la C.D.E.S.I.<sup>135</sup>, afin que les professionnels soient systématiquement associés en tant qu'acteurs incontournables de ces activités dans les travaux de la C.D.E.S.I.. Un grand nombre d'acteurs locaux institutionnels<sup>136</sup> positionne ce volet comme une priorité pour le développement des sports de nature en Ardèche. Dans ce cadre, de nombreux acteurs proposent d'améliorer l'accompagnement des professionnels en proposant des mesures ou des outils pour prévenir des situations de blocage, la fermeture des espaces naturels et de pratique par exemple.

Les gestionnaires d'espaces naturels, ou les différents usagers de la nature, demandent ainsi que la C.D.E.S.I. renforce la formation à la préservation et à la sensibilisation des milieux naturels, ou au droit foncier. Ils indiquent ainsi la nécessité d'intervenir en amont, lors de leur formation ou via la mise en place d'un système de labellisation, de charte de qualité. □ Dans ce cadre, les travaux de la cellule de médiation animée par L.N.A., gagneraient, dans l'intérêt d'une meilleure structuration du système économique local des sports de nature, à être systématiquement reliés à la thématique des professionnels pour tenter de résoudre les problèmes actuellement identifiés. Enfin, certains acteurs<sup>137</sup> indiquent la pertinence d'une information à l'attention des professionnels sur les procédures de gestion territoriale concertée des loisirs sportifs de nature.

Les politiques de développement et de pérennisation de la destination marchande des sports de nature en Ardèche passent avant tout par la pérennisation de l'utilisation et le développement des sites sportifs. Ces objets sont transversaux à la C.D.E.S.I. et les décisions

---

<sup>134</sup> Association des maires d'Ardèche, élus départementaux

<sup>135</sup> Elus départementaux siégeant en C.D.E.S.I., fédérations sportives de nature, autres usagers de la nature (F.R.A.P.N.A., fédérations de chasse et de pêche).

<sup>136</sup> Comités Départementaux sportifs, Loisirs Nature Ardèche

<sup>137</sup> Membres des institutions territoriales siégeant en C.D.E.S.I. uniquement

les concernant sont parfois prises de manière totalement indirecte, à propos d'une autre activité, mais en concernent directement la pratique commerciale et marchande.

Ainsi le marché des sports de nature est, d'un côté, récipiendaire de la politique de développement mise en place par la C.D.E.S.I. et, de l'autre, particulièrement effacé dans son fonctionnement démocratique. La C.D.E.S.I. a ainsi décidé l'inscription d'une grande partie des sites emblématiques des sports de nature marchands en Ardèche au titre d'une exhaustivité des sites et donc des modes de pratique. Cependant, les professionnels des sports de nature n'interviennent quasiment jamais dans les séances de la C.D.E.S.I., ni *a priori*, ni *in situ*. La place laissée libre par l'association Pro Sport Nature Ardèche est notamment restée systématiquement libre durant l'intégralité du premier Schéma de développement maîtrisé. Si cette constatation relève d'une part du fonctionnement interne de ce regroupement de filières, elle illustre aussi les réticences partagées face à l'investissement dans un mode de gestion concertée pourtant censé faciliter la commercialisation des prestations sportives de nature. Dans ce même sens, le groupement local de professionnels n'a jusqu'à maintenant pas pu prétendre aux appuis méthodologique, institutionnel et financier que lui réserve le Conseil Général dans la programmation de ses schémas de développement. Cela peut aussi signifier que les professionnels sensibilisés à ce regroupement estiment ne pas avoir besoin de cet appui financier.

L'économie des sports de nature est entrée dans les politiques de développement territorial des milieux ruraux, mais souvent "par la mauvaise porte". Cette remarque vaut par la distance idéologique qu'entretient une grande partie des prestataires avec la rationalisation de la construction de leurs offres sportives. Ils ne désirent souvent pas assumer les dimensions d'ingénierie et de marketing que comporte un accompagnement institutionnel. Elle vaut aussi par la complexité des jeux démocratique et collectif locaux entre les différents prestataires sportifs et avec la multitude d'opérateurs les représentant, fédérations, C.D.T., Ministère des Sports.



Conclusion du dixième chapitre :

La C.D.E.S.I., outil de gouvernance basé sur la gestion concertée, semble donc indirectement influencer sur l'efficacité de l'économie des sports de nature en milieu rural, tandis qu'elle intéresse politiquement et par son mode de fonctionnement peu les acteurs de ce marché.

La C.D.E.S.I. de l'Ardèche est un outil de pilotage formel du système économique sportif de nature local à la fois au travers de la résolution des conflits d'usage et par l'appui à l'exploitation d'une ressource naturelle, les sites sportifs de nature. C'est au travers des travaux sur le maintien de l'ouverture des sites sportifs menacés de fermeture ou de modification que les professionnels se rencontrent le plus et rencontrent les institutions. C'est par ce biais qu'ils s'approchent le plus fréquemment, le cœur de la C.D.E.S.I., et qu'ils rencontrent les cadres représentant les institutions territoriales qui le compose.

Dès lors, si ce sont les conflits et les limites réglementaires qui semblent être les plus créatrices d'échanges et de mises en relations au sein du système économique sportif de nature, la destination sportive de nature voit sa formalisation administrative, institutionnelle, passer principalement par les limites légales de la pratique des sports de nature dans les espaces naturels et ruraux. Ceci indique que les acteurs professionnels du système économique des sports de nature se sentent peu concernés par les cadres territoriaux, politiques, de développement des sports de nature. Néanmoins, en fonctionnant, même sans intégrer pleinement les professionnels des sports de nature, la C.D.E.S.I. favorise l'utilisation partagée de la nature, dans une perspective d'équité pour le plus grand nombre d'utilisateurs.

## Conclusion de la troisième partie

Les trois systèmes qui viennent d'être abordés structurent le marché des sports de nature en territoire rural, mais ils conditionnent aussi les formes d'interaction avec l'espace. Ces formes s'expriment dans le champ de l'économie, par les proximités fonctionnelle, sociale et institutionnelle qui ont été abordées précédemment. Ce sont bien ces proximités que les entrepreneurs recherchent au sein du système économique local, au sein de ce marché récréatif rural, et qui leur fournissent un avantage comparatif à exister au sein du système.

Le tableau suivant (cf. tableau 5) résume les formes de proximité induites par les influences qui viennent d'être développées. Mais il montre aussi les rapports spécifiques avec le territoire de pratique des sports de nature, compris dans ces formes de structuration de leur marché. Le territoire y est une entité spatiale où s'expriment des acteurs et des représentations.

La territorialité révèle une relation au territoire et à l'identité territoriale d'un ou de plusieurs individus ou acteurs. Enfin il est entendu par spatialité, les dimensions spatiales, les logiques d'une réalité sociale.

**Tableau 5 : Structuration du système territorial du marché des sports de nature en territoire rural**

Type de structuration Caractéristiques	<b>Système économique élémentaire – système productif</b>	<b>Système social</b>	<b>Système administratif</b>
Concept	Système productif localisé (SPL), système touristique localisé (STL)	Système culturel localisé (SCL), offre locale socialisée (OLS)	Gestion concertée - CDESI
Pratiques sportives de nature	Sports aquatiques (canoë-kayak)	Sports verticaux (sports sur corde)	Toutes
Type de proximité	Fonctionnelle	Personnelle, sociale	Institutionnelle
Territoire	- -	- -	+ + +
Territorialité	+ +	+ + +	-
Spatialité	+ +	-	-

Source : Langenbach, 2012

Le système productif des offres sportives marchandes, où l'objectif est de défendre des positions et un fonctionnement orientés vers la commercialisation d'une destination, fournit des proximités fonctionnelles à ses éléments. L'espace est une ressource naturelle exploitée par la filière professionnelle et par le système économique. Cette filière fait preuve de spatialités : l'espace est un support de logiques. Cependant, en se structurant suivant le mécanisme du système productif local, elle fournit un ancrage à ses opérateurs. Les proximités fonctionnelles peuvent devenir des proximités territoriales (Torre, Beuret, 2012). Cette structuration est motrice de territorialités commerciales : un marquage territorial de l'offre, une valorisation commerciale du territoire pour se spécifier et assurer la compétitivité des entrepreneurs des sports de nature.

Le système social, au sein duquel l'objectif est de structurer un réseau d'acteurs par des échanges autour d'une identité sportive de nature partagée, fournit des proximités sociales à ses éléments. C'est un territoire, en tant que support d'interactions sociales entre acteurs, qui constitue le réceptacle de l'identité et des valeurs partagées par les acteurs. Cette forme de proximité leur permet de fortement se territorialiser, de s'ancrer en profondeur en se référant à leur territoire d'implantation. La structuration liée au système social est motrice de territorialités fortes. Les acteurs qui participent à cette structuration entretiennent des liens particulièrement forts avec leur territoire : ils sont territorialisés et ils territorialisent leurs actions, leurs offres.

Le système administratif, au sein duquel l'objectif est de structurer un territoire, fournit quant à lui des proximités institutionnelles. Les structures de ce système sont institutionnelles, collectives et publiques, et impriment de fait une dimension territoriale au système auquel elles participent. Pour autant, si les institutions évoquées ici sont territoriales, elles n'agissent pas sur la relation entre les autres éléments du système et l'espace ou le territoire. Elles ne construisent pas de territorialités ou de spatialités. Les entrepreneurs des sports de nature interagissent très peu avec les institutions locales (territoriales et sportives). Cette logique est propre à ce groupe d'acteurs qui commercialisent leurs offres dans une logique individuelle ou d'indépendance. Le territoire est ici l'entité administrative sur laquelle les institutions interviennent.

Le système social et le système productif sont les deux seules formes de structuration du marché des sports de nature en territoire rural qui ont impliqué des territorialités pour leurs éléments. Cette forme d'action est déjà comprise dans le système social global du champ des

sports de nature, leur système culturel localisé. Le fait de retrouver cette dimension au sein de leur marché montre que ce sont avant tout les mécanismes sociaux, culturels, qui prédominent lorsque les entrepreneurs utilisant majoritairement ce mode de structuration, ceux des sports de nature verticaux, mettent en marché leur activité. La logique économique est proche dans les sports aquatiques et la filière professionnelle des sports de nature à forte dominante touristique, où ce sont surtout les dimensions productives et commerciales, propres historiquement à cette filière, qui marquent leur structuration en territoire rural. Les entrepreneurs terrestres agissent, eux, suivant des effets d'opportunité, tantôt suivant une logique entrepreneuriale sociale ou commerciale, tantôt suivant une logique touristique ou récréative et rurale. Ils agissent ainsi comme des électrons libres du marché des sports de nature.

L'identité sportive, la culture partagée au sein de chacune des familles de pratique des sports de nature se retrouvent donc au sein des logiques de développement local du marché des sports de nature. Elles interviennent chacune dans la structuration spatiale de ce marché : les échanges entre les opérateurs et les échanges entre les opérateurs et leur territoire.



## **Conclusion générale**

L'apport principal de cette thèse réside, d'une part, dans l'analyse globale des effets du territoire sur le marché des sports de nature et, d'autre part, dans l'analyse des effets de ce marché sur le territoire. Ces échanges ont révélé plusieurs logiques d'interactions liées aux familles d'activités sportives de nature, ainsi qu'une pluralité de formes spatiales suivant laquelle se développe l'économie des sports de nature par rapport aux économies touristiques et rurales. Ces deux facteurs sont responsables de l'émergence de la complexité dans les effets des sports de nature sur les économies territoriales. Mais cela a constitué l'élément principal légitimant le recours à une approche englobante, où les sports de nature sont des activités intégrées à l'économie du tourisme. Pour autant, si commercialement les sports de nature sont proches du tourisme, ils ont des effets spécifiques pour les économies des territoires ruraux.

Ce travail a d'abord cherché à délimiter conceptuellement l'économie des sports de nature puis à la situer dans des territoires ruraux touristiques. Cette démarche globale n'avait jusqu'alors pas été réalisée et les travaux d'observation, de recherche ou d'analyse menés autour de cet objet se sont développés suivant des approches réductionnistes. La complexité et le réductionnisme sont difficilement conciliables dans une approche géographique, mais sont surtout non transposables.

Comme cette recherche l'a montré, les sports de nature occupent une place prépondérante dans les formes de tourisme, soutenus par un ensemble de produits et de services touristiques qui prennent place dans les territoires ruraux. Ces territoires voient leurs espaces naturels devenir à la fois le support de formes de tourisme ancrées historiquement, mais aussi de nouveaux services touristiques que sont les sports de nature. L'économie touristique est alors un levier d'action particulièrement puissant qui permet aux sports de nature de s'inscrire dans les territoires ruraux.

Mais les entrepreneurs de l'encadrement dans les sports de nature sont une catégorie d'opérateurs commerciaux implantés localement qui ont un effet direct sur les économies territoriales et qui sont à leur tour touchés par le territoire au sein même de leurs offres. La première partie de cette recherche a montré que ces entrepreneurs étaient les opérateurs du champ des sports de nature développant le plus leurs activités au sein des territoires ruraux. Le secteur de la production de matériel, les services commerciaux sportifs de nature ou la distribution de matériel sont des secteurs qui se développent suivant des logiques spatiales industrielles plus classiques (Charlot, 2001 ; Desbordes, 2004) et évitent significativement les territoires ruraux.

Seuls les opérateurs de l'encadrement dans les sports de nature se diluent dans les campagnes où ils sont localisés suivant des opportunités commerciales et parfois personnelles. Ils constituent donc des indicateurs essentiels à l'observation de l'attractivité puis de la compétitivité récréative des territoires ruraux. Ces prestataires sont des électrons suffisamment libres, de par leur statut professionnel et la diversité de leurs logiques d'implantation, pour que leurs interactions sociales, leurs interactions avec l'économie locale du tourisme, leurs interactions avec l'environnement, leurs interactions avec la population résidente et enfin leurs interactions avec les institutions locales soient des indicateurs pertinents.

Arrivé à ce stade du travail, il est donc temps de revenir sur le questionnement initial puis de préciser les éléments de réponse apportés à chacune des hypothèses :

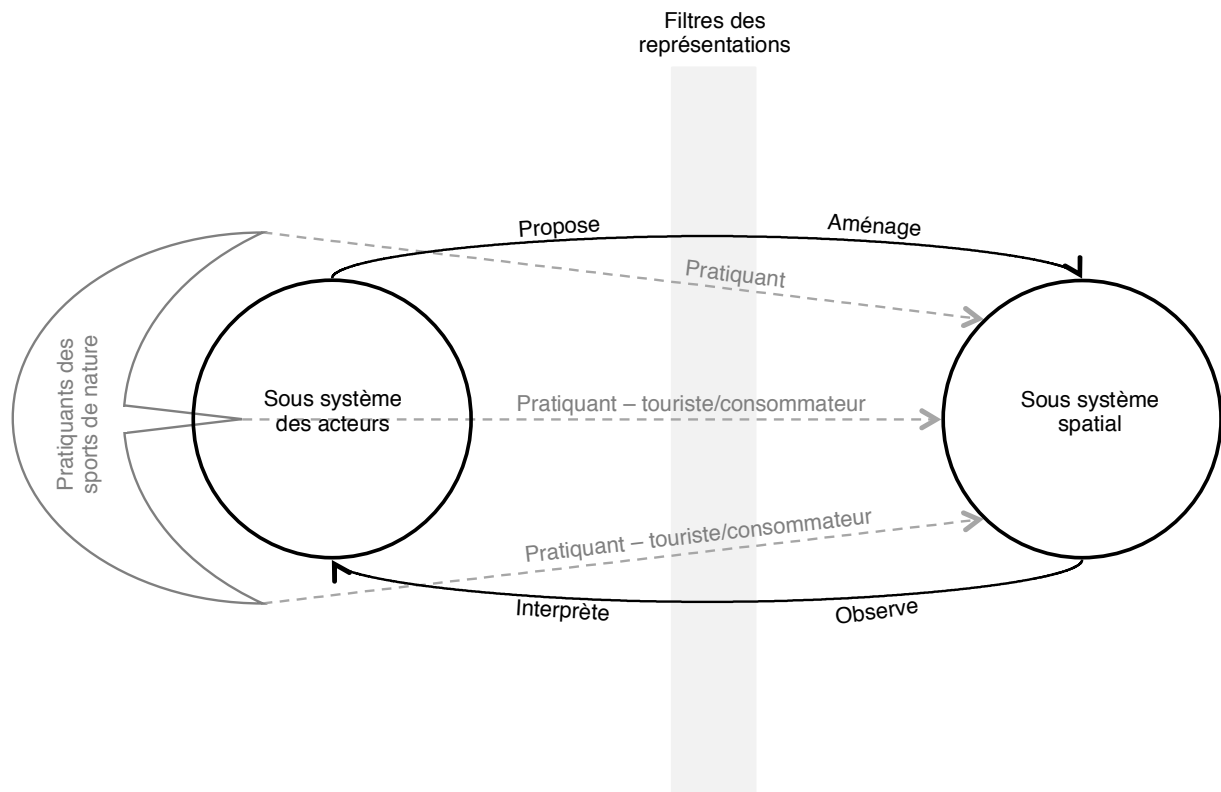
*Comment le marché du tourisme sportif de nature interagit-il avec les territoires ruraux ?*

En premier lieu, ce marché interagit avec le territoire par ses entrepreneurs de l'encadrement sportif de nature. Ils sont implantés localement, ils sont donc les premiers responsables de transferts de capitaux vers leurs lieux d'habitation. Ils servent aussi de points de fixation des capitaux touristiques apportés par les pratiquants qu'ils encadrent. Néanmoins, une bonne part des pratiquants des sports de nature s'affranchit du recours à des entrepreneurs sportifs de nature, mais aussi à des consommations touristiques pour l'hébergement, la restauration, ou sportives pour la fourniture de matériel. Leurs interactions économiques avec le territoire de pratique sont alors trop difficiles à saisir en l'état actuel des méthodes d'observation (Mao, Langenbach, 2006) pour être imputées à l'une ou l'autre forme de retombées économiques : touristiques ou territoriales.

Les pratiquants commerciaux des sports de nature, touristes ou consommateurs de prestations sportives, agissent sur le système d'acteurs de l'économie des sports de nature, mais aussi directement ou indirectement (par d'autres consommations) sur le système territorial. Ils participent directement et indirectement à l'application d'un impact économique sur le territoire. La figure suivante (cf. figure 20) montre les interactions entre les pratiquants des sports de nature et le système territorial.



Figure 20 : Le rôle des pratiquants des sports de nature marchands dans le système territorial



Source et réalisation : Langenbach, 2012, d'après Moine, 2007

Les entrepreneurs de l'encadrement sont des acteurs locaux du système de l'économie des sports de nature où ils participent à la constitution d'un ensemble fonctionnel leur permettant d'une part de pérenniser leurs activités commerciales et de l'autre de territorialiser leurs offres. L'ensemble local qu'ils forment et qui se structure s'ancre localement. Cet ancrage est validé par l'utilisation de marqueurs territoriaux dans leurs offres, mais aussi par les choix à la fois personnels et professionnels de lieux optimums d'implantation. Les prestataires aquatiques sont les seuls à se localiser suivant la demande touristique, et suivant une logique commerciale, tandis que le reste des entrepreneurs des sports de nature construisent des coopérations locales marchandes et non marchandes avec d'autres entrepreneurs ou avec des acteurs locaux du champ des sports de nature. La première hypothèse qui proposait que « *les professionnels de l'encadrement sportif sont les principaux opérateurs de l'ancrage territorial du marché des sports de nature* » est donc entièrement validée.

Si les sports de nature sont ancrés localement, les professionnels de l'encadrement marchand s'implantent de manière différenciée entre les familles d'activités terrestres, verticales et aquatiques. Les logiques spatiales des entrepreneurs de chacune de ces familles d'activités ont d'abord été recherchées en fonction de la ressource naturelle, espaces, sites et itinéraires sportifs, de la population résidente, les pratiquants sportifs, et enfin de la demande pour des formes de sports de nature en Ardèche.

La population résidente n'a pas permis d'apporter une clé de lecture explicative des logiques de répartition de ces opérateurs économiques. La conjoncture des dynamiques spatiales des espaces sportifs terrestres et des entrepreneurs de ce secteur montre qu'ils s'implantent suivant une **logique de bourg centre**. La rencontre entre les logiques spatiales des sites sportifs verticaux et des prestataires de ce secteur montre une **logique touristique**. Ces activités se développent essentiellement en sud-Ardèche et autour des hauts-lieux de l'offre touristique d'hébergement. Cette tendance montre donc des liens structurels forts entre cette forme de sports de nature et l'économie du tourisme en territoire rural. Enfin, les sports verticaux se développent suivant une **logique d'espace de jeu** où les espaces sportifs sont des points de fixation d'une pratique avant tout personnelle.

Les logiques spatiales d'implantation des entrepreneurs des sports de nature se regroupent au sein de plusieurs familles d'activités, en fonction des milieux naturels de pratique. Elles sont alors comparables. Les entrepreneurs des sports de nature forment collectivement un tissu productif territorialisé. Ce réseau, lorsqu'il s'ancre, procure à l'espace d'implantation des entrepreneurs une dimension interactionnelle.

Ces interactions sont la substance des territoires à la fois plus ou moins touristiques et surtout sportifs de nature. Par touristique, il est entendu ici : qui a la capacité d'attirer puis de fixer les pratiquants recourant localement à des prestations sportives et des produits touristiques et induisant alors un transfert de capitaux récréatifs. Le concept de ressource territoriale a permis d'analyser ici la teneur des interactions entre quatre actifs territoriaux qui définissent ces formes de territoires touristiques. L'analyse multivariée de la construction des ressources territoriales, basée sur des actifs territoriaux économiques, environnementaux, culturels et politiques, a permis de mettre en évidence des configurations territoriales en lien avec les sports de nature marchands.

Il existe un gradient spatial rural depuis des communes touristiques centrales, où l'économie touristique des sports de nature est fortement développée, vers des communes touristiques et sportives périphériques autorégulées : les périphéries sportives rurales. Il est entendu ici par autorégulées, que ces communes sont structurées par une économie touristique

des sports de nature sans que la collectivité n'intervienne dans le développement des activités de ce champ récréatif. Entre ces centres et ces périphéries, il existe des communes intermédiaires, disposées suivant une logique concentrique.

C'est d'abord la culture sportive de nature qui fait défaut autour des centres touristiques, puis en s'écartant vers les périphéries sportives de nature, l'action publique décroît au profit de la culture de la pratique sportive de nature. De cette manière, les sports de nature sont surtout régulés de manière marchande et non marchande par ses pratiquants, ses acteurs locaux, dans les périphéries sportives de nature rurales. L'action publique est faible dans ces lieux qui sont touristiques et sportifs de nature, alors qu'elle est très élevée au niveau des centres touristiques.

Cela confirme que les sports de nature contribuent très significativement à l'économie touristique dans les espaces centraux touristiques, les stations touristiques rurales ou montagnardes notamment, mais qu'ils y sont particulièrement régulés, gouvernés. Cette forme de gestion territoriale est conçue pour prendre en charge les enjeux environnementaux, commerciaux, sociaux et territoriaux liés à la "touristification" des sports de nature. L'approche défendue dans cette hypothèse a, enfin, l'avantage de pouvoir potentiellement englober tous les sports de nature, tout le temps. Or ces activités se réinventent sans cesse et de nouvelles activités émergent fréquemment. Elles seront logiquement descendantes des formes de pratique contenues dans ces familles. Ces nouveaux sports de nature seront alors conditionnés par la culture, les logiques sociospatiales de la famille d'activités dans laquelle ils se situent et dont ils héritent des caractéristiques. La seconde hypothèse qui proposait que *« les sports de nature se différencient, mais contribuent significativement aux activités touristiques et à la structuration spatiale des milieux ruraux et montagnards »* est ainsi validée.

L'ancrage des opérateurs de l'encadrement marchand des sports de nature conduit à structurer leur espace d'échanges, leur lieu d'interactions, leur système. Les formes d'activité sont définies par des modes de pratique divergeant par les cultures sportives, par leurs usages des espaces naturels aussi bien qu'aménagés, voire artificialisés, par les mentalités entrepreneuriales ou encore les besoins matériels. Les formes d'activités induisent une première forme de diversité tendant vers la complexité.

Alliée à la diffusion spatiale très marquée des sports de nature dans les milieux ruraux, leur dilution, la complexité apparaît. Celle-ci donne alors l'opportunité d'approcher le marché des sports de nature par sa structuration en système. Ce marché forme un ensemble structuré,

pérenne, labile et malléable qui se situe par rapport à d'autres ensembles, d'autres territoires : il s'agit d'un système territorial.

Ce système local fournit aux opérateurs du marché des sports de nature des avantages comparatifs lorsqu'ils l'utilisent, lorsqu'ils s'y situent. Ce système est structuré par trois influences principales : une structuration productive (celle des concepts de Système Productif Local puis de Système Touristique Local), une structuration sociale (celle du concept de Système Culturel Local) et une structuration administrative, celle de la gestion concertée. Ces formes de structuration ne touchent qu'une partie des sports de nature à chaque fois.

Les travaux exposés ici ont montré que la structuration productive était uniquement utilisée par les entrepreneurs des sports aquatiques pour consolider le fonctionnement de leur filière productive, cette structuration leur fournissant la possibilité de bénéficier de proximités fonctionnelles. La structuration sociale est, quant à elle, appropriée uniquement par les activités verticales, ou les sports dits "sur corde" dont les entrepreneurs partagent avant tout une culture sportive. La culture commerciale est une dimension qui vient s'ajouter à des interrelations tissées à titre personnel entre les entrepreneurs. Ce réseau d'acteurs autour d'une identité sportive partagée engendre des proximités sociales chez eux et au sein du système économique.

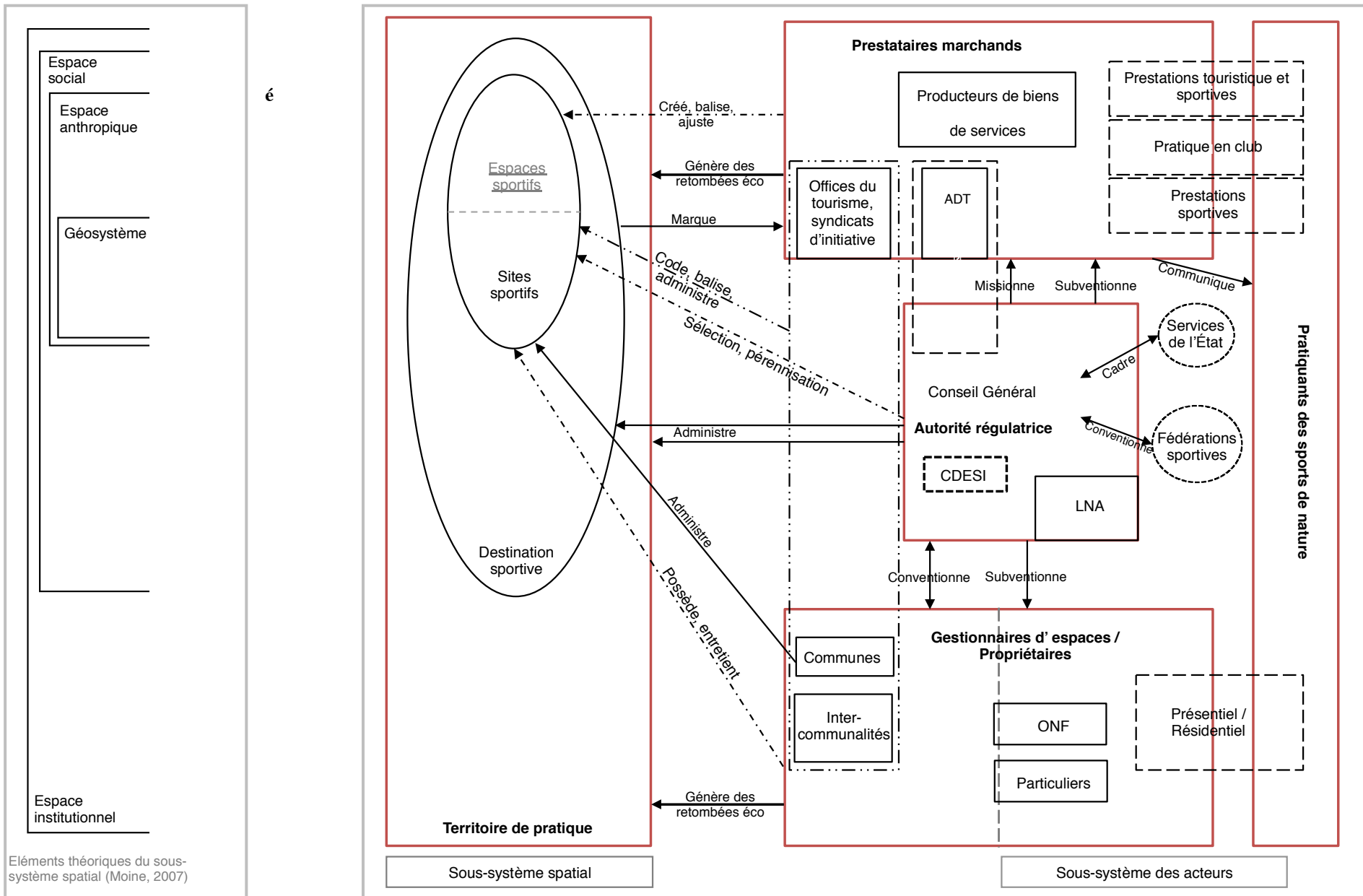
La dernière forme de structuration du système porte sur une dimension institutionnelle. Celle-ci touche potentiellement l'intégralité des familles de sports de nature présentes en Ardèche, mais elle n'est pas opérationnelle auprès des entrepreneurs. Si elle est pour autant au centre de la gestion concertée appliquée localement par les collectivités en charge des sports de nature, elle n'influence pas directement leur structuration. Toutefois, elle agit sur leur capacité à utiliser une ressource naturelle, sur la pérennisation de leur accès à des sites sportifs. Dans ce cadre, elle est transversale à toutes les activités sportives de nature. Si elle ne structure pas le marché, la gestion concertée s'accompagnant d'un programme de structuration officielle de l'offre, elle permet, d'une part, d'officialiser l'exploitation des sites sportifs par leur inscription au P.D.E.S.I. et, d'autre part, d'officialiser localement la gestion concertée et de la financer.

Ces trois formes de structuration ont permis de construire un système économique et sportif de nature localisé pour modéliser les interactions entre les acteurs des sports de nature et le territoire. Basées sur l'architecture du système territorial de A. Moine (2007), ses interactions s'effectuent entre le système des acteurs et le système spatial, formant deux sous-systèmes. Elles permettent principalement de situer les retombées économiques sur les

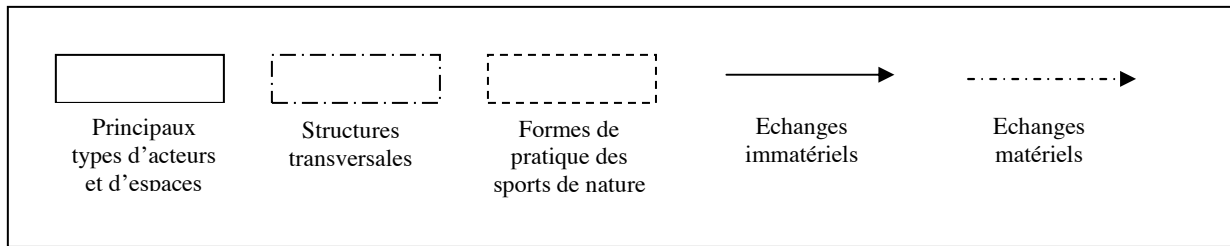
espaces ruraux et les effets de ces espaces sur la marchandisation des sports de nature, effectuée par des opérateurs ancrés localement.

Le modèle de système économique sportif de nature localisé constitue l'apport final de cette thèse. Ce système est régi localement par une autorité régulatrice, le Conseil Général, qui encadre désormais le développement des sports de nature dans le respect d'un développement durable pour tous les acteurs de ces activités. Cette structure est au centre de ce système. Les effets économiques des sports de nature sur les territoires ruraux sont structurés par ce système. Ce modèle est présenté par la figure suivante (cf .figure 21).

Figure 21 : Modélisation du Système Economique Sportif de Nature Localisé de l'Ardèche



**Légende de la figure 21 :**



Ce modèle permet de comprendre les enjeux économiques qui pèsent sur le territoire et sur les espaces sportifs de nature, en matière de pérennisation d'un marché touristique et sportif de nature rural, qui s'ancre par la mise en marché de l'encadrement sportif. Les interactions entre les éléments du système économique et sportif de nature local sont d'ordre matériel et immatériel. Ainsi, des capitaux transitent entre des opérateurs territorialisés, à l'occasion de pratiques marchandes ou de l'aménagement des sites sportifs notamment, ils deviennent alors des retombées économiques pour les territoires sur lesquels ils se fixent.

Par ailleurs, les informations qui circulent au sein de ce système participent au partage d'une culture locale des sports de nature et des sports de nature marchands, comme un savoir faire, par exemple. Ces informations participent aussi au marquage de l'économie des sports de nature par le territoire sur lequel elle s'implante et elles sont les signes d'un ancrage des acteurs de son système. Les entrepreneurs sont des prestataires marchands de l'encadrement, des éléments de ce système, qui tirent profit de ces interactions informelles pour consolider leur production. En effet, les interactions au sein de ce système permettent au système de fonctionner, de se maintenir, et elles permettent indirectement aux entrepreneurs de commercialiser leurs offres dans ce contexte en limitant l'incertitude commerciale et territoriale.. Le système leur fournit un avantage en termes de production.

La troisième hypothèse qui proposait que « *cet ancrage crée une structuration locale qui renforce les effets économiques de ces activités sur les territoires ruraux* » est validée en partie. L'ancrage crée bien les conditions d'une structuration du système de l'économie des sports de nature, mais cette structuration était déjà constitutive des sports de nature aquatiques (structuration productive) et verticaux (structuration sociale). La structuration institutionnelle n'est pas opérationnelle car elle impliquerait de fait un ancrage des opérateurs qui s'inscriraient dans cette forme et ces politiques de développement territorial.

Enfin, la quatrième hypothèse qui proposait que « *le système permet d'intégrer la complexité géographique du marché des sports de nature* » hypothèse méthodologique, est validée par un cheminement réflexif suivant une montée en complexité autour des facteurs explicatifs des interactions entre territoire et marché des sports de nature en milieu rural. Le dépassement de cette caractéristique a ainsi permis une recherche approfondie des mécanismes territoriaux d'implantation de cette économie.

Ces trois formes de structuration correspondent à des stades différents de l'histoire et de l'évolution commerciale des sports de nature. Le système productif aquatique est hérité des premières formes de tourisme aquatique par la location de barques, le guidage omniprésent, et concerne des activités ancrées historiquement et spatialement. Sa dimension productive correspond à un développement empirique. La structuration sociale correspond à des activités plus récentes, où la sociabilisation passe par la pratique. La marchandisation est secondaire, au profit d'une recherche de symboles ou du partage d'une identité. Enfin, la structuration institutionnelle correspond à une phase récente de développement des sports de nature selon les principes du développement durable et de l'équité entre les acteurs et les territoires. Cette dernière forme monte en puissance au sein de tous les sports de nature, puisqu'elle doit désormais constituer localement le lieu privilégié des interactions entre les acteurs marchands et non marchands des sports de nature.

La gestion concertée semble être la seule voie capable d'affirmer l'exploitation commerciale équitable des ressources sportives de nature par un mode de fonctionnement garantissant au maximum la maîtrise collective des cadres locaux de l'offre. Cette forme de régulation n'est pas la norme dans les territoires ruraux soumis aux enjeux récréatifs des sports de nature. Toutefois, la gestion concertée s'impose petit à petit dans les départements français.

Cependant, celle-ci ne fait pas l'unanimité chez des entrepreneurs parfois adeptes du "laisser-faire, laisser-aller", pour qui entreprendre dans leurs activités sportives est logique et où les règles économiques, sociales, juridiques du secteur sont encore mouvantes. Le cas de la "privatisation" par location avec bail commercial du canyon de la Besorgues en Ardèche, montre, d'une part, que cette logique n'a que peu d'adeptes et, d'autre part, qu'elle aboutit à une rupture du principe de libre accès pour tous à la nature. Ce « laisser-faire, laisser-aller » va de pair avec l'hypothèse que les dégradations environnementales sont inexistantes, ce qui représente une certaine distorsion de la réalité, et pousserait à une forme de militantisme pour



un libre accès, marchand et non marchand, à la nature et dans le respect des principes du développement durable.

Les sports de nature participent bien au développement économique des territoires ruraux. Ils agissent, en cela, à la fois sur une attractivité récréative émergente et sur l'attractivité de la filière touristique en renouvelant les offres d'activités et de services. Cette marchandisation aboutit à une redynamisation de certains territoires ruraux possédant une ressource territoriale sportive de nature.

Cette ressource est activée par les acteurs des sports de nature dans une perspective marchande et permet donc de voir apparaître une destination sportive de nature, un territoire rural touristique et sportif de nature. Le centre touristique, historiquement attractif de consommateurs touristiques, utilise désormais les sports de nature pour maintenir cette attractivité commerciale. Dès lors, les sports de nature jouent directement sur les retombées économiques touristiques en permettant au modèle touristique déjà implanté de se renouveler.

Ils jouent aussi sur les économies locales en permettant une forme de péréquation entre ces centres touristiques et les périphéries rurales et sportives, où les sites sportifs supports des pratiques sportives se situent. En outre, les pratiquants, les consommateurs sont mobiles et vont pratiquer, avec ou sans l'aide d'un professionnel de l'encadrement, sur les sites sportifs situés dans ces périphéries. Les sports de nature constituent ainsi une force centrifuge pour des capitaux mobilisés par des formes de récréation qui auraient logiquement tendance à se concentrer dans les centres touristiques, où tous les services et produits touristiques sont disponibles.

De plus, la marchandisation des sports de nature participe aussi à la redynamisation des économies rurales par un mouvement de "résidentialité". D'une part, ce sont les entrepreneurs des sports de nature qui viennent s'implanter dans des territoires ruraux où le marché au sein duquel ils proposent leurs offres est complété par une demande de sports de nature marchands, encadrés. Les territoires ruraux sont dans ce cadre, attractifs pour ces entrepreneurs, par leur capacité à attirer des touristes sportifs, des consommateurs de sports de nature mobilisés par les qualités des espaces sportifs de nature présents localement.

D'autre part, les sports de nature participent aux mobilités d'agrément liées au cadre de vie des territoires ruraux, et pour des populations recherchant des modes de récréation, des loisirs, basés sur ces activités. Dans ce cadre, les sports de nature jouent un rôle structurant sur l'attractivité résidentielle des territoires ruraux. Ils participent alors aux effets économiques liés à la "résidentialité" sur les territoires ruraux.

L'Ardèche a constitué un exemple concret de territoire où la ressource territoriale sportive de nature s'active dans une logique touristique et marchande en même temps que les sports de nature participent à un renouvellement de l'attractivité résidentielle. Suivant ces deux formes d'effets principaux sur les économies rurales, les entrepreneurs de l'encadrement et les acteurs des sports de nature forment un système économique local qui leur fournit un avantage concurrentiel (Porter, Lavergne, 1986).

Ce travail s'est attaché à détailler le fonctionnement territorial de l'économie des sports de nature afin de comprendre ses logiques d'inscription dans les territoires ruraux. Toutefois, la mesure des retombées économiques générées par ces activités, l'évaluation fine des volumes transitant en direction des territoires ruraux et donc leur destination restent des questions en suspens.

En effet, si la complexité des formes d'implantation de cette économie a été esquissée ici, son évaluation quantitative est encore à l'heure actuelle impossible en utilisant les méthodologies existantes.

Dès lors, il est nécessaire de faire preuve d'une adaptabilité et d'une transposabilité fortes dans l'utilisation de concepts issus de plusieurs disciplines et de méthodes construites à propos d'activités singulièrement différentes (Mao, Langenbach, 2006).

L'économie des sports de nature est diffuse spatialement et les consommations qu'elle englobe ou qu'elle nécessite ne sont observables qu'à condition de définir une méthode capable d'intégrer en même temps une complexité de lieux, de formes d'activités et de pratiquants. Celle-ci serait alors une analyse unifiant une approche "quasi-anthropologique" des comportements économiques des pratiquants, une évaluation exhaustive des retombées territoriales dans un milieu rural où la distance entre les lieux de pratique est très marquée et, enfin, une définition fine des consommations présentes dans chacune des familles d'activités, se réinventant sans cesse. L'économétrie territoriale des sports de nature reste donc une approche à définir et à adapter aux cadres sociaux et territoriaux de ces activités.



## Bibliographie générale

Abdourazakou Y., Richard G., 2010, *Innovations et nouvelles stratégies sur le marché des articles de sport*, in Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature, Corneloup J., Mao P., ss la dir., Colletion sportsnature.org, Editions du Fournel, Largentière-la-Bessée, pp. 217-232

AFIT, 2000, *Sites Naturels, contribution du tourisme à leur gestion et à leur entretien*, Les cahiers de l'AFIT, Cahiers de l'AFIT, AFIT – Ministère du Tourisme, Paris, 139 pages

AFIT, 2003, *Le vélo tout terrain dans les stations et sites de ski alpin et nordique*, AFIT – Ministère du Tourisme, Paris, 58 pages

AFIT, 2004, *Tourisme et loisirs sportifs de nature. Développement touristique des territoires et sports de nature*, Cahiers de l'AFIT, AFIT – Ministère du Tourisme, Paris, 125 pages

Allie L., 2005, *La gestion de l'espace dans les Parcs naturels régionaux sous pressions touristiques et urbaines ou comment les acteurs bricolent du développement et ed la préservation dans les massifs de Chartreuse et du Vercors ?*, Thèse de doctorat en géographie, Faculté des Arts et des Lettres, Université de Grenoble, 490 pages

Altimax, Alterespaces, Comité Départemental du Tourisme de l'Ardèche, 2007, *Etude de Positionnement – Sports de Nature - Résumé des Résultats et Préconisations*, CDT de l'Ardèche, Privas, 75 pages

Ardillier-Carras F., 1999, *Espace rural et tourisme: mirage ou opportunité ? Reflexion autour d'un ensemble regional entre Poitou et Limousin*, in Violier P., ss. la dir., L'espace local et les acteurs du tourisme. Presses Universitaires de Rennes, Rennes, pp. 33-39

Aubel O., 2000, *La médiatisation d'une pratique sportive secondaire : l'escalade libre*, Regards Sociologiques, n°20, Paris, p. 62

Aubel O., 2002, *La Paroi en coulisse...Les enjeux d'une sportivisation de l'escalade libre*, Thèse de doctorat en STAPS, Université Paris X, Paris, 809 pages

Aubel O., Lefevre B., Tribou G., 2007, *Sports et sportifs en France, points de repères issus de l'Observatoire du sport FPS/IPSOS 2007*, Edition de la Fédération Professionnelle des Entreprises du Sport et des Loisirs, Paris, 82 pages

Aubel O., Ohl F., 2004, *La dénégation de l'économie : l'exemple de l'escalade en France*, International Review for the Sociology of Sport, n°39, p. 130

Augustin J.-P., 2002, *La diversification territoriale des activités sportives*, L'Année sociologique, Tome 2 Vol. 52, Paris, pp. 417-435

Aydalot Ph., 1986, *Trajectoires technologiques et milieux innovateurs*, in Aydalot Ph., ss la dir de., Milieux Innovateurs en Europe, Editions du GREMI, Paris, pp. 345-361

Baccaïni B., Thomas G., Khiati A., 2006, *L'emploi salarié dans le tourisme : une nouvelle estimation*, INSEE Première, n°1099, INSEE, Paris, 4 pages

- Bachimon Ph., 1994, *Tourisme de masse – tourisme diffus en espace rural. Exemple de la basse vallée de l'Ardèche*, in Jamot C., Vitte P., ss la dir. de, *Le Tourisme diffus*, Actes du Colloque de Clermont-Ferrand, CERAMAC, Clermont-Ferrand, pp. 19-34
- Bachimon Ph., 1995, *La fréquentation touristique des gorges de l'Ardèche, Montagnes Méditerranéennes*, n°2, CERMOSEM, Mirabel, pp. 117-120
- Balandier G., 1991, *La technique en jeu : technophiles et technophobes*, *Revue européenne des sciences sociales*, Tome XXIX, n°91, Editions Droz, Genève, pp. 5-10
- Barel Y., 1990, *Territoires et corporatismes*, *Revue Economie et Humanisme*, n°314, Editions Economie et Humanisme, Paris, pp. 60-70
- Barget E., 1997, *Méthodologie du calcul d'impact économique des spectacles sportifs*, *Cahiers Espaces*, n°52, Paris, pp. 164-176
- Baron-Yelles N., 1999, *Le tourisme en France. Territoires et stratégies*, Editions Armand Colin, Paris, 209 pages
- Bayeux P., 1999, *Le sport et les collectivités territoriales*, Collection Que sais-je ?, Presses Universitaires de France, Paris, 128 pages
- Bayle E., 2002, *Le financement du système fédéral par les collectivités territoriales : bilan et perspectives*. Actes des 5e journées de Management du Sport, *Le Financement du Sport*, vol. 2, Presses Universitaires du Sport, Paris, pp. 55-64
- Beauchard F., 2004, *Sports de nature. De quoi parle-t-on ?*, in *Sports de nature. Evolution de l'offre et de la demande*, *Cahiers Espaces* n°81, Espaces, Paris, pp. 8-14
- Baudrillard J., 1970, *La société de consommation, ses mythes, ses structures*. Editions Denoël, Paris, 318 pages
- Béguin H., 1979, *Méthodes d'analyse géographique quantitative*, Editions Librairies Techniques, Paris, 252 pages
- Belussi F., 2006, *In search of theory of spatial clustering, agglomeration versus active clustering*, in Asheim B., Cooke Ph., Martin R., *Clusters and Regional Development*, Critical reflections and explorations, Éditions Routledge, Londres, pp. 69-89.
- Benko G., Lipietz A., 1992, *Les régions qui gagnent : districts et réseaux, les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, Presses Universitaires de France, Paris, 424 pages
- Benko G., Lipietz A., 2000, *La richesse des régions. La nouvelle géographie socio-économique*, Presses Universitaires de France, Paris, 564 pages
- Bensahel L., Donsimoni M., 1999, *Le tourisme facteur de développement local*, Presses Universitaires Grenobloises, Grenoble, 105 pages
- Berdoulay V., 1988, *Des mots et des lieux*, Editions du CNRS, Paris, 106 pages
- Berdoulay V., Entrikin N.-J., 1998, *Lieu et sujet : Perspectives théoriques*, *L'Espace géographique*, n°2, 1998, Editions Belin, Paris, pp. 111-121
- Berger A., 1996, *La recomposition de l'espace rural en Europe du Sud : l'exemple français*, Editions Pôle Sud, vol 5, pp. 57-74

- Berthelot L., Hantz C., Bel G., 2012, *Au-delà des chiffres, les enseignements de l'Observatoire des pratiques itinérantes du Vercors*, Cahiers Espace, n°112, Editions Espace, Paris, pp. 45-56
- Bessy O., Hillairet D., 2002, *Des espaces sportifs en mutation ?* in Bessy O., Hillairet D., ss la dir. de, *Les espaces sportifs innovants. L'innovation dans les équipements*, Tome 1, Presses Universitaires du Sport, Voiron, pp. 21-45
- Blin C., 1997, *Analyse et validation du système d'évaluation de la fréquentation touristique des espaces naturels*, Fédération des Parcs Naturels Régionaux de France - Centre d'Études Supérieures en Aménagement, Tours,
- Bouhaouala M., 1999, *Micro-mentalités et logiques d'action des dirigeants des petites entreprises du Tourisme Sportif, contribution à une sociologie économique du sport*, Mémoire de thèse en STAPS, Université Joseph Fourier, Grenoble, 358 pages
- Bouhaouala M., 2002, *Les pratiques commerciales des petites entreprises du tourisme sportif de nature: entre rationalité marketing et logiques sociales des dirigeants*, Revue Internationale des PME, vol. 15, n°1. Paris,
- Bouhaouala M., 2008, *Management de la petite entreprise des loisirs sportifs : une approche socio-économique*, Editions de Boeck, Paris, 158 pages
- Bourdeau Ph., 1991, *Territoire, culture et identité. Recherches sur la territorialité d'un groupe professionnel : les guides de haute montagne en France*, Mémoire de thèse de doctorat en géographie, Université Joseph Fourier, Grenoble, 288 pages
- Bourdeau Ph., ss la dir. de, 1998, *Les via-ferrata en France, guide de savoir faire*, Les cahiers de l'AFIT, Agence Française de l'Ingénierie Touristique, Editions de l'AFIT, Paris, 152 pages
- Bourdeau Ph., 2002, *Temporalités et territorialités de pratiques de l'alpinisme, deux siècles de premières ascensions dans le massif des Ecrins (XIX<sup>ème</sup> et XX<sup>ème</sup> siècles)*, in O. Hoibian, J. Defrance, 2002, *Deux siècles d'alpinismes européens*, L'Harmattan, Paris, pp. 189-217
- Bourdeau Ph., 2003, *Territoires du hors-quotidien : une géographie culturelle du rapport à l'ailleurs dans les sociétés urbaines contemporaines ; le cas du tourisme sportif de montagne et de nature*, Mémoire d'habilitation à diriger des recherches, Université Joseph Fourier, Grenoble, 269 pages
- Bourdeau Ph., ss la dir. de, 2006, *La montagne, terrain de jeu et d'enjeux : débats pour l'avenir de l'alpinisme et des sports de nature*, Collection Sportsnature.org, Editions du Fournel, Largentière-la-Bessée, 207 pages
- Bourdeau Ph., 2007, *Les sports d'hiver en mutation : crise ou révolution géoculturelle ?* Editions Hermès, Paris, 250 pages
- Bourdeau Ph., Corneloup J., 2001, *Métiers sportifs de la montagne et culture professionnelle*, in *Montagnes Méditerranéennes*, n°13, CERMOSEM, Mirabel, pp. 105-119
- Bourdeau Ph., Corneloup J., Mao P., Boutroy E., 2004, *Les interactions entre cultures sportives de montagne et territoires : un état des lieux de la recherche française depuis 1990*, Cahiers de géographie du Québec n° 133, Montréal, pp. 33-46.

- Bourdeau Ph., Mao P., 2002, *Les nouveaux espaces des pratiques sportives de montagne et de nature. Nouvelles pratiques, nouveaux territoires. L'innovation dans les espaces marchands et mixtes*, in Bessy O., Hillairet D., ss la dir. de, *Les espaces sportifs innovants, Nouvelles pratiques ; nouveaux territoires*, Tome 2, Presses Universitaires du Sport, Voiron, pp. 83-123
- Bourdeau Ph., Mao P., 2008, *La diversité et la spécificité géographique des sports de nature*, in Augustin J.-P., Bourdeau, Ph, Ravenel L., ss. la dir. de, *Géographie des sports en France*, Editions Vuibert, Paris, pp. 121-139
- Bourdeau Ph., Mao P., Corneloup J., 2011, *Les sports de nature comme médiateurs du « pas de deux » ville-montagne. Une habitabilité en devenir ?*, *Annales de géographie*, vol 4, n° 680, Paris, pp. 449-460
- Bourdeau Ph., Rotillon G., 1995, *Escalade et développement touristique : une mesure du surplus du consommateur*, XLV<sup>e</sup> Colloque International. Les Diablerets, 17-19 janvier 1995, *Économétrie du tourisme*, Les Diablerets,
- Bourdieu P., 1980, *L'identité et la représentation*, *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 35, Editions L'identité, Paris, pp. 63-72.
- Bourguet M., Moreux C., Piolle X., 1992, *Pratique de la montagne et société urbaine*, *Dossiers de la Revue de Géographie Alpine*, n° 7, Institut de Géographie Alpine, Grenoble, 119 pages
- Boutillier S., Uzunidis D., *La légende de l'entrepreneurs. Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise*, Collection Alternatives Economiques, Editions Syros, Paris, 151 pages
- Boutroy E., 2002, *Une technique du vertige ?*, *Techniques & Culture*, 2002, 13 pages
- Boyer M., 2007, *Le tourisme de masse*, L'Harmattan, Paris, 170 pages
- Boyer R., Saillard Y., 1995, *Théorie de la régulation. L'état des savoirs*, Editions La Découverte, Paris, 404 pages
- Bozon P., 1978, *Note sur l'essor touristique du département de l'Ardèche*, *Revue de géographie de Lyon*, Lyon, Vol. 53 n°4, pp. 355-360
- Brohm J.-M., 1992, *Sociologie politique du sport*, Presses Universitaires de Nancy, Nancy, 399 pages
- Brunet R., 1968, *Les phénomènes de discontinuité en géographie*, Editions CNRS, Paris, 119 pages
- Brunet R., 1993, *Les mots de la géographie, Dictionnaire critique*, Editions Reclus, Paris, 470 pages
- Butler R.-W., 1980, *The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources*, *Canadian Geographer*, Toronto, vol. 24, No 1, pp. 5-12.
- Cabinet CO&Sens, Cabinet EMC, Aptes, 2005, *Analyse et conditions de développement des entreprises et des emplois de la filière pleine nature sur le Massif Central*, Centre de Ressources Techniques de la Pleine Nature, Millau,
- Caccono J.-L., Solonandrasana B., 2006, *L'innovation dans l'industrie touristique : Enjeux et stratégies*, L'Harmattan, Paris, 180 pages

- Caillois R., 1958, *Les jeux et les hommes ; le masque et le vertige*, Editions Gallimard, Paris, 306 pages
- Carluer F., 2007, *Localisation stratégique d'un investissement au regard des ressources territoriales : application d'une méthode multicritère aux plates-formes énergétiques françaises*, vol. 41, n° 5, Presses de l'ISMEA, Paris, pp. 769-801
- Carreno M., Marchand F., 1999, *L'évaluation par les flux : outil d'analyse touristique territoriale, Analyse et Prospective du tourisme*, n° 56, Editions de l'Observatoire national du tourisme, Paris,
- Castellano C., Fortunato S., Loreto V., 2009, *Statistical physics of social dynamics, Reviews of Modern Physics*, n°81, Editions, pp. 591-646
- Castells M., 1996. *La société en réseaux*, Editions Fayard, Paris, 671 pages
- Cazes G., 1992, *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Editions Bréal, Paris, 189 pages
- Cazes G., Potier F., 1999, *Le tourisme en ville : expériences européennes*, Editions L'Harmattan, Paris, 200 pages
- Chamboredon, J.-C., 1980, *Les usages urbains de l'espace rural : du moyen de production au lieu de récréation*, Revue Française de Sociologie, Vol. 21, n°1, Association Française de Sociologie, Paris, pp. 97-119
- Chardonnel S., Mignotte A., 2004, *L'observation de la randonnée pédestre en espaces naturels protégés. Combinaison méthodologique: comptage, questionnaire, analyse spatio-temporelle*, Revue Européenne de Management du Sport, n°11, Juin, Presses Universitaires du Sport, Paris, pp. 143-166
- Charlot S., 2001, *Politiques publiques et délocalisation des activités industrielles vers les espaces ruraux : une analyse théorique*. Économie spatiale et géographique, Cahiers d'économie et de sociologie rurales, n°58 et 59, Ivry, pp. 169-192
- Chazaud P., 2004, *Management du tourisme et des loisirs sportifs de pleine nature*, Presses Universitaires du Sport, Voiron, 290 pages
- Chazel F., 1996, *Actions collectives et mouvements sociaux*, Presses universitaires Françaises, Paris, 272 pages
- Chenu A., Herpin N., 2002, *Une pause dans la marche vers la civilisation des loisirs ?* in Temps sociaux et temps professionnels au travers des enquêtes « Emploi du temps », Economie et Statistique, Vol 352-353, INSEE, Paris, pp. 15-37.
- Chesneau V., 2001, *Les supermarchés du loisir*, in Revue Cités, tome 3, n°7, Presses Universitaires de France, Paris, pp. 93-107
- Christaller W., 1933, *Die Zentraler Orte in Suddeutschland*, Wissenschaft Buchgesell, Iena, 344 pages.
- Claval P., 1968, *Régions, nations, grands espaces : géographie générale des ensembles territoriaux*, Editions M.-Th. Guérin, Paris, 839 pages



- Claval P., 1976, *Elements de géographie économique*, Editions M.Th. Genin, Librairies Techniques, Paris, 361 pages
- Claval P., 2005, *Chroniques de géographie économique*, Editions L'Harmattan, Paris, 496 pages
- Coëffé V., Pébarthe H., Viollier Ph., 2007, *Mondialisations et mondes touristiques*, L'Information géographique, n°2, vol. 71, Editions Armand Colin, Paris, pp. 83-96.
- Coffey W., 1995, *Géographie, économie, science régionale*, in Encyclopédie de Géographie, ss la dir de Bailly A., Ferras R., Pumain D., Editions Economica, Paris, 1167 pages
- Cognard F., 2001, *Reprise démographique et nouvelles populations dans les moyennes montagnes françaises*, in Repopulation et mobilités rurales, Revue Espace, populations, sociétés, n°1 et 2, Villeneuve-d'Ascq, pp. 53-68.
- Cognard F., 2010, *"Migrations d'agrément" et nouveaux habitants dans les moyennes montagnes françaises : de la recomposition sociale au développement territorial. L'exemple du Diois, du Morvan et du Séronais*, Thèse de doctorat en géographie, Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand, 529 pages
- Coleman J.-S., 1988, *Social Capital in the Creation of Human Capital*, in American Journal of Sociology, Volume 9, The University of Chicago Press, Chicago, pp. 95-120
- Colombani L. 1985, *La fréquentation touristique dans les Gorges de l'Ardèche : première approche*, Actes du 110<sup>ème</sup> Congrès National des Sociétés Savantes, Etudes de Géographie Languedocienne, Montpellier, 110 pages
- Colletis G., 1990, *Les systèmes industriels localisés en Europe : politiques publiques et systèmes industriels localisés en France, Italie et RFA*, Editions de l'IREPD, Grenoble, 132 pages
- Colletis G., Pecqueur B., 2004, *Révélation de ressources spécifiques et coordination située*, 4<sup>ème</sup> journées de la proximité, IED-GREQUAM-LEST, Marseille,
- Comité Départemental du Tourisme de l'Ardèche, 2005, *Focus sur l'étude de clientèles de 2005 : la clientèle pratiquant au moins un sport de nature pendant son séjour*, CDT de l'Ardèche, Privas, 12 pages
- Comité Départemental du Tourisme de l'Ardèche, 2007, *La fréquentation et les clientèles touristiques, document de synthèse – Juillet 2007*, CDT de l'Ardèche, Privas, 13 pages
- Comité Départemental du Tourisme de l'Ardèche, 2010, *Bilan touristique*, CDT de l'Ardèche, Privas,
- Conseil Général de l'Ardèche, Cermosem, 2009, *Evaluation du Schéma Départemental de Développement Maitrisé des Loisirs Sportifs de Nature de l'Ardèche*, Conseil Général de l'Ardèche, Cermosem, Privas, 82 pages
- Cooper C., Baggio R., Scott N., 2010, *Network Science. A Review Focussed on Tourism*, Annals of Tourism Research, vol. 37, n°3, Editions, pp. 802-827
- Corbin A., 1982, *Le Miasme et la jonquille*, Editions Aubier Montaigne, Paris, 336 pages

- Corbin A., 1990, *Le territoire du vide : L'Occident et le désir du rivage (1750-1840)*, Editions Flammarion, Paris, 407 pages
- Corneloup J., 2000, *Le concept de station sportive en milieu rural, l'exemple du Val de Sioule en Allier*, Montagnes Méditerranéennes, n° 11, Institut de Géographie Alpine, Université Joseph Fourier, Mirabel – Grenoble, pp. 33-40.
- Corneloup J., 2002a, *Le Verdon : formes de développement remarquables*, Actes du colloque de Rabat, Rabat, 23 pages
- Corneloup J., 2002b, *Les théories sociologiques de la pratique sportive*, Presses Universitaires de France, Paris, 248 pages
- Corneloup J., 2005, *La place du marché dans le fonctionnement des loisirs sportifs de nature*, n°24, tome 1, Teoros, Université du Québec à Montréal, Montréal, pp. 55-62
- Corneloup J., 2006, *Ambiance et univers culturel dans les stations de sports d'hiver*, in Bourdeau Ph., ss. la dir. de, *Les sports d'hiver en mutation*, Editions Hermès, Paris, pp. 183-195
- Corneloup J., 2009, *Détour par le système culturel localisé des stations touristiques*, in Ferreol G., Mamontoff A.-M., ss. la dir. de, *Tourisme et sociétés*, Editions, pp. 122-146
- Corneloup J., 2010, *Comment est abordée la question de l'innovation dans les sciences sociales ?* in Corneloup J., Mao P., ss. la dir. de, *Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature*, Collection Sportsnature.org, Editions du Fournel, L'Argentière-la-Bessée, pp. 16-33
- Corneloup J., Bouhaouala M., Vachée C., Soulé B., 2001, *Formes de développement et positionnement touristique des espaces sportifs de nature*, Revue Loisir et société, vol. 24, n° 1, Presses de l'Université Laval, Montréal, pp. 21-46.
- Corneloup J., Bourdeau Ph., 2002, *Culture professionnelle et métiers du tourisme sportif de montagne*, Teoros, n°20, Tome 3, Université du Québec à Montréal, Montréal, pp. 32-44
- Corneloup J., Bourdeau Ph., 2004, *Les loisirs sportifs de nature : entre pratiques libres, territoires, marchés et logiques institutionnelles*, in Sports de nature. Evolutions de l'offre et de la demande, Cahier Espaces, n°81, Espaces, Paris, pp. 117-125
- Corneloup J., Bourdeau Ph., Mao P., 2004, *Le marquage culturel des territoires touristiques de nature*, Revue de géographie alpine, Tome 92, n°4, Institut de Géographie Alpine, Grenoble, pp. 11-20
- Corneloup J., Bourdeau Ph., Mao P., 2008, *Le système culturel localisé*, in Corneloup J., ss. la dir., *Sciences sociales et loisirs sportifs de nature*, Collection sportsnature.org, Editions du Fournel, L'Argentière-la-Bessée, pp. 323-349
- Corneloup J., Mao P., 2010a, *Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature*, Collection sportsnature.org, Editions du Fournel, L'Argentière-la-Bessée, 416 pages
- Corneloup J., Mao P., 2010b, *Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature, un autre monde en émergence*, in Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature, ss la dir. de Corneloup J., Mao P., Collections Sportsnature.org, Editions du Fournel, L'Argentière-la-Bessée, pp. 5-16

- Coulomb F., Domergue Ph., 1988, *L'analyse économique des échanges internationaux de tourisme*, in *Économie & prévision*. n° 84, 1988-3. L'analyse économique des échanges internationaux de tourisme. pp. 3-4
- Courlet C., Pecqueur B., 2000, *Districts industriels, systèmes productifs localisés et développement*, in *Les nouvelles logiques du développement : globalisation versus localisation*, L. Abdelmalki, C. Courlet, ss. la dir., L'Harmattan, Paris, pp. 91-101
- Courlet C., 1999, *Territoire et développement*, *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 3, Editions Armand Colin, Paris, pp. 533-546
- Crevoisier O., 1998, *Mondialisation et territorialisation*, in Proulx M.-U., *Territoires et développement économique*, Editions L'Harmattan, Paris, pp. 49-67
- Crevoisier O., 2001, *L'approche par les milieux innovateurs : état des lieux et perspectives*, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, Bordeaux, n°1, pp. 153-166
- Crevoisier O., Hainard F., Ischer P., 2007, *L'économie informelle : une alternative à l'exclusion économique et sociale ?*, Commission Suisse pour l'UNESCO, Université de Neuchâtel, Berne, 210 pages
- Cuvelier P., 1999, *Anciennes et nouvelles formes de tourisme : Une approche socio-économique*, Editions L'Harmattan, Paris, 256 pages
- Cuvelier P., Gadrey J., Torres E., 1994, *Patrimoine, modèles de tourisme et développement local*, L'Harmattan, Paris, 224 pages
- DATAR, 1999, *Actes du colloque "Systèmes Productifs Locaux : des modes spécifiques de développement économique territorial en France"*. Toulouse – Labège, 79 pages
- DATAR, 2003, *Quelle France rurale pour 2020 ? Contribution à une nouvelle politique de développement rural durable*, Datar, Ministère de la fonction publique, de la Réforme de l'Etat et de l'Aménagement du territoire, Paris, 64 pages
- Daude G., 1986, *Tourisme et nature à travers l'exemple des Gorges de l'Ardèche*, *Revue de Géographie de Lyon*, n°4, Lyon, pp. 409-440
- Dauphiné A., 1995, *Chaos, fractales et dynamiques en géographie*, Editions Reclus, Montpellier, 135 pages
- Dauphiné A., 2003, *Les théories de la complexité chez les géographes*, Collection Anthropos, Editions Lavoisier, Paris, 256 pages
- Davezies L., Lejoux P., 2003, *Un train peut en cacher un autre. Derrière l'économie productive, attention à l'économie présente*, Septembre, Université Lyon 1, Lyon, 15 pages
- Davezies L., 2008, *La république et ses territoires*, Collection La République des idées, Editions du Seuil, Paris, 109 pages
- de Bellefon R., 1999, *Histoire des guides de montagne Alpes & Pyrénées, 1760-1980*, Collection Pour Mémoire, Editions Cairn, Pau, 551 pages
- de Rosnay J., 1975, *Le microscope. Vers une vision globale*, Editions du Seuil, Paris, 346 pages

- Debarbieux B., de Bernardy M., 2003, *Le territoire en sciences sociales: approches disciplinaires et pratiques de laboratoires*, Grenoble, Editions de la MSH Alpes, Grenoble, 246 pages
- Debord G., 1967, *La société du spectacle*, Editions Buchet-Chastel, Paris, 208 pages
- Decarnin H., 1999, *Le développement local et l'escalade à Buoux*, in Bensahel L., Donsimoni M., ss la dir. de, *Le tourisme facteur de développement local*, Presses Universitaires Grenobloises, Grenoble, pp. 61-71
- Delcourt G., Guichard N., 1999, *Étudier la fréquentation dans les espaces naturels*, *Atelier Technique des Espaces Naturels*, Montpellier, 62 pages
- Demaziere C., 1996, *Du local au global, les initiatives locales pour le développement économique en Europe et en Amérique*, Editions L'Harmattan, Paris, 382 pages
- Desbordes M., 2004, *Stratégie des entreprises dans le sport*, Collection Connaissance de la gestion, Editions Economica, 288 pages
- Dewailly J.-M., 2002, *Droit de réponse*, *Espace Géographique*, n°4, Editions Belin, Paris, p. 369
- Dewailly J.-M., 2006, *Tourisme et géographie, entre pérégrinité et chaos ?*, Editions L'Harmattan, Paris, 221 pages
- de Witte L., 2001, *La randonnée. Un élément majeur de la politique des territoires*, *Revue Espaces*, n°187, pp. 38-45
- Diénot J., Theiller D., 1992, *Loisirs de pleine nature et santé sociale*, in *Nature de la santé, Santé de la nature*, Collection Ascendances, n° hors série, *Revue de Géographie Alpine*, Institut de Géographie Alpine, Grenoble, pp. 79-90
- Dienot J., Theiller D., 1999, *Les nouveaux loisirs sportifs en montagne, les aventuriers du quotidien*, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, Université de Pau et des Pays de l'Adour, Pau, 175 pages
- DiMéo G., 1998, *Les territoires du quotidien*, Editions de l'Harmattan, Paris, 208 pages
- Direction Régionale et Départementale de la Jeunesse et des Sports de Rhône-Alpes, 2008, *Etude expérimentale : l'impact socio-économique des sports de nature sur des micro-territoires Rhônalpins*, DRDJS Rhône-Alpes, Lyon, 18 pages
- Dumazedier J., 1968, *Vers une civilisation du loisir ?*, Editions Points, Paris, 320 pages
- Dupuy G., 1993, *Géographie et économie des réseaux*, *L'Espace géographique*, n°3, Paris, pp. 193-209
- Dupuy N., Mao P., 2000, *Vers un diagnostic des territoires de pratiques sportives de pleine nature : définition, contexte législatif, enjeux et perspectives*, in *Revue Montagnes Méditerranéennes*, n°11, CERMOSEM, Mirabel, pp. 17-26.
- Durand M.-F., Lévy J., Retailé D., 1993, *Le monde, espaces et systèmes*. Presses de Sciences Po et Dalloz, Paris, 597 pages

- Dussel E., 1998, *Beyond eurocentrism : the world-system and the limits of Modernity*, in Jameson F., Miyoshi M., ss la dir. de, *The cultures of globalization*, Duke University Press, Durham, pp. 3-31.
- Duval, M., 2006, *L'eau comme ressource structurante d'un territoire : les Gorges de l'Ardèche*, in *L'homme et l'eau en milieu montagnard*, Parc National des Ecrins, Editions des Hautes-Alpes, pp. 161-175
- Duval M., 2007, *Dynamiques spatiales et enjeux territoriaux des processus de patrimonialisation et de développement touristique. Etude comparée des Gorges de l'Ardèche et du Karst Slovène*, Mémoire de thèse en géographie, Université de Chambéry, Chambéry, 516 pages
- Echevin C., Gerbaux F., 1999, *L'impact économique du tourisme rural*, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n° 2, pp. 295-316
- Esposito-Fava A., 2010, *Territorialisation et action agricole : quelles ressources et quels dispositifs pour quelles gouvernances ?*, Thèse de doctorat en géographie, Université Joseph Fourier, Grenoble, 410 pages
- Etcheverria O., 1997, *Le chemin rural, nouvelle vitrine des campagnes ?*, *Revue Strates [En ligne]*, n°9, 12 pages
- Facchini F., 2006, *L'entrepreneur politique et son territoire*, *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, Tome 2 juillet, Bordeaux, pp. 263-280
- Fernex M., 1989, *Espaces protégés et fréquentation touristique. Méthodologie pour la gestion des grands sites de montagne et de gorges*, Mémoire de maîtrise de géographie, Institut de Géographie Alpine - Université Joseph Fourier, Grenoble, 124 pages
- Fourny M.-C. et al, 1999, *Logiques d'acteurs et dynamiques d'action dans l'émergence d'un objet spatial « réseau des villes*, in Gerbaux F., ss la dir. de, 1999, *Utopie pour le territoire*. Editions de l'Aube, La Tour d'Aiguës, pp. 141-160
- Franchini S., 2005, *Pratiques sportives de nature et milieux naturels : approche multiscalaire des sciences de l'écologie pour l'intégration des pratiques de randonnée, d'escalade et de canyoning dans les espaces naturels*, Thèse de doctorat de biologie, Université Joseph Fourier, Grenoble, 314 pages
- Franchini S., Mignotte A., 2002, *Etude de la fréquentation pédestre et de ses impacts sur le milieu naturel dans la réserve Naturelle des Gorges de l'Ardèche et de ses plateaux alentours*, LIFE Natura 2000, SIGARN, Université Joseph Fourier, Grenoble, 57 pages
- François H., Hatt E., Mathieu G., 2010, *Préface*, *Revue de géographie alpine*, n°98, vol 4, Institut de Géographie Alpine, Université Joseph Fourier, Grenoble, 5 pages
- François H., Hirczak M., Senil N., 2006, *Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources*, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°5, Editions Armand Colin, Paris, p. 683-700
- Freuchet G., Rissoan M., Bouleau J., Saulignac H., 2005, *Les Quatre Couleurs de l'Ardèche : Sur les chemins touristiques du Vivarais*, Collection Les Vivaroises, Editions de La fontaine de Siloé, Montmélian, 280 pages

- Gadrey J., 1991, *Le service n'est pas un produit : quelques implications pour l'analyse économique et pour la gestion*, in Ouvrage Collectif, Politiques et management public, vol. 9 n° 1, pp. 1-24.
- Géneau de Lamarlière I., Staszak J.-F., *Principes de géographie économique*, Editions Bréal, Paris, 448 pages
- Giard D., 1997, *Les enjeux du tourisme sportif en montagne*, Cahiers Espaces, n°52, Espaces, Paris, pp. 48-57
- Gire F., Pasquier D., Granjon F., 2007, *Culture et sociabilité*, Revue Réseaux, vol 6, n° 145-146, Editions La Découverte, Paris, pp. 159-215.
- Godard P., Torrente P., 2004, *Étude de l'impact économique de la randonnée sur le massif pyrénéen*, Université de Toulouse 2 - Mirail, Toulouse,
- Grasset E., 1999, *Les services aux populations dans le développement territorial en montagnes méditerranéennes, Application à l'Ardèche méridionale et au Diois*, Mémoire de thèse en géographie, Université Joseph Fourier, 2 volumes, Grenoble, 496 pages
- Guibourdenche H., Marcou J., 1997, *L'Ardèche et la Drôme. Activités territoriales et politique*, La Documentation Française, Paris, 244 pages
- Guillot A., 1997, *Test d'une méthode d'évaluation de la fréquentation touristique*, Fédération des Parcs Naturels Régionaux de France - Centre d'Études Supérieures en Aménagement - Université de Tours, Tours,
- Gumuchian H., 1983, *La neige dans les alpes françaises du Nord : une saison oubliée, l'hiver*, Editions des Cahiers de l'Alpes, Grenoble, 620 pages
- Gumuchian H., 1998, *Quels services, pour quelles campagnes de demain ?*, Revue Montagnes Méditerranéennes, n°8, Institut de Géographie Alpine, CERMOSEM, Mirabel, pp. 97-102.
- Gumuchian H. Grasset E., Lajarge R., Roux E., 2003, *Les acteurs, ces oubliés du territoire*, Collection Anthropos, Editions Lavoisier, Paris, 186 pages
- Hanley N., Shaw W.-D., Wright R.-E., ss la dir. de, 2003, *The new economics of outdoor recreation*, Editions Edward Elgar Publishing, Londres, 320 pages
- Hautbois C., 2004a, *Légitimité, opportunité et efficacité de l'action publique de développement des pratiques de loisirs et ce tourisme sportif le cas des activités équestres en Basse-Normandie*, Thèse de doctorat en STAPS, Université Paris X/Orsay, Paris, 565 pages
- Hautbois C., 2004b, *Stratégie publique de développement local par les sports de nature. Le cas du tourisme équestre en Basse-Normandie*, n°82, Cahiers Espaces, Paris, pp. 72-83
- Hazebroucq J.-M., 1999, *Management des projets de tourisme et de loisirs*, Editions Gaëtan Morin, Paris, 375 pages
- Hebert G., 1925, *Le sport contre l'éducation physique*, Editions Vuibert, Paris réédité par le revue EPS en 1993, pp. 3-9

- Herbin J., 1980, *Le tourisme au Tyrol : une valeur d'exemple pour les Alpes Françaises ?*, Revue de géographie alpine, Institut de Géographie Alpine, Tome 68, n°1. Grenoble pp. 83-96
- Hillairet D., 1999, *L'innovation sportive, entreprendre pour gagner. Economie et Innovation*, Editions de L'Harmattan, Paris, 240 pages
- Hillairet D., Guillaume R., 2005, *Milieus innovateurs et filière sports-loisirs : essai d'application d'un paradigme technico-industriel du développement économique régional endogène*, in Sobry C. et al., *Management et marketing du sport : Du local au global*, Presses Universitaires du Septentrion, Lille, pp. 259-285
- Hoerner J.-M., 2010, *Le tourisme dans la mondialisation : Les mutations de l'industrie touristique*, Editions L'Harmattan, Paris, 118 pages
- Hoerner J.-M., Sicart C., 2003, *La science du tourisme – The science of tourism*, Editions Balzac, Paris, 200 pages
- Hoibian O., 2003, *Les alpinistes en France 1870-1950. Une histoire culturelle*, L'Harmattan, Paris, 342 pages.
- Hoyt H., 1939, *The structure and growth of residential neighborhood in American cities*, Federal housing administration, 178 pages
- Ingram R., Rayburn F., 1989, *Representational faithfulness and economic consequences : their roles in accounting policy*, Journal of Accounting and Public Policy, vol. 8, pp. 57-68.
- INRA, 2008, *Prospective - Les nouvelles ruralités en France à l'horizon 2030*, Rapport du groupe de travail Nouvelles ruralités, Ouvrage collectif, INRA, Paris, 82 pages
- INSEE, 2003, *Structuration de l'espace rural : une approche par les bassins de vie*, INSEE, DATAR, IFEN, INRA, Paris, 170 pages
- INSEE, 2010a, *Conditions de vie des français, Section 6.4, Vacances – Loisirs – Sports, 2010*
- INSEE, 2010b, *Les tableaux de l'économie française*, INSEE, Paris, 242 pages
- Irlinger P., Louveau C., Metoudi M., 1987, *Les pratiques sportives des français, les usages sportifs du temp libéré*, Editions de l'INSEP, 2 tomes, Paris, 670 pages
- Isard, W., 1956, *Location and Space-Economy, A General Theory Relating to Industrial Location, Market Areas, Land Use, Trade, and Urban Structure*, The Technology Press of Massachusetts Institute of Technology and John Wiley and Sons Inc., New York, 350 pages
- Janin B., 1985, *Parc National du Grand Paradis, Les montagnards ont la parole*, Vol. 73, Tome 1 et 2, Revue de Géographie Alpine, Institut de Géographie Alpine, Grenoble, pp. 113-138
- Jeanneret Y., 1998, *L'affaire Sokal ou la querelle des impostures (Science, histoire et société)*, Presses Universitaires de France, Paris, 274 pages
- Jockung-Nguena O., Arregle J.-L., de Ronge Y., Ulaga W., 2002, *Introduction au management de la valeur*, Editions Dunod, Paris, 272 pages

- Jorand D., 2000, *Histoire et sociologie du vol libre français. Structure, oppositions, enjeux*, Mémoire de thèse en STAPS, Université de Paris XI, Orsay, 400 pages
- Kalaora B., 2001, *À la conquête de la pleine nature*, Ethnologie française, n°4 Vol 31, p. 591-597
- Karl R., 1983, *Les loisirs non touristiques et leur influence sur l'organisation de l'espace*, Revue Norois, n°120, Université de Nantes, Nantes, pp. 503-510.
- Kayser B., 1993, *Naissance de nouvelles campagnes*, Editions de l'Aube, La Tour d'Aigues, 174 pages
- Kouchner F., Dufrien J.-B., 1995, *La randonnée pédestre en France*, Cabinet Thetys - AFIT, Paris, 103 pages
- Knafou R., Stock M., 2003, *Tourisme*, in Lévy J., Lussault M., ss la dir. de, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Editions Belin, Paris, pp. 931-934
- Lacroix G., 1993, *Le sport-aventure, une forme d'innovation sportive* in Loret A., Sport et management : de l'éthique à la pratique, Editions Diénot, Paris, pp. 171-182
- Lajarge R., 1996, *Quatre modalités pour faire du territoire*, in Gerbaux F., ss. la dir. de, Utopie pour le territoire, Editions de l'Aube, La Tour d'Aiguës, pp 79-106
- Langenbach M., Berthelot L., 2007, *Les pratiques sportives de nature : du point au trait ?*, Mountain Wilderness, Publié en ligne, <http://www.mountainwilderness.fr/montagne-%C3%A0-vivre/actus/811-pratiques-sportives-de-nature--du-point-au-trait-.html>
- Lapompe Paironne L., 2008, *Tourisme de masse et tourisme alternatif : une approche géographique du tourisme par les pratiques : l'exemple de la randonnée en Languedoc-Roussillon*, Thèse de Géographie, Université de Nice, Nice, 361 pages
- Le Breton D., 1991, *Passions du risque*, Editions Métailié, Paris, 190 pages
- Le Caro Y., 2002, *Usages récréatifs de l'espace agricole*, Mémoire de thèse de Géographie, Université de Rennes 2, Laboratoire RESO, 2 volumes, Rennes, 873 pages
- Le Clainche M., 2008, *... la révision générale des politiques publiques : premières annonces*, Revue française d'administration publique, Tome 1, n° 125, Paris, pp. 197-200
- Lebert P.-Y., 2009, *Emplois Touristiques*, Direction du Tourisme, Paris, 19 pages
- Lejeune D., 1974, *Les alpinistes en France à la fin du XIXème siècle et au début du XXème siècle (vers 1875-vers 1919) ; étude d'histoire sociale, étude de mentalité*, Editions du CTHS, Paris, 272 pages
- Lemoigne J.-L., 1984, *La théorie du système général, théorie de la modélisation*, Presses Universitaires de France, Paris, 330 pages
- Leresche J.-P., Saez G., 1997, *Identités territoriales et régimes politiques de la frontière*, n°7, Pôle Sud, Montpellier, 178 pages
- Leroy A., 1999, *Tourisme et économie rurale : le tourisme rural peut-il ( re- ) dynamiser nos campagnes ?*, in Bensahel L., Donsimoni M., ss. la dir. de, Le tourisme facteur de développement local, Presses Universitaires Grenobloises, Grenoble, pp. 89-106



- Lévy J., 1994a, *L'espace légitime sur la dimension géographique de la fonction politique*, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, Paris, 442 pages
- Lévy J., 1994b, *Oser le désert ?, des pays sans paysan. Les nouveaux espaces ruraux*, Revue Sciences Humaines, vol 4, hors série, Paris, pp. 6-9
- Lévy J., Lussault M., 2003, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Editions Belin, Paris, 1033 pages
- Loret A., 1995, *Génération glisse, dans l'eau, l'air, la neige..., la révolution du sport des « années fun »*, Editions Autrement, Paris, 325 pages
- Loret A., 2003, *L'intégration par le sport au risque de l'innovation sportive*, in Sport et intégration, Revue Empan, vol 3, n°51, Editions Erès, Paris, pp. 39-47
- Lösch A., 1944, *Die räumliche Ordnung der Wirtschaft*, 2ème édition, Iéna, 356 pages
- Louart P., 1999, *Entreprise*, in Le Duff R., ss la dir. de, Encyclopédie de la gestion et du management, Editions Dalloz, Paris, 1643 pages
- Lozato-Giotart J.-P., 2008, *Géographie du tourisme : de l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, Editions Lavoisier, Paris, 330 pages
- Lozato-Giotart J.-P., Balfet M., 2007, *Management du tourisme. Territoires, systèmes de production et stratégies*, 2ème édition, Editions Lavoisier, Paris, 384 pages
- Luyckx M., 2002, *Le rôle de l'expert : participer au réenchantement du monde*, in *Reflets et perspectives de la vie économique*, Tome XLI, De Boeck Université, Paris, pp. 89-99
- Maillat D., Kebir L., 1999, "*Learning région*" et systèmes territoriaux de production, Revue d'Économie Régionale et Urbaine, n°3, Association des Directeurs d'Instituts et des Centres Universitaires d'Études Economiques Régionales, Bordeaux, pp. 429-448
- MacLellan L., Dieke P.-U.-C., Kumari Thapa B., 2000, *Mountain tourism and public policy in Nepal, Tourism and Development* in Godde P.-M., Price M.-F., Zimmermann F.-M., *Mountain Regions*, C. A. B. International Publishing, Wallingford,
- Majorana E., 1942, *Il valore delle leggi statistiche nella fisica e nelle scienze sociali*, Scientia, n°71, pp. 58-66.
- Mao P., 2003, *Les lieux de pratiques sportives de nature dans les espaces ruraux et montagnards. Contribution à l'analyse de l'espace géographique des sports*, Mémoire de thèse de géographie, Université Joseph Fourier, Grenoble, 693 pages
- Mao P., 2007a, *La ressource territoriale d'un haut-lieu touristique. L'exemple de Chamonix Mont-Blanc*, in Gumuchian H., Pecqueur B., *La ressource territoriale*, Editions Anthropos, Paris, pp. 56-70
- Mao P., 2007b, *Tourisme et loisirs sportifs de nature*, in Ouvrage Collectif, *De la Dent de Rez aux Gorges de l'Ardèche. Histoire et environnement d'un territoire*, Editions du Chassel, Vals-les-Bains, pp. 559-579
- Mao P., ss la dir. de, 2009, *Evaluation du Schéma Départemental de Développement Maîtrisé des Loisirs Sportifs de Nature – Conseil Général de l'Ardèche – 2006/2009*, Conseil Général de l'Ardèche, Cermosem, Privas, 82 pages

- Mao P., Bourdeau Ph., 2008, *Les lieux de pratique des sports de nature en France : une géographie différenciée*, M@ppemonde n°89, Montpellier,
- Mao P., Corneloup J., Bourdeau Ph., 2003, *Analyse des processus de territorialisation des hauts lieux de pratiques touristiques et sportives de nature ; l'exemple des Gorges du Verdon*, Théoros, n° 22, vol. 2, Presses Universitaires du Québec, Montréal, pp. 52 – 62.
- Mao P., Corneloup J., Bourdeau Ph., 2004, *Objets géographiques et formes de développement autour des Gorges du Verdon*, in Debarbieux B., Fourny M.-C., ss la dir. de, *L'effet géographique*, Editions de la MSH-Alpes, Grenoble, pp 181-196
- Mao P., Dupuy N., 2002, *Rapport final du diagnostic territorial des loisirs sportifs de nature en Ardèche*, Conseil Général de l'Ardèche, CERMOSSEM, Mirabel – Privas, 113 pages
- Mao P., Hautbois C., Langenbach M., 2009, *Développement des sports de nature et de montagne en France : diagnostic comparé des ressources territoriales*, in *Géographie Economie et Société*, n°11, Editions Lavoisier, Paris, pp. 301-313
- Mao P., Langenbach M., 2006, *Impact économique des sports de nature, revue de littérature et mise en perspective des méthodes d'évaluation*, Rapport final, ODIT France, Ministère des Sports, Fédération Française de Randonnée Pédestre, Paris, 271 pages
- Mao P., Mary Ph., 1994, *Fréquentation touristique et sports de loisir dans la réserve naturelle des Gorges de l'Ardèche (Versants et plateaux). Le développement touristique et la protection de la nature*, Mémoire de maîtrise de géographie, sous la direction de G. Daudé, Université Lyon III, 235 pages
- Mao P., Reymbaut O., 2005a, *C.D.E.S.I. et P.D.E.S.I. - pour une gestion et un développement maîtrisé de sports de nature, opportunité, faisabilité et modalités de mise en œuvre dans le Département de l'Ardèche. Rapport final*, Conseil Général de l'Ardèche, Direction Départementale de la Jeunesse et des Sports de l'Ardèche, CERMOSSEM, Mirabel, 85 pages
- Mao P., Reymbaut O., 2005b, *Guide pratique C.D.E.S.I. / P.D.E.S.I. : des outils au service du développement maîtrisé des sports de nature*, Ministères de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative, de l'Ecologie et du Développement Durable, Assemblée des Départements de France, Comité National Olympique et Sportif Français, Paris, 48 pages+ Cd-Rom.
- Mao, P., ss. la dir. de, 2006, *Etude régionale Rhône-Alpes pour une meilleure prise en compte de la thématique sportive dans les politiques territoriales*, Région Rhône-Alpes, CERMOSSEM
- Marcelpoil E., Boudieres V., 2006, *Gouvernance touristique des grandes stations et durabilité, une lecture en terme de proximité*, Développement durable et territoires [Revue en ligne], dossier 7 : Proximité et environnement, mis en ligne le 18 mai 2006, consulté le 18 juillet 2012. URL : <http://developpementdurable.revues.org/2648>
- Marchand B., 1972, *L'usage des statistiques en géographie*, Revue Espace géographique. Tome 1, n°2, Paris, pp. 79-100.
- Massiera B., 2003, *Le tourisme sportif en quête d'identité. La construction identitaire dans les organisations de tourisme sportif, entre idéologies sportives et matérialité professionnelle marchande*, Mémoire de thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université de Nice, Nice, 289 pages

- Maurence Consultants, Trace TPI, 2010, *La mesure de l'impact économique d'un événement touristique : Guide méthodologique*, Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services, Paris, 50 pages
- McIntosh R., Gupta S., 1980, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 3ème édition, Grid Publishing, Columbus, 319 pages
- Mélèse J., 1972, *L'analyse modulaire des systèmes de gestion, une méthode efficace pour appliquer la théorie des systèmes au management*, Editions Hommes et techniques, Paris, 233 pages
- Mermet G., 2008, *Francoscopie*, Editions Larousse, Paris, 510 pages
- Michon B., Ohl F., 1989, *Aspects socio-économiques du prix, de la pratique sportive*, in Andreff W., ss. la dir., *Economie politique du sport*, Paris, Dalloz, pp. 34 – 72
- Michon B., Ohl F., 1993, *Marketing et sociologie: analyse de la consommation de produits sportifs*, in Loret A., *Sports et management*, Editions Dunod, Paris, pp. 208-233
- Miège C., 1993, *Les institutions sportives*, Collection Que sais-je ?, Presses Universitaires de France, Paris, 128 pages
- Mignotte A., 2004, *Entre fragmentation et interconnexion territoriale. La gestion des réseaux de sentiers en espaces naturels protégés rhône-alpins*, Thèse de Géographie, Université Joseph Fourier, Grenoble, 551 pages
- Ministère des Sports, 2002, *Les pratiques sportives des français*, Ministère des Sports, INSEP, Paris, 226 pages
- Ministère des Sports, 2007, *Sports de nature : guide pratique P.D.E.S.I./C.D.E.S.I.*, Pôle Ressource Sports de Nature du Ministère des Sports, CREPS Rhône-Alpes, Vallon-Pont-d'Arc, 131 pages
- MIT, 2005, *Tourismes 1 : Lieux communs*, Editions Belin, Paris, 319 pages
- MIT, 2008, *Tourismes 2 : Moments de lieux*, Editions Belin, Paris, 349 pages
- MIT, 2010, *Tourismes 3 : La révolution durable*, Editions Belin, Paris, 280 pages
- MITRA, 2008, *Bilan de fréquentation touristique. Année 2008*, Rhône-Alpes Tourisme, Préfecture de Région Rhône-Alpes, Lyon, 32 pages
- MITRA, 2011, *Mémento du tourisme 2011*, Mission d'Ingeniere Touristique en Rhône-Alpes, Observatoire Régional du Tourisme, Région Rhône-Alpes, Lyon, 91 pages
- Moine A., 2007, *Le territoire : comment observer un système complexe ?*, Editions L'Harmattan, Paris, 178 pages
- Montagnes Méditerranéennes, 2000, *Tourisme sportif et territoires. Développement et gestion des espaces de pratiques sportives de pleine nature*, Revue Montagnes Méditerranéennes, n°11, CERMOSEM, Mirabel, 160 pages
- Moran P., 1963, *L'analyse spatiale et la science économique*, Editions Cujas, Paris, 294 pages
- Morin E., 1988, *Le défi de la complexité*, Revue Chimères, Paris, 18 pages

- Morverand M., 2007, *Les Gorges de l'Ardèche, formidable terrain d'expression des activités de pleine nature*, in *De la Dent de Rez aux Gorges de l'Ardèche. Histoire et environnement d'un territoire*, in Ouvrage collectif, Editions du Chassel, Vals-les-Bains, pp. 585-592
- Moss L.A.G., 2006, *The Amenity Migrants: Seeking And Sustaining Mountains And Their Cultures*, CABI Publishing, Wallingford, 336 pages
- Mounet J.-P., 2000, *Les activités sportives de nature en France : contraintes globales, flou organisationnel et stratégies d'acteurs*, Mémoire d'habilitation à diriger les recherches STAPS, Université Joseph Fourier, Grenoble, 198 pages
- Mounet J.-P., Nicollet J.-P., Rocheblave M., 2000, *L'impact des activités sportives de nature sur l'environnement naturel*, in *Montagnes Méditerranéennes*, n°11, Institut de Géographie Alpine, CERMOSEM, Mirabel, pp. 67-76
- Mouton M., 2005, *Structures et modes d'encadrement dans la plongée loisirs en France: logiques d'organisation et effets pervers*, ONMAS, Observatoire du CNAPS, Paris,
- OMT, 2009, *UNWTO World Tourism Barometer - Baromètre OMT du tourisme mondial*, Vol. 07/Issues 1-2-3, 168 pages
- Ohl F., 2001, *Les usages sociaux des objets : paraître "sportif" en ville*, *Loisir et Société*, vol. 24, n° 1, Presses de l'Université du Québec, Montréal, pp. 111-136.
- Ostrom E., Gardner, R., Walker J., 1994, *Rules, Games, & Common-Pool Resources*, The University of Michigan Press, Ann Arbor, 392 pages
- Licence Professionnelle de Géographie "Promoteur du patrimoine territorial", Ouvrage Collectif, 2009, *Diagnostic de territoire*, Licence Professionnelle Promoteur du Patrimoine Territorial - TACT Sources et Volcances d'Ardèche, Institut de Géographie Alpine, Mirabel,
- Paget E., 2007, *L'essor d'une petite entreprise prestataire de sport et de tourisme : complexité du secteur, logiques d'action et déterminants de sa croissance*, Mémoire de thèse en STAPS, Université Joseph Fourier, Grenoble, 311 pages
- Paget E., Mounet J.-P., Guilhon A., 2007, *Les petites entreprises prestataires de sport et de tourisme et leurs dirigeants : spécificités et stratégies*, *Revue européenne de management du sport*, n° 17, Presses Universitaires du Sport, Voiron, 13 pages
- Passet R., 1985, *Réductionnismes et complexité*, Cahiers du C3E, n°56, Université de Paris I, Paris,
- Pecqueur B., 2000, *Le développement local*, Editions Syros, Paris, 132 pages
- Pecqueur B., 2005, *Les territoires créateurs de nouvelles ressources productives : le cas de l'agglomération grenobloise*, *Géographie, Economie, Société*, n°3, vol. 7, Editions Lavoisier, Paris, pp. 255-268
- Pecqueur B., Zimmermann J.-B., 2003, *Economie de proximités*, Collection Lavoisier, Editions Hermès, Paris, 264 pages
- Péguy C.-P., 2001, *Espace, temps, complexité. Vers une métagéographie*, Collection Géographiques-Reclus Editions Belin, Paris, 283 pages

- Perret J., 1994, *Le développement touristique local. Les stations de sports d'hiver*, Editions de l'Université Pierre Mendès France, Grenoble, 338 pages
- Perret J., 2002, *La mise en valeur d'aménités touristiques rurales pour une élite*, in *Aménités rurales, une nouvelle lecture des enjeux territoriaux*, Ingénieries – eau, agriculture, territoires, CEMAGREF, Anthony, pp. 35-42
- Perrier-Cornet Ph., 2001, *La dynamique des espaces ruraux dans la société française : un cadre d'analyse*, in *Territoires 2020, Revue d'études et de prospectives*, n°3, DATAR-La Documentation Française, Paris, pp.61-74.
- Perrin C., Borrell H., Raharinosy A., Mounet J.-P., 2003, *Une composante de l'offre touristique à la structuration en émergence: le canyoning dans le Vercors*, *Revue Re-Tour*, n°1, Mai, 15 pages
- Perroux F., 1964, *L'économie du XXe siècle*, 2ème édition, Presses Universitaires de France, Paris, 692 pages
- Pigeassou C., 1997, *Sport et tourisme : émergence du sport dans l'offre touristique, Entre passion et raison*, in *Tourisme et sport, Cahier Espaces n°52*, Touristiques Européennes, Paris, pp. 15-24
- Pinto L., 1990, *Le consommateur : agent économique et acteur politique*, *Revue française de sociologie*, n°31, vol 2, Paris, pp. 179-198
- Plagnol G., 1997, *Tourisme sportif et secteur marchand*, in *Tourisme et sport, Cahier Espaces n°52*, Touristiques Européennes, Paris, pp. 25-31
- Pociello C., 1981, *Sports et société, Approche socioculturelle des pratiques*, Collection Sport+Enseignement, Editions Vigot, Paris, 377 pages
- Porter M., Lavergne Ph., 196, *L'avantage concurrentiel*, Collection Stratégie et développement, Editions Dunod, Paris, 647 pages
- Pumain D., Saint-Julien Th., 1997, *L'analyse spatiale, 1. Localisations dans l'espace*, Collection Cursus géographique, Armand Colin, Paris, 195 pages
- Raboteur J., 2000, *Introduction à l'économie du tourisme*, Editions L'Harmattan, Paris, pp. 33-35
- Raffestin C., 1996, *Ecogénèse territoriale et territorialité*, in Brunet R., Auriac F., ss. la dir., *Espaces, jeux et enjeux*, Editions Fayard, Paris, pp. 173-183
- Rech Y., Mounet J.-P., 2011, *Les sports de nature en débat*, Développement durable et territoires [Revue en ligne], vol. 2, n°3, décembre 2011, mis en ligne le 04 décembre 2011, consulté le 29 février 2012. URL : <http://developpementdurable.revues.org/9085>
- Rech Y., Mounet J.-P., Briot M., 2009, *L'innovation dans les sports de nature : l'irruption de nouvelles activités dans une station de sports d'hiver*, *Revue Espaces et sociétés*, vol 1, n° 136-137, Editions Erès, Paris, pp. 155-171
- Région Rhône-Alpes, 2002, *Objectifs Rhône-Alpes*, mai, Lyon, pp. 79-80

Revéret Ch., Versant-Sud, 2006, *Analyse comparative des études "emploi" en sports de nature*, Ministère des Sports, Pôle Ressource National Sports de Nature, CREPS Rhône-Alpes, Vallon-Pont-d'Arc, 33 pages

Rigolet M.-F., 1995, *Aventure de plein air, nature à ciel ouvert, culture des loisirs verts. Un triptyque utopique? La pratique du canyoning et son interprétation à la vie locale: le cas du Parc National des Cévennes*, Mémoire de maîtrise de Géographie, Grenoble., Institut de Géographie Alpine - Université Joseph Fourier, Grenoble, 94 pages

Roberts L., Hall D., 2003, *Social construction ?*, in L. Roberts, D. Hall, ss. la dir., *Rural tourism and recreation : principes to practice*, CABI Publishing, Oxon, 272 pages

Robinet N., *Les activités hépatiques dans l'intersaison touristique en Bas-Vivarais*, Editions du Globe, Mirabel, 33 pages

Rosanvallon P., 1979, *Le capitalisme utopique : critique de l'idéologie économique*, Editions du Seuil, Paris, 248 pages

Rotillon G., 2007, *Economie des sports de nature*, in Corneloup J., ss. la dir. de, *Sciences sociales et loisirs sportifs de nature*, Collection sportsnature.org, Editions du Fournel, Largentière-la-Bessée, pp. 133-147

Roux E., 1999, *De la gestion de l'espace à la gestion des territoires en montagnes méditerranéennes, des logiques d'acteurs différenciés*, Thèse de doctorat en géographie, Université Joseph Fourier, Grenoble, 476 pages

Roux F., Soulé B., Boutroy E., 2010, *Gouvernance des espaces de loisirs sportifs et touristiques*, Cahiers de droit du sport, n°22, Université Aix-Marseille, Marseille, pp. 23-33

Schmitt B., Ph. Perrier-Cornet, M. Blanc, M.Hilal, 1998, *Les campagnes et leurs villes. Contours et caractères*, Insee, Paris, 203 pages

Sencebe Y., 2001, *Les lieux et les temps de l'appartenance. Mobilités et territoire : une analyse sociologique du pays Diois*, Thèse de doctorat en géographie, Université Lumière, Lyon, 407 pages

Senil S., 2011, *Une reconstruction de l'espace-temps : approche croisée des processus de patrimonialisation et de territorialisation dans les territoires ruraux en France et au Maroc*, Thèse de doctorat en géographie, Université Joseph Fourier, 561 pages

Sirost O., 2001, *Camper ou l'expérience de la vie précaire au grand air*, Ethnologie française, tome 4, vol. 31, Presses Universitaires de France, Paris, pp. 581-589

SNAPEC, 2009, *Enquête métier, BEES Escalade, Mieux connaître les professionnels des sports de nature*, Syndicat National des Professionnels de l'Escalade et du Canyon, Grenoble, 30 pages

Soudoplatoff S., 1995, *Informatique territoriale et complexité : Symbolique du territoire*, Revue Internationale de Géomatique, vol 6, n°1, Paris, pp 51-99.

Talandier M., 2007, *Un autre modèle de développement hors métropolisation. Le cas du monde rural*, Thèse de doctorat en économie, Université Paris XII/ Val de Marne, Paris, 380 pages

- Terrier Ch., Khiati A., Sylvander M., 2005, *En haute saison touristique, la population double dans certains départements*, INESS Première, n°1050, INSEE, Paris, 4 pages
- Terrier Ch., ss. la dir., 2007, *Mobilité touristique et population présente. Les bases de l'économie présentielle des départements*, INSEE – Ministère du Tourisme, Paris, 128 pages
- Terrier Ch., 2009, *Distinguer la population présente de la population résidente*, in Courrier des statistiques, n° 128, INSEE, Paris, 8 pages
- Testart A., 1986, *Le communisme primitif, Économie et idéologie*, Tome 1, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, Paris, 554 pages
- Theiller D., 2007, *Le loisir tout simplement*, in *Sciences sociales et loisirs sportifs de nature*, in Corneloup J., ss la dir., Collection sportsnature.org, Editions du Fournel, Largentière-la-Bessée, pp. 33-49
- Thisse J.-F., 1997, *L'oubli de l'espace dans la pensée économique*, Région et développement, n°6, Toulon, pp. 13-38
- Tizon Ph., 1996, *Qu'est ce que le territoire ?*, in Les territoires du quotidien, G. Di Méo, ss. la dir., L'Harmattan, Paris, pp. 17-32
- Toledano J., 1978, *À propos des filières industrielles*, Revue d'économie industrielle, vol. 6, Éditions techniques et économiques, Paris, pp. 149-158.
- Torre A., Beuret J.-E., 2012, *Proximités territoriales*, Collection Anthropos, Editions Economica, Paris, 112 pages
- Torrente P., Barthe L., Bessiere J., Godard Ph., 2004, *Mise en place d'outils et méthodes pour une structuration du tourisme dans un territoire*, Ministère de l'Équipement, Université de Toulouse le Mirail, ERIT, Toulouse, 81 pages
- Towner J., 1985, *The grand tour : A key phase in the history of tourism*, Annals of Tourism Research, Vol 12, Issue 3, Elsevier, pp. 297-333,
- Tuppen, J. James T.-J., 1993, *Un modèle de calcul de l'impact du tourisme dans l'économie locale: le cas de St Gervais les Bains. Nouvelles pratiques sportives et collectivités territoriales*, Dossier de la Revue de Géographie Alpine, Institut de Géographie Alpine, Grenoble,
- Vachée C., 2000, *Représentations de la nature et comportements d'offre en escalade ; étude à partir de 3 catégories d'acteurs*, Mémoire de thèse de STAPS, Université de Grenoble, 644 pages
- Van der Yeught C., 2010, *Favoriser le développement d'un cluster « tourisme durable » au sein d'une destination touristique : le cas des Cinq Terres (Italie)*, Revue de la SEECI, Vol 13, n°22, Madrid, pp. 80-111
- Vial C., 2009, *Cheval et territoire : l'organisation des « animateurs » propriétaires d'équidés de loisir*, Actes du colloque de la 39<sup>e</sup> journée d'étude des Haras Nationaux
- Viard J., Rollin U., 2006, *Eloge de la mobilité. Essai sur le capital temps libre et la valeur travail*, Editions de l'Aube, La Tour d'Aigues, 205 pages

- Vignal B., 1994, *Campeurs et non campeurs : leurs rapports aux pratiques sportives de plein air*, Mémoire de DEA STAPS, Université Claude Bernard Lyon 1, Lyon, 58 pages
- Vignal G., 1999, *La sensibilité écologique et les usages sociaux de la nature dans les pratiques de plein air le cas de la baignade en eau douce*, Mémoire de thèse de STAPS, Université de Lyon, Lyon, 234 pages
- Vlès V., 2003, *Service touristique public local et aménagement du territoire*, Editions L'Harmattan, Paris, 222 pages
- Voisard J., Lavallard F., 1997, *L'investissement public et les acteurs du développement régional*, La Documentation Française, Paris, 290 pages
- Von Bertalanffy L., 1973, *Théorie générale des systèmes*, Réédition, Dunod, Paris, 308 pages
- Wackermann G., 1988, *Le tourisme international*, Editions Armand Colin, Paris, 280 pages
- Wall G., 2000, *Geography*, in Jafari J., *Encyclopedia of tourism*, Routledge, London, pp. 248-251
- Weckowicz T.-E., 1989, *Ludwig von Bertalanffy (1901-1972): A Pioneer of General Systems Theory*, Feb 1989, 29 pages
- Weinmann G., Monnin P., Wunderle N., Jeanrenaud C., Frey R.-L., 1999, *L'impact économique des manifestations sportives. Bilan des connaissances*, Institut de recherches économiques et régionales - Wirtschaftswissenschaftliches Zentrum WWZ, Neuchâtel, Bâle, 113 pages
- Wipf E., Ohl F., 2010, *L'étude de la concertation préalable a la création d'une C.D.E.S.I. : un double niveau de l'approche des innovations de l'action publique*, in Corneloup J., Mao P., ss. la dir. de, *Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature*, Collection Sportsnature.org, Editions du Fournel, Largentière la Bessée, pp. 168-182,
- Wolff F., 2000, *Danse et escalade : relations et contradictions*, Mémoire de Maîtrise de STAPS, Université de Metz, Metz
- Zelizer V., 1992, *Repenser le marché, la construction sociale du "marché aux bébés" aux Etats-Unis, 1870-1930*, in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°94, Paris, pp. 3-26
- Zimmermann J.-B., 1998, *Nomadisme et ancrage territorial : propositions méthodologiques pour l'analyse des relations firmes-territoire*, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°2, Ed. Armand Colin, Paris, pp. 211-230.



## Annexes

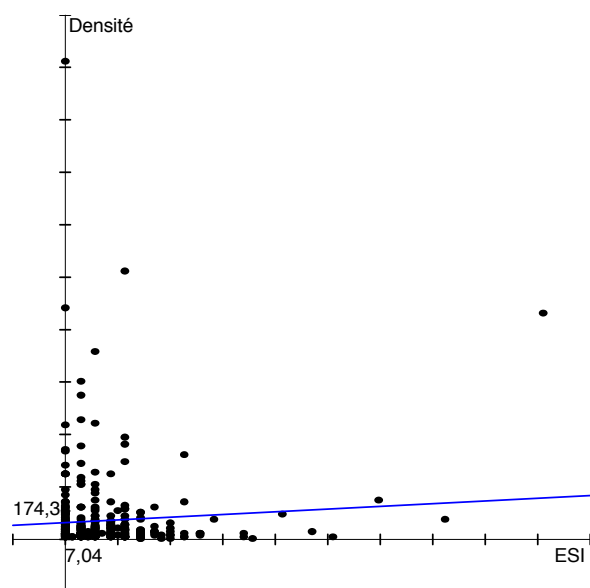
**Annexe 1** : Liste des diplômes sportifs permettant d'exercer et d'encadrer dans le domaine des sports de nature

Famille sportive	Diplôme
CANYON SPELEOLOGIE	BAPAAT support technique spéléologie
	Canyon : AQA à l'enseignement du canyon
	Canyon : BEES escalade délivré après le 1/01/97
	Canyon : BEES spéléologie délivré après le 1/01/97
	Canyon : Diplôme d'aspirant guide du brevet d'Etat d'alpinisme + attestation de stage canyon
	Canyon : Diplôme de guide de haute montagne du brevet d'Etat d'alpinisme délivré après le 1/01/97
i	Spéléologie (BEES)
PECHE ET LOISIR	BPJEPS pêche et loisir
SPORTS AERIENS	AQA à l'encadrement professionnel du vol libre
	BEES parachutisme
	BEES parachutisme et CQC progression accompagnée en chute libre (PAC)
	BEES parachutisme et CQC tandem
	Parapente (BEES)
	Vol libre (BEES)
SPORTS CYCLISTES	BAPAAT support technique vélo tout terrain
	BEES activités du cyclisme
	BEES cyclisme spécialité - bicross
	BEES cyclisme spécialité - cyclisme traditionnel
	BEES cyclisme spécialité - vélo tout terrain
	Cyclisme : AQA à l'enseignement du VTT
	Cyclisme : BEES et CQC VTT en milieu montagnard
SPORTS DE MONTAGNE	Alpinisme : Diplôme d'aspirant guide
	Alpinisme : Diplôme de guide de haute montagne
	Alpinisme : Diplôme de guide de haute montagne et CQC VTT en milieu montagnard
	BAPAAT support technique escalade
	BEES escalade
	Brevet fédéral d'éducateur des sports de traîneau et de ski pulka scandinave 1er degré délivré par la FF pulka et traîneau à chiens+TC
	Escalade : Diplôme de moniteur d'escalade

SPORTS AQUATIQUES	Aviron (BEES)
	BAPAAT support technique randonnée nautique, kayak de mer
	BAPAAT support technique randonnée nautique, nage en eau vive
	BAPAAT support technique randonnée nautique, raft
	BAPAAT support technique randonnée nautique, canoë-kayak
	BEESAN (activités de la natation)
	BNSSA (Brevet national de sécurité et de sauvetage aquatique)
	BPJEPS aviron
	BPJEPS aviron de mer
	BPJEPS aviron d'initiation et de découverte
	BPJEPS canoë-kayak
	BPJEPS canoë-kayak "eau calme et rivière d'eau vive"
	BPJEPS char à voile d'initiation et de découverte.
	BPJEPS engins tractés
	BPJEPS glisse aérotractée
	BPJEPS motonautisme
	BPJEPS multicoques et dériveurs.
	BPJEPS planche à voile
	BPJEPS ski nautique
	BPJEPS ski nautique d'initiation et de découverte
	BPJEPS voile
	Brevet de moniteur fédéral de pêche sportive mouche et lancer délivré par la F.F. des pêcheurs sportifs à la mouche
	Brevet fédéral de moniteur 1er degré d'enseignement de la pêche et des connaissances de la mer délivré par la F.F. des pêcheurs en mer
	Brevet fédéral jet 2e degré délivré par la F.F. motonautique
	Canoë-kayak : BEES et CQC canoë-kayak en eaux vives
	Canoë-kayak : BEES ET CQC entraînement à la compétition
	Canoë-kayak : BEES et CQC mer
	Canoë-kayak : BEES et CQC nage en eaux vives
	Canoë-kayak : BEES et CQC raft en eaux vives
	Canoë-kayak et disciplines associées (BEES)
	Char à voile (BEES)

SPORTS AQUATIQUES	Diplôme de moniteur fédéral croisière délivré par la F.F. de voile
	Diplôme de moniteur fédéral de canoë-kayak option canoë-kayak délivré par la F.F. de canoë-kayak
	Diplôme de moniteur fédéral voile délivré par la F.F. de voile (FFV)
	Diplôme d'Etat de maître-nageur sauveteur
	Diplôme d'initiateur fédéral de pêche au coup délivré par la F.F. de pêche au coup
	Diplôme fédéral 2e degré délivré par la F.F. de surf
	Diplôme fédéral de moniteur de canoë-kayak option mer délivré par la F.F. de canoë-kayak
	Diplôme fédéral de moniteur de canoë-kayak option nage en eau vive délivré par la F.F. de canoë-kayak
	Diplôme fédéral de moniteur de canoë-kayak, assorti de la qualification raft, délivré par la F.F. de canoë-kayak
	Diplôme fédéral d'entraîneur d'aviron délivré par la F.F. des sociétés d'aviron
	Natation : Brevet d'Etat d'éducateur sportif spécialisé délivré jusqu'au 30/09/85 option : water-polo
	Natation : Brevet d'Etat d'éducateur sportif spécialisé délivré jusqu'au 30/9/85 options : natation sportive
	Plongée subaquatique (BEES)
	Ski nautique (BEES)
	Surf (BEES)
	UC complémentaire planche à voile
	Voile (BEES)
	SPORTS PEDESTRES
SPORTS PEDESTRES	Alpinisme : Diplôme d'AMM délivré en application de l'arrêté du 05/06/85
	Alpinisme : Diplôme d'AMM délivré en application de l'arrêté du 10/05/93
	Alpinisme : Diplôme d'AMM et BEES 1er degré option ski nordique
	Alpinisme : Diplôme d'AMM et brevet national de pisteur secouriste 2e degré option ski alpin 2e degré
	Alpinisme : Diplôme d'AMM et brevet national de pisteur secouriste 2e degré option ski nordique 2e degré
	Alpinisme : Diplôme d'AMM et CQC VTT en milieu montagnard
	Alpinisme : Diplôme d'AMM et qualification pratique de la moyenne montagne enneigée
	BAPAAT support technique course d'orientation
	BAPAAT support technique randonnée pédestre
	Brevet fédéral d'animateur de randonnée pédestre délivré par la F.F. de randonnée pédestre
	Course d'orientation (BEES)

**Annexe 2 : Corrélation statistique entre la densité de population et le nombre d'espace sportif de nature par commune en Ardèche en 2010 (339 communes représentées dans le graphique de corrélation)**



**La dépendance n'est pas significative.**

Equation de la droite de régression :  $Densité = 1,26 * ESI + 59,40$

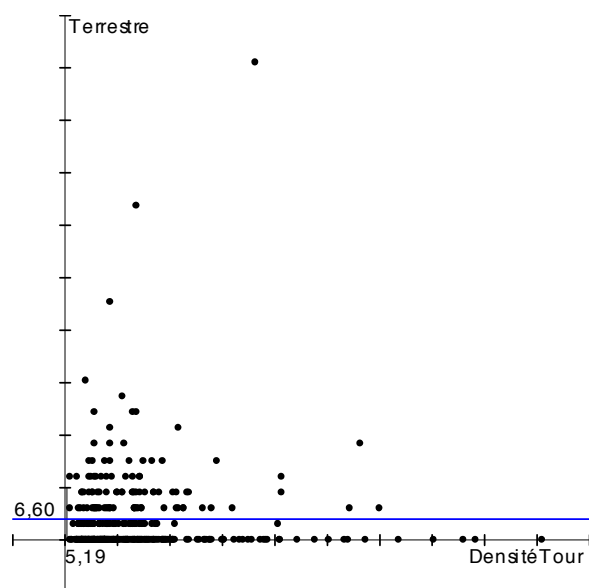
Coefficient de corrélation : +0,07 (ESI explique 0% de la variance de Densité)

Ecart-type du coefficient de régression : 1,05 (Peu influent)

**Annexe 3 :** Population des départements rhonalpains en 2008 (selon le R.G.P. 2008 de l'I.N.S.E.E.)

	Population en 2008	Rang régional
Ain	588 853	6
Ardèche	315 595	8
Drôme	482 984	7
Isère	1 206 375	2
Loire	746 115	4
Rhône	1 708 671	1
Savoie	1 136 801	3
Haute-Savoie	725 794	5

**Annexe 4 :** Corrélation statistique entre le nombre d'espaces de pratique des sports terrestres et la densité spatiale d'hebergements touristiques (campings et hôtels classés) par commune en Ardèche en 2010 (339 communes représentées dans le graphique de corrélation)



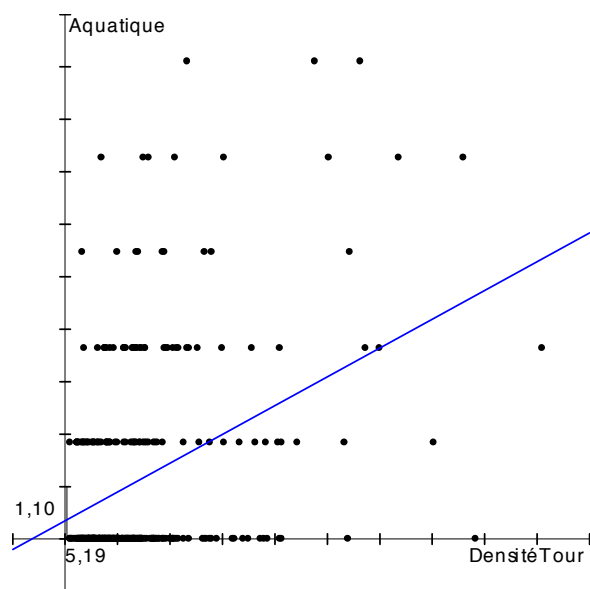
**La dépendance n'est pas significative.**

Equation de la droite de régression :  $\text{Terrestre} = 0,00 * \text{DensitéTour} + 2,67$

Coefficient de corrélation : +0,00 (DensitéTour explique 0% de la variance de Terrestre)

Ecart-type du coefficient de régression : 0,04 (Peu influent)

**Annexe 5** : Corrélation statistique entre le nombre d'espaces de pratique des sports aquatiques et la densité spatiale d'hebrgements touristiques (campings et hôtels classés) par commune en Ardèche en 2010 (339 communes représentées dans le graphique de corrélation)



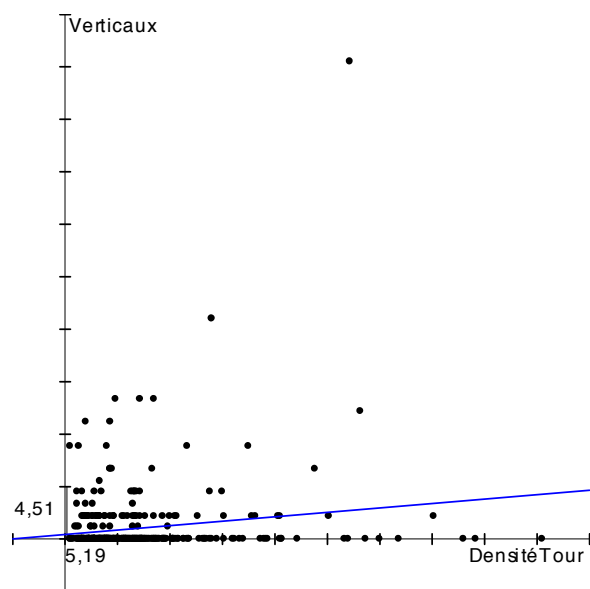
**La dépendance n'est pas significative.**

Equation de la droite de régression :  $\text{Aquatique} = 0,12 * \text{DensitéTour} + 0,38$

Coefficient de corrélation : +0,38 (DensitéTour explique 14% de la variance de Aquatique)

Ecart-type du coefficient de régression : 0,02

**Annexe 6 :** Corrélation statistique entre le nombre d'espaces de pratique des sports verticaux et la densité spatiale d'hébergements touristiques (campings et hôtels classés) par commune en Ardèche en 2010 (339 communes représentées dans le graphique de corrélation)



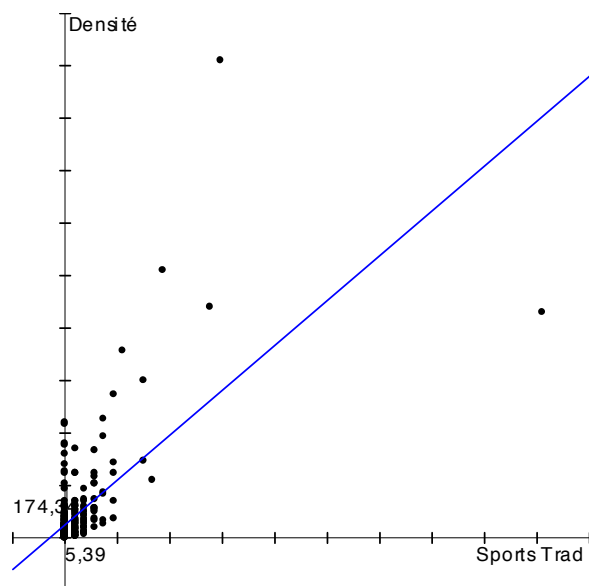
**La dépendance n'est pas significative.**

Equation de la droite de régression :  $\text{Verticaux} = 0,07 * \text{DensitéTour} + 0,53$

Coefficient de corrélation : +0,16 (DensitéTour explique 2% de la variance de Verticaux)

Ecart-type du coefficient de régression : 0,02

**Annexe 7 :** Corrélation statistique entre la densité spatiale de la population et les professionnels des sports traditionnels par commune en Ardèche en 2010 (339 communes représentées dans le graphique de corrélation)



**La dépendance est peu significative.**

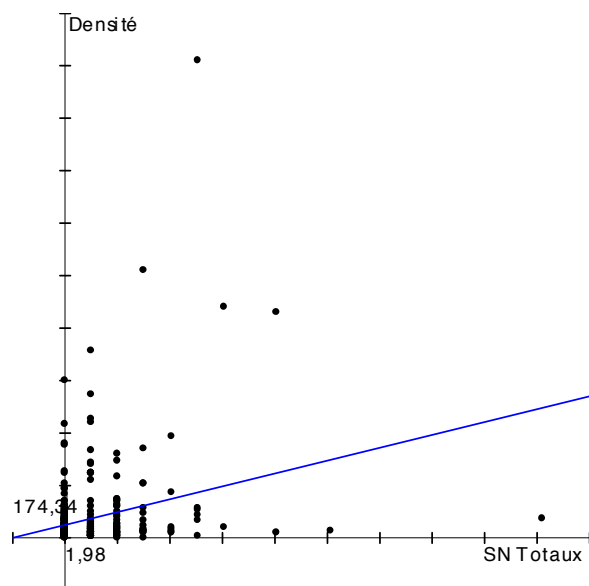
Equation de la droite de régression :  $Densité = 27,81 * Sports\ Trad + 40,97$

Coefficient de corrélation : +0,65 (Sports Trad explique 42% de la variance de Densité)

Ecart-type du coefficient de régression : 1,76



**Annexe 8 :** Corrélation statistique entre la densité spatiale de la population et les professionnels des sports de nature par commune en Ardèche en 2010 (339 communes représentées dans le graphique de corrélation)



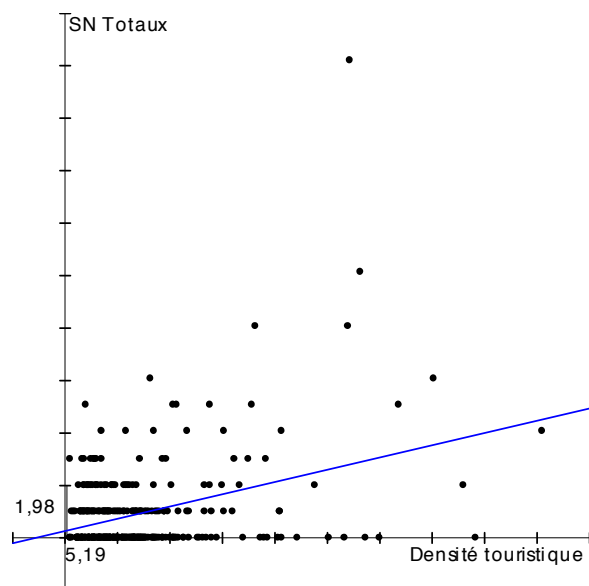
**La dépendance n'est pas significative.**

Equation de la droite de régression :  $Densité = 21,51 * SN\ Totaux + 46,75$

Coefficient de corrélation : +0,27 (SN Totaux explique 7% de la variance de Densité)

Ecart-type du coefficient de régression : 4,22

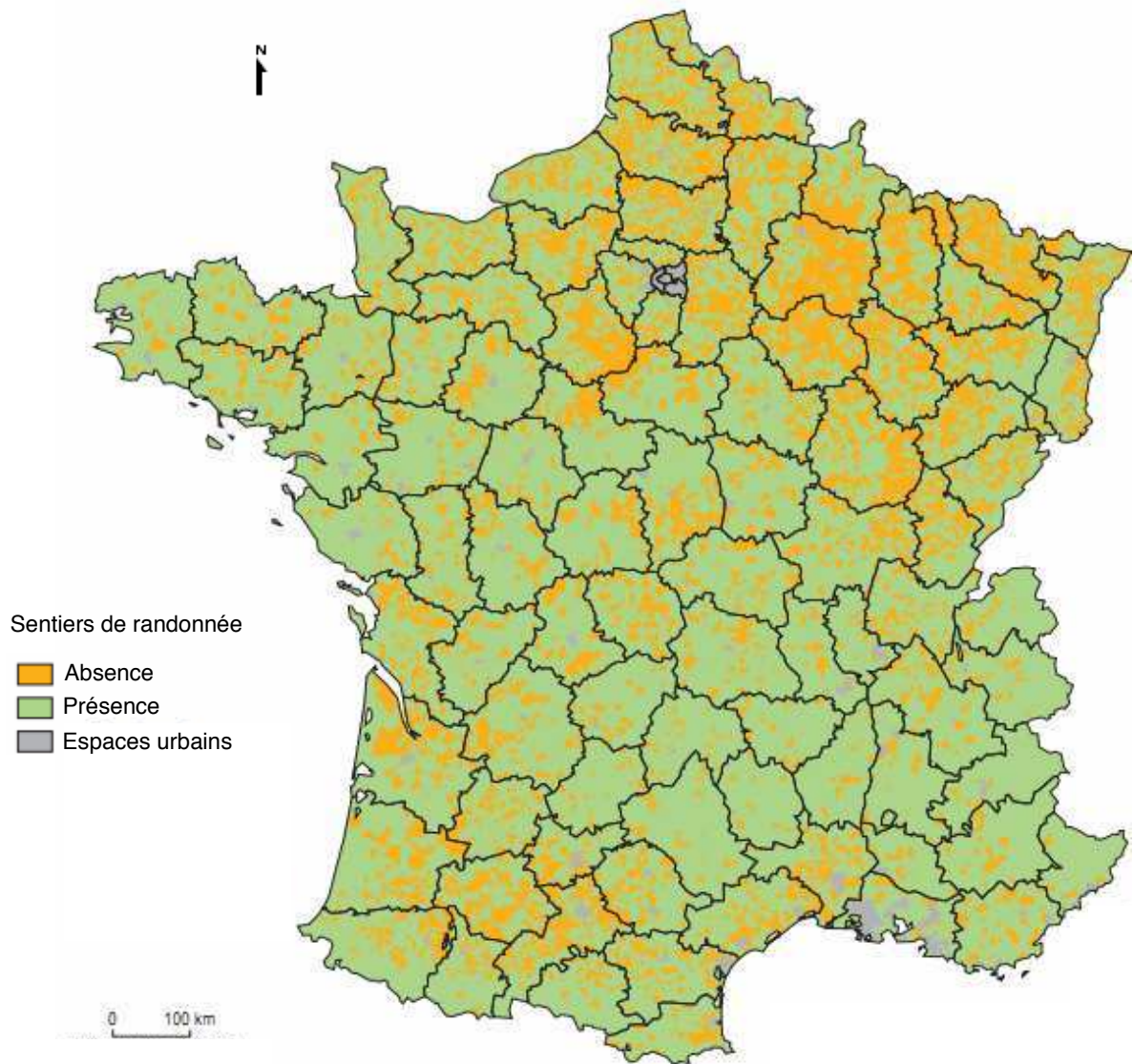
**Annexe 9 :** Corrélation statistique entre la densité spatiale d'hébergements touristiques (campings et hôtels classés) et les entrepreneurs des sports de nature par commune en Ardèche en 2010 (339 communes représentées dans le graphique de corrélation)



**La dépendance n'est pas significative.**

Equation de la droite de régression :  $SN\ Totaux = 0,09 * Densité\ touristique + 0,22$   
Coefficient de corrélation : +0,37 (Densité touristique explique 13% de la variance de SN Totaux)  
Ecart-type du coefficient de régression : 0,01

**Annexe 10 - Carte 30 : Présence ou absence d'itinéraires de promenade et de randonnée pédestre en France en 2007**



Source : Mao, Bourdeau, 2008a

**Annexe 11 :** Tableaux synthétiques détaillant les entretiens auprès des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche.

Chaque tableau détaille des indicateurs différents pour les 17 prestataires rencontrés.

Identifiant de l'entretien	Commune d'exercice	Origine "Locale"	Activité principale	Logique de qualification	Activité principale	Activités complémentaires	Fourni du matériel
N°1	Les Vans	Non	Escalade, Canyon	Sportif hédoniste	Gestion administrative d'un établissement sportif	Encadrement, Secrétaire national du SNAPEC, Formatrice au CREPS de Vallon Pont d'Arc	Oui
N°2	Aubenas	Non	Randonnée	Ecologiste/Naturaliste	En cadrement	Secrétaire départemental du SNAMM	Non
N°3	Saint Montan	Oui	Spéléo, Canyon	Sportif hédoniste	Encadrement	Aucune	Oui
N°4	Largentière	Non	Spéléo, Canyon	Réglementaire	Encadrement	Aucune	Oui
N°5	Grospièrres (le long d'un axe routier principal)	Non	Cyclisme	Technicien et réglementaire	Gestion d'un magasin	Vente et location de matériel (cycles et motocycles)	Oui
N°6	Vallon-Pont-d'Arc (centre-ville)	Non	Escalade, Canyon	Sportif hédoniste	Encadrement	Aucune	Oui
N°7	Darbres	Non	Randonnée	Ecologiste/Naturaliste	En cadrement	Aucune	Non
N°8	Vallon-Pont-d'Arc (centre-ville)	Non	Escalade, Canyon	Sportif hédoniste	Encadrement	Aucune	Oui
N°9	Vallon-Pont-d'Arc (centre-ville)	Non	Multi-activité	Sportif hédoniste	Gestion administrative d'un établissement sportif	Aucune	Oui
N°10	Saint Gineys en Coiron	Non	Randonnée	Naturaliste réglementaire	Encadrement	Vacataire dans un collège (biologie), Vente de produits locaux naturels	Non
N°11	Vallon Pont d'Arc	Oui	Cyclisme	Sportif réglementaire	Employé communal (cantonnier)	Encadrement, Président du Vélo-club-vallonais	Non
N°12	Ucel	Oui	Cyclisme	Sportif réglementaire	Gérant d'un camping	Encadrement touristique et de stagiaires du CREPS	Oui
N°13	Rochemaure	Non	Escalade, Canyon	Réglementaire	Gestion d'une SAE	Encadrement	Non
N°14	Montreal	Non	Spéléo, Canyon	Sportif hédoniste	Encadrement	Encadrement d'élèves d'un collège voisin	Oui
N°15	Aubenas	Oui	Canyon, Spéléo	Sportif entrepreneur	Travaux acrobatiques	Encadrement	Oui
N°16	Largentière	Non	Escalade, Canyon	Sportif californien	Encadrement	Surveillant dans un collège	Non
N°17	Rochemaure	Non	Escalade, Trekk, Alpinisme	Sportif californien	Encadrement	Formation sportive de nature, Gestion administrative d'un établissement sportif	Non

Identifiant de l'entretien	Statut actuel (activité d'encadrement)	Temporalité (activité d'encadrement)	Territorialisation	Echange avec un ou des entrepreneurs des sports de nature	Echange avec un ou des producteurs touristiques	Déclare officiellement son activité
N°1	Indépendant	Plus d'activité d'encadrement	Sur-territorialisé	Non	Oui	Oui
N°2	Indépendant	Annuelle	Sur-territorialisé	Leriche	Non	Oui
N°3	Gérant seul	Annuelle	Fortement territorialisé	Roux	Oui	Oui
N°4	Indépendant	Saisonnaire (courte)	De-territorialisé	Non	Non	Non
N°5	Indépendant salarié	Saisonnaire	Territorialisé	Lyeris	Oui	Oui
N°6	Gérant associé	Annuelle	Sur-territorialisé	Guillaud, Le Bihan	Oui	Oui
N°7	Indépendant	Annuelle	De-territorialisé	Berthe, autres	Non	Oui
N°8	Gérant associé	Saisonnaire (allongée)	Sur-territorialisé	Gerault, Le Bihan	Oui	Oui
N°9	Salarié	Annuelle (3/4 temps à l'année)	A-territorial	Gérault, Guyaud	Oui	Oui
N°10	Indépendant	Annuelle	De-territorialisé	Berthe	Oui	Non
N°11	Indépendant	Annuelle (ponctuelle)	Territorialisé	Gayral	Non	Oui
N°12	Indépendant salarié	Saisonnaire (ponctuelle)	Territorialisé	Non	Oui	Oui
N°13	Indépendant salarié	Annuelle (ponctuelle)	Territorialisé	Non	Non	Oui
N°14	Indépendant	Saisonnaire (allongée)	De-territorialisé	Non	Oui	Oui
N°15	Gérant seul	Saisonnaire	Fortement territorialisé	Bransolle	Oui	Oui
N°16	Salarié	Saisonnaire	A-territorial	Ouvert	Non	Non
N°17	Indépendant	Annuelle (ponctuelle)	A-territorial	Non	Non	Oui

Identifiant de l'entretien	Différence par rapport au tarif du Syndicat	Clientèle(s)	Prestation à l'étranger	Perception de l'action du comité sportif	Participe actuellement aux instances de gestion concertée	Est censé participer aux instances de gestion locales	Membre d'un syndicat national
N°1	Aucune	Touriste	Oui	Identifié (désaccord)	Non	Non	SNAPEC
N°2	Aucune	Excursionniste	Non	Aucune	Oui	Oui	SNAMM
N°3	Oui (ajustement touristique vers le haut)	Touriste	Oui	Identifié (désaccord)	Non	Oui (via ProSport Nature 07)	SNSPC
N°4	Forte (subie et liée au coût de l'assurance professionnelle)	Touriste	Oui	Identifié (non concerné)	Non	Non	SNGM
N°5	Aucune	Touriste	Oui	Identifié (non concerné)	Non	Oui (représentant des pratiques motorisées)	MCF
N°6	Aucune	Touriste, jeunes en difficulté	Oui	Identifié (désaccord)	Oui	Oui (via ProSport Nature 07)	SNAPEC
N°7	Aucune	Touriste, excursionniste	Non	Identifié (non concerné)	Non	Non	SNAMM
N°8	Aucune	Touriste	Oui	Identifié (désaccord)	Oui	Oui (via ProSport Nature 07)	SNAPEC
N°9	Oui (ajustement touristique vers le haut)	Touriste	Non	Identifié (non concerné)	Non	Non	Non
N°10	Aucune	Excursionniste, scolaire	Non	Identifié (non concerné)	Non	Non	SNAMM
N°11	Aucune	Scolaire	Non	Identifié (non concerné)	Non	Non	MCF
N°12	Aucune	Touriste	Non	Identifié (non concerné)	Non	Non	MCF
N°13	Aucune	Scolaire, associatif	Oui	Identifié (non concerné)	Oui	Non	SNAPEC
N°14	Aucune	Touriste	Non	Identifié (non concerné)	Non	Non	SNSPC
N°15	Oui (ajustement touristique vers le haut)	Touriste (uniquement étrangers)	Oui	Identifié (non concerné)	Oui	Oui	SNSPC
N°16	Oui (ajustement touristique vers le haut)	Touriste	Non	Utile	Non	Non	SNAPEC
N°17	Faible (subie et liée au coût de l'assurance professionnelle)	Touriste	Oui	Identifié (non concerné)	Non	Non	SNGM

Identifiant de l'entretien	Membre d'un "syndicat" local	Micro-mentalité en tant qu'entrepreneurs des sports de nature (Bouhaouala, 2008)
N°1	Non	Entrepreneur Indépendant
N°2	Non	Indépendant passionné
N°3	Oui, ProSports Nature 07 (président)	Indépendant passionné
N°4	Non	Indépendant passionné
N°5	Non	Entrepreneur Indépendant
N°6	Non (mais proche de ProSports Nature 07)	Entrepreneur Indépendant
N°7	Non	Indépendant passionné
N°8	Non (mais proche de ProSports Nature 07)	Entrepreneur Indépendant
N°9	Oui, ProSports Nature 07 (trésorier)	Manager gestionnaire
N°10	Non	Indépendant passionné
N°11	Non	Indépendant passionné
N°12	Non	Conservateur patrimonial
N°13	Non	Manager gestionnaire
N°14	Non	Indépendant passionné
N°15	Non	Conservateur patrimonial
N°16	Non	Indépendant passionné
N°17	Non	Entrepreneur indépendant

## Annexe 12 :

Composition de la C.D.E.S.I. de l'Ardèche en 2012 :

Collège n° 1 - INSTITUTIONNELS
Représentant du Conseil Régional
Vice Président du Conseil Général Chargé du développement durable et de L'Environnement
Vice Président du Conseil Général Chargé du Tourisme
Représentant du Conseil Général
Représentant Pays Ardèche Méridionale
Représentant Pays Ardèche Verte
Représentant Pays Centre Dr <sup>e</sup> e Ardèche
Représentant Pays Dr <sup>e</sup> e des Collines
Représentant Syndicat Intercommunal Ardèche Claire
Représentant du PNR des Monts d'Ardèche
Directeur Départemental de l'Agriculture et de la Forêt - Représentant de l'État
Directeur Départemental de l'Équipement de l'Ardèche Représentant de l'État
Directeur Départemental de la Jeunesse et des Sports - Représentant de l'État

Collège n° 2 - ACTEURS DU SECTEUR SPORTIF
Représentant du Comité Départemental Olympique et Sportif
Représentant du Mouvement Sportif - comité de Randonnée Pédestre
Représentant du Mouvement Sportif - comité de Canoé- Kayak
Représentant du Mouvement Sportif - comité de Vol Libre
Représentant du Mouvement Sportif - comité de Montagne et d'Escalade
Représentant du Mouvement Sportif - comité de motocyclisme
Représentant du Mouvement Sportif - comité de Spéléologie
Représentant du Mouvement Sportif - comité UFOLEP/USEP
Représentant du Comité Départemental Handisport Ardèche
Personnalité sports de nature
Représentant Universitaire CERMOSEM
Représentant d'organisme de formation CREPS Rh <sup>e</sup> -Alpes
Organisateurs d'événementiel Sportif de Nature

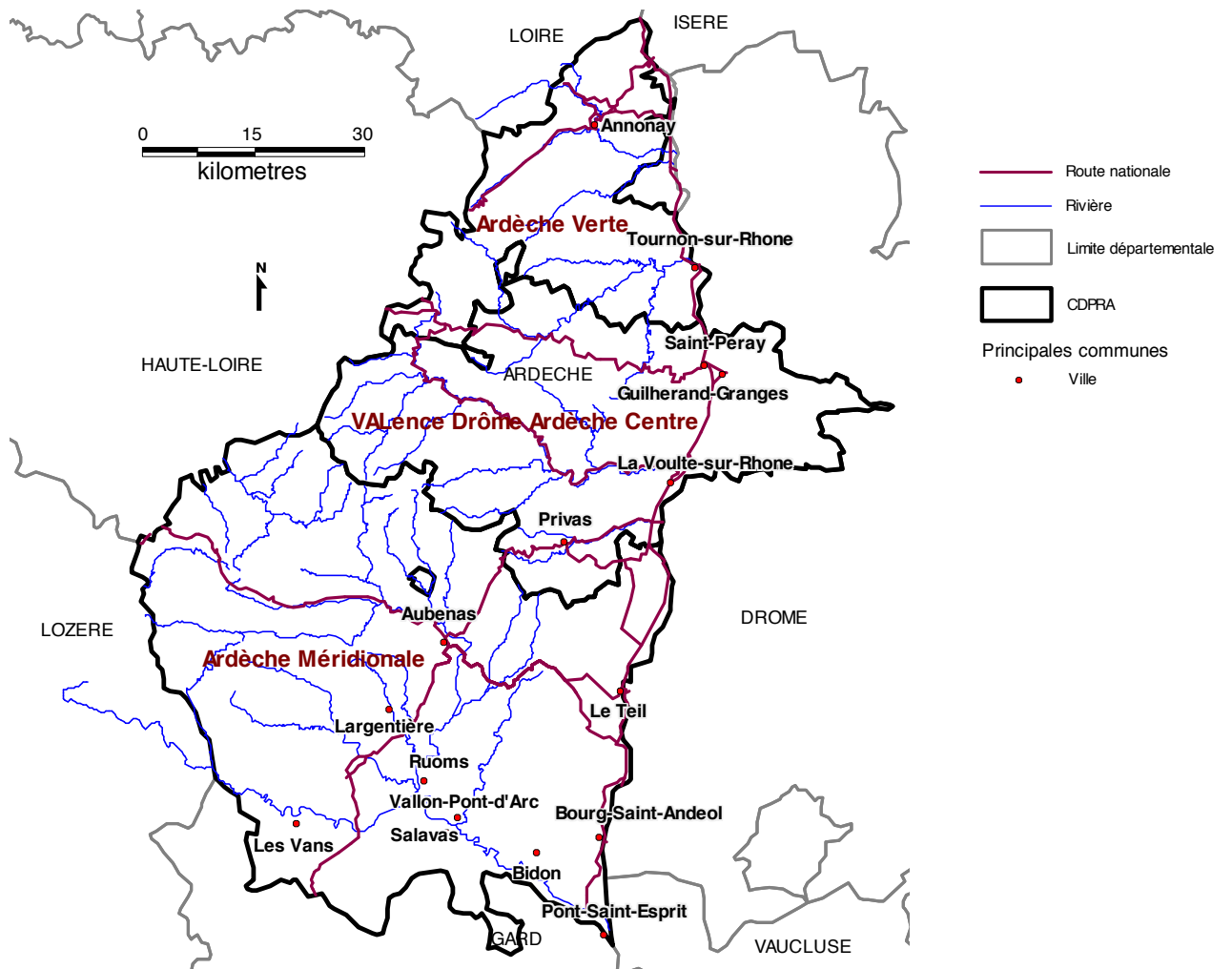
Collège n° 3 - AUTRES ACTEURS DU DEVELOPPEMENT DURABLE
Représentant du Agence de Développement du Tourisme
Représentant de l'association Loisirs Nature Ardèche
Représentant de la Chambre de Commerce et d'Industrie Ardèche Méridionale
Représentant de la Chambre d'Agriculture de l'Ardèche
Représentant du Syndicat des Accompagnateurs Moyenne Montagne de l'Ardèche (SNAMM) - Remplacé par Prosport 07
Représentant des Loueurs d'embarcations
Représentant de la Fédération Rh <sup>e</sup> -Alpes de Protection de la Nature section Ardèche (FRAPNA)
Représentant du Syndicat inter départemental des Propriétaires Forestiers Sylviculteurs
Représentant de la Fédération des Chasseurs de l'Ardèche
Représentant de la Fédération pour la Pêche et la Protection du milieu aquatique de l'Ardèche
Représentant d'un établissement scolaire Collège APPN
Union Départementale Association Familiale Remplacé par : Office National de la Chasse et de la Faune Sauvage
Représentant de l'Association Patrimoine Vivarois

Source : Langenbach, 2012



**Annexe 13 :**

Carte 31 : Comité Départemental de Pays Rhône-Alpes du département de l'Ardèche en 2010



Source : I.G.N., 2011 ; Région Rhône-Alpes, 2010  
Réalisation : Langenbach, 2012

## **Annexe 14 :**

Les 10 « fiches actions » du Schéma Départemental de développement maîtrisé des Loisirs Sportifs de Nature du Département de l'Ardèche 2006-2009 :

- Action 1 : développement d'un outil cartographique (SIG)¶
- Action 2 : institutionnalisation des CDESI/PDESI¶
- Action 3 : encourager la création et l'entretien des Espaces, Sites et Itinéraires (ESI),
- ¶Action 4 : développer un volet « concertation et médiation »¶
- Action 5 : approche environnementale de la démarche CDESI/PDESI¶
- Action 6 : sécurité des pratiquants et la prévention des risques¶
- Action 7 : accompagnement du mouvement sportif de nature¶
- Action 8 : sensibilisation des publics à la pratique sportive (aide aux manifestations sportives),
- Action 9 : structuration des professionnels des sports de nature¶
- Action 10 : observatoire du tourisme par l'Agence de Développement Touristique de l'Ardèche.

# Sommaire détaillé

Remerciements .....	3
Sommaire général .....	5
Introduction générale.....	7
<b>Partie 1. Vers une mise en marché des sports de nature .....</b>	<b>33</b>
<b>Chapitre 1. La notion de sports de nature : de la pratique à l'activité économique .....</b>	<b>36</b>
1.1. Le développement récent des activités de sports de nature : de la récréation à la récréation de territoires .....	37
1.1.1. Terminologie et qualification des sports de nature .....	38
1.1.2. Une approche géoéconomique des sports de nature .....	39
1.2. Le loisir et les sports de nature : un désir d'altérité en commun .....	40
1.3. Le tourisme et les sports de nature : produit touristique et tourisme sportif.....	43
1.3.1. Du tourisme au produit touristique .....	44
1.3.2. Le tourisme et la nature .....	46
1.4. Sports traditionnels et sports de nature .....	46
1.4.1. Du jeu au sport : éléments de cadrage de la pratique sportive.....	47
1.4.2. Les sports dans la nature.....	48
<b>Chapitre 2. La mise en marché des sports de nature.....</b>	<b>54</b>
2.1. L'économie des sports de nature dans l'économie touristique des espaces ruraux ....	57
2.2. Le développement des marchés des sports de nature.....	58
2.3. Développement du marché de l'encadrement professionnel dans les sports de nature .....	59
2.4. Développement du marché des matériels et des équipements sportifs de nature .....	60
2.5. La mise en marché de l'image sportive dans les sports de nature .....	62
<b>Chapitre 3. Les acteurs de l'économie locale des sports de nature en territoire rural..</b>	<b>66</b>
3.1. Les entrepreneurs de l'encadrement des sports de nature.....	67
3.1.1. Les logiques de distribution de l'encadrement professionnel et marchand des sports en France .....	71
3.1.2. Les cadres socio-économiques de l'activité marchande d'encadrement dans les sports de nature .....	80
3.1.3. La composition de la filière d'encadrement marchande des sports de nature en territoire rural.....	83
3.2. Les équipementiers des sports de nature.....	87
3.3. Les prestataires de services commerciaux en Ardèche.....	92
3.4. Les syndicats de professionnels et les regroupements de filières .....	95
3.5. Les acteurs publics, institutionnels et intermédiaires face aux sports de nature.....	106
3.5.1. Les collectivités territoriales face aux sports de nature .....	107
3.5.1.1. Le département : un acteur central du développement maîtrisé des sports de nature .....	108
3.5.1.2. Les sports de nature dans les projets de territoire.....	109
3.5.2. Les institutions fédérales face aux sports de nature.....	111
3.5.3. Les structures intermédiaires et locales entre les collectives territoriales et les institutions sportives dans la gestion des sports de nature.....	112

<b>Partie 2. Les espaces touristiques et ruraux : une différenciation par l'économie des sports de nature .....</b>	<b>118</b>
<b>Chapitre 4. Une analyse de la localisation des sites sportifs de nature en Ardèche : d'une logique de répartition non-marchande vers une logique marchande ?.....</b>	<b>128</b>
4.1. Les espaces des sports de nature .....	128
4.1.1. Les itinéraires, les sites et les espaces de pratique des sports de nature .....	131
4.1.2. Caractéristiques géographiques des espaces, des sites et des itinéraires sportifs de nature .....	133
4.1.3. La répartition des sites sportifs de nature en France.....	135
4.1.4. Les espaces sportifs de nature en Ardèche .....	142
4.2. Les sites sportifs de nature face à la demande récréative en Ardèche .....	145
4.2.1. Introduction historique à la fréquentation touristique de l'Ardèche.....	148
4.2.2. Le tourisme actuel en Ardèche .....	150
4.2.3. La fréquentation touristique en Ardèche .....	151
4.2.4. Dépasser la fréquentation touristique : la population présente en Ardèche.....	155
4.3. Approche croisée des logiques spatiales des espaces sportifs de nature et du tourisme en Ardèche .....	159
4.3.1. Les espaces sportifs des activités terrestres en Ardèche.....	159
4.3.2. Les espaces sportifs des activités aquatiques en Ardèche .....	162
4.3.3. Les espaces sportifs verticaux en Ardèche .....	165
<b>Chapitre 5. Les espaces des professionnels de l'encadrement dans les sports de nature en Ardèche .....</b>	<b>170</b>
5.1. La localisation des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche.....	170
5.2. Les logiques spatiales de répartition des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche : plusieurs formes de dépendance aux sites de pratique .....	176
5.1. Les logiques spatiales de répartition des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche : logiques touristiques.....	187
5.2. Les logiques spatiales de répartition des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche : logiques présentesielles .....	191
<b>Chapitre 6. D'une géoéconomie à une lecture par l'économie territoriale du tourisme sportif de nature en Ardèche.....</b>	<b>198</b>
6.1. Lecture géoéconomique des logiques spatiales de la marchandisation de l'encadrement sportif de nature .....	198
6.1.1. L'espace économique des sports de nature.....	200
6.1.2. Le coût de la distance dans les sports de nature marchands en Ardèche .....	203
6.1.3. L'ancrage local des sports de nature marchands et de leurs opérateurs en Ardèche .....	207
6.2. Des lieux de pratique aux territoires économiques des sports de nature .....	210
6.3. Le territoire face au marché des sports de nature en Ardèche : une analyse de la ressource territoriale .....	213
6.3.1. La notion de ressource territoriale dans les sports de nature .....	214
6.4. Analyse multivariée de la ressource territoriale sportive de nature en Ardèche.....	217
6.4.1. Analyse cartographique et quantitative des actifs territoriaux des sports de nature en Ardèche .....	221
6.4.2. Les logiques spatiales concentriques de la ressource territoriale et du marché des sports de nature en Ardèche.....	227

6.5. Le rôle de la variable économique dans l'activation de la ressource territoriale sportive de nature en Ardèche .....	231
<b>Partie 3. Le système et le marché des sports de nature en territoire rural ..</b>	<b>239</b>
<b>Chapitre 7. L'utilisation des systèmes dans une géographie du marché des sports de nature .....</b>	<b>246</b>
7.1. Le système et la complexité .....	248
7.1.1. La complexité en géographie .....	249
7.1.2. Le système pour représenter la complexité.....	252
7.2. Le territoire comme système.....	256
7.3. Introduction du système dans les sports de nature : l'antériorité du système du tourisme .....	260
7.4. Le système du tourisme .....	262
<b>Chapitre 8. Le système économique territorialisé des sports de nature .....</b>	<b>267</b>
8.1. Les formes d'organisation du système économique .....	269
8.1.1. Le district industriel.....	269
8.1.2. Le système productif local.....	271
8.1.3. Le milieu innovateur .....	273
8.2. Les structures du tissu productif des sports de nature en Ardèche .....	275
8.3. L'interaction et la coordination entre les acteurs de l'économie des sports de nature en Ardèche .....	277
8.4. L'apprentissage et la dimension collective de l'économie des sports de nature en Ardèche.....	284
8.5. Le système touristique localisé face aux sports de nature .....	290
8.5.1. Le concept de système touristique localisé.....	290
8.5.2. Le système touristique localisé en Ardèche : une clé de lecture analytique du fonctionnement territorial des sports aquatiques .....	293
<b>Chapitre 9. Le système social des acteurs et des entrepreneurs des sports de nature en territoire rural.....</b>	<b>298</b>
9.1. Le Système Culturel Localisé .....	299
9.2. Approche de l'économie des sports de nature en Ardèche par le Système Culturel Localisé .....	301
9.3. L'offre locale socialisée et le marché des sports de nature.....	307
9.4. Approche par l'offre locale socialisée du marché des sports de nature en Ardèche.	308
<b>Chapitre 10. Le système administratif dans la structuration du marché du tourisme sportif de nature .....</b>	<b>319</b>
10.1. La formalisation du système sportif de nature par la gestion collective et maîtrisée .....	320
10.1.1. La gestion maîtrisée dans le système sportif de nature.....	322
10.1.2. L'outil principal de la gestion concertée et locale : le Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires sportifs de nature .....	324
10.1.3. La Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires des sports de nature : une tentative institutionnelle de formalisation de l'informel.....	326
10.1.3.1. La répartition spatiale des C.D.E.S.I. en France : une lecture des enjeux touristiques et sportifs de nature .....	327
10.1.3.2. L'intégration des entrepreneurs des sports de nature dans les C.D.E.S.I. : une lecture des enjeux locaux de l'économie du tourisme sportif de nature .....	330
10.2. La C.D.E.S.I. de l'Ardèche .....	334

10.2.1. La C.D.E.S.I. de l'Ardèche : des spécificités structurelles historiques, liées à l'économie touristique .....	335
10.2.2. La C.D.E.S.I. de l'Ardèche dans la structuration du marché du tourisme sportif de nature .....	337
10.2.3. La formalisation du système économique local des sports de nature entre les entrepreneurs et les membres institutionnels de la C.D.E.S.I. en Ardèche .....	346
<u>Conclusion générale .....</u>	<u>354</u>
<u>Bibliographie générale .....</u>	<u>368</u>
<u>Annexes 389</u>	
<u>Sommaire détaillé.....</u>	<u>407</u>
<u>Index des abréviations .....</u>	<u>411</u>
<u>Index des illustrations.....</u>	<u>413</u>

## Index des abréviations

A.F.I.T. : Agence Française d'Ingénierie Touristique  
B.A.P.A.A.T. : Brevet d'Aptitude Professionnelle d'Assistant animateur Technicien  
B.E.E.S. : Brevet d'Etat d'Educateur Sportif  
C.D.T. : Comité Départemental du Tourisme  
C.D.E.S.I. : Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires sportifs  
C.D.F.F.M.E. : Comité Départemental de la Fédération Française de la Montagne et de l'Escalade  
C.D.O.S. : Comité Départemental Olympique et Sportif  
C.D.P.R.A. : Comité de Développement de Pays en Rhône-Alpes (ex C.D.R.A.)  
C.G. : Conseil Général  
C.I.T. : Culture, Innovation et Territoire  
C.N.A.P.S. : Conseil National des Activités Physiques et Sportives  
C.N.O.S.F. : Comité National Olympique et Sportif Français  
C.Q.C. : Certificat de Qualification Complémentaire  
C.R.E.P.S. : Centre Régionale d'Education Populaire et de Sport  
C.R.O.S. : Comité Régional Olympique et Sportif  
D.A.T.A.R. : Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale  
D.E.U.G. : Diplôme d'Etudes Universitaires Supérieures  
D.D.C.S.P.P. : Direction Départementale de la Cohésion Sociale et de la Protection des Populations  
D.D.J.S. : Direction Départementale de la Jeunesse et du Sport  
D.R.D.J.S. : Direction Régionale et Départementale de la Jeunesse et du Sport  
E.P.C.I. : Etablissement Public de Coopération Intercommunale  
E.S.I. : Espaces, Sites et Itinéraires sportifs  
E.T.P. : Equivalent Temps Plein  
F.F.C. : Fédération Française de Cyclisme  
F.F.C.T. : Fédération Française de Cyclo-Tourisme  
F.I.F.A.S. : Fédération Française des industries du sport et des loisirs  
F.N.C.A.S.L. : Fédération Nationale du Commerce des Articles de Sports et de Loisirs  
F.P.S. : Fédération Professionnelle des entreprises du Sport  
F.T.T. : Fauteuil Tout Terrain  
G.R. : Chemin de Grande Randonnée  
G.R.P. : Chemin de Grande Randonnée de Pays  
I.N.S.E.E. : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques  
I.N.S.E.P. : Institut National du Sport et de l'Education Physique  
I.N.R.A. : Institut National de la Recherche Agronomique  
L.N.A. : Loisirs Nature Ardèche  
L.O.A.D.D.T. : Loi d'Orientation et d'Aménagement du Développement Durable des Territoires  
M.C.F. : Moniteurs Cyclistes Français  
M.I.T. : Mobilités, Itinéraires, Tourisme  
M.I.T.R.A. : Mission d'Ingénierie Touristique – Rhône-Alpes  
M.S.J.S. : Ministère de la Santé, de la Jeunesse et des Sports  
O.D.I.T. : Observation, Développement et Ingénierie Touristique  
O.L.S. : Offre Locale Socialisée  
O.M.T. : Organisation Mondiale du Tourisme  
P.A.F. : Parcours Acrobatiques en Forêt

P.D.E.S.I. : Plan Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires sportifs  
 P.D.I.P.R. : Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée  
 P.E. : Petite Entreprise  
 P.N.R. : Parc Naturel Régional  
 P.S.N. 48 : ProSport Nature Lozère  
 R.E.S. : Recensement des Equipements Sportifs  
 R.G.P. : Recensement Général de Population  
 R.N.G.A. : Réserve Naturelle des Gorges de l'Ardèche  
 S.C.L. : Système Culturel Localisé  
 S.D.T. : Suivi de la Demande Touristique  
 S.E.S.N.L. : Système Economique, Sportif de Nature Localisé  
 S.G.G.A. : Syndicat de Gestion des Gorges de l'Ardèche  
 S.I.C. : Système d'Ingénierie Culturel  
 S.I.G. : Système d'Information Géographique  
 S.I.R.E.N.E. : Système national d'Identification et du Répertoire des ENTreprises et de leurs Etablissements  
 S.N.A.P.E.C. : Syndicat National des Professionnels de l'Escalade et du Canyoning  
 S.N.A.M.M. : Syndicat National des Accompagnateurs de Moyenne Montagne  
 S.N.G.M. : Syndicat National des Guides de Montagne  
 S.N.G.P. – C.K.D.A. : Syndicat National des Guides Professionnels de Canoë-Kayak et des Disciplines Associées  
 S.N.P.S.C. : Syndicat National des Professionnels de la Spéléologie et du Canyoning  
 S.P.L. : Système Productif Localisé  
 S.T.A.P.S. : Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives  
 S.T.L. : Système Touristique Localisé  
 T.A.C.T. : Territoire d'Accueil et de Consommation Touristique  
 T.P.E. : Très Petite Entreprise  
 U.C.P.A. : Union nationale des Centres sportifs de Plein Air  
 U.N.S.A. : Union Nationale des Syndicats Autonomes  
 U.M.R. : Unité Mixte de Recherche  
 U.T.P.N. : Unité Touristique de Pleine Nature  
 V.T.C. : Vélo Tout Chemin  
 V.T.T. : Vélo Tout Terrain



## Index des illustrations

### Table des cartes :

Carte 1 : Relief, voies de communication et principaux ensembles topographiques du département de l'Ardèche en 2010.....	19
Carte 2 : Part des professionnels sportifs de nature et traditionnels dans les professionnels sportifs totaux en France en 2003.....	74
Carte 3 : Part des professionnels sportifs de nature et traditionnels dans les professionnels sportifs totaux en France en 2009.....	74
Carte 4 : Évolution de la part d'éducateurs sportifs de nature dans l'effectif total des éducateurs sportifs par département, entre 2003 et 2009.....	76
Carte 5 : Taux de pénétration des professionnels de l'encadrement des sports de nature en France en 2009.....	77
Carte 6 : Evolution du nombre de professionnels des sports de nature en France entre 2003 et 2009.....	78
Carte 7 : Répartition départementale des professionnels des sports de nature adhérents aux syndicats nationaux en 2010.....	99
Carte 8 : Représentativité totale des syndicats de professionnels de la spéléologie, de l'escalade et du cyclisme par département en 2009.....	101
Carte 9 : Représentativité de chacun des trois principaux syndicats sportifs de nature par département en 2009.....	103
Carte 10 : Répartition des professionnels de la spéléologie, du cyclisme et de l'escalade par département en 2009.....	104
Carte 11 : Les espaces sportifs de nature par département en France en 2010.....	137
Carte 12 : Densité départementale d'ESI par habitant en France en 2009.....	139
Carte 13 : Localisation des espaces sportifs de nature par famille et répartition de la population en Ardèche en 2009.....	141
Carte 14 : Les hébergements touristiques par commune et par type en Ardèche en 2010....	154
Carte 15 : Taux de population présente maximum par rapport à la population résidente par département français en 2005.....	157
Carte 16 : Les espaces sportifs des activités terrestres et les hébergements touristiques en Ardèche en 2010.....	160
Carte 17 : Les espaces sportifs des activités aquatiques et les hébergements touristiques en Ardèche en 2010.....	163
Carte 18 : Les espaces sportifs des activités verticales et les hébergements touristiques en Ardèche en 2010.....	166
Carte 19 : Répartition spatiale des entrepreneurs des sports de nature en Ardèche, par famille d'activités et en 2010.....	171
Carte 20 : Représentativité professionnelle des syndicats de l'escalade, du cyclisme et de la spéléologie en Ardèche en 2010.....	174
Cartes 21, 22 et 23 : La répartition spatiale des professionnels de l'encadrement des sports de nature et des espaces de pratique en Ardèche en 2009 par famille d'activités.....	180
Carte 24 : Localisation des éducateurs sportifs de nature en Ardèche par famille de pratique face aux hébergements touristiques, par commune en 2009.....	188
Carte 25 : Répartition de la densité de population en Ardèche en 2008.....	194
Carte 26 : Répartition des professionnels des sports en Ardèche en 2009.....	194
Carte 27 : Différence de prix de vente par rapport à la moyenne des prestations sportives de nature par commune en Ardèche en 2008.....	206

Carte 28 : Typologie des communes ardéchoises selon les ressources territoriales activées dans le domaine des sports de nature (2010-2011).....	223
Carte 29 : Etat d'avancement des démarches de gestion concertée des sports de nature (novembre 2010).....	328

**Table des figures :**

Figure 1 : Schéma synoptique de présentation de la démarche de recherche.....	24
Figure 2 : Organisation générale et détaillée de la thèse.....	31
Figure 3 : Schéma simplifié de l'organisation institutionnelle des sports de nature en France.....	113
Figure 4 : Corrélations entre le nombre de professionnels des sports de nature et des sports traditionnels par commune en Ardèche en 2009.....	192
Figure 5 : Organisation du continuum spatial dans les modes de valorisation des ressources territoriales sportives de nature en territoire rural.....	225
Figure 6 : Organisation spatiale schématisée des communes d'Ardèche selon les modes d'activation des ressources territoriales sportives de nature.....	229
Figure 7 : Synthèse des logiques concentriques entre centre touristique et périphéries rurales sportives de nature.....	229
Figure 8 : Evolution du poids des actifs territoriaux dans la construction des ressources territoriales sportives de nature des quatre principales classes de communes touristiques et sportives en Ardèche et suivant le gradient spatial présenté.....	230
Figure 9 : Schéma de corrélations entre la ressource territoriale sportive de nature des communes d'Ardèche et les actifs territoriaux qui la composent (2010-2011).....	232
Figure 10 : Schéma de corrélations entre l'économie locale et sportive de nature des communes d'Ardèche et les actifs territoriaux qui l'influencent (2010-2011).....	234
Figure 11 : Schématisation de l'espace interne au système.....	254
Figure 12 : Schématisation de l'espace externe au système.....	254
Figure 13 : Schématisation de l'environnement du système.....	255
Figure 14 : Le système territoire : un ensemble de sous-systèmes en interrelation.....	259
Figure 15 : Le système territorial et le système touristique.....	264
Figure 16 : Système productif local de l'activité du canoë-kayak dans les Gorges de l'Ardèche.....	282
Figure 17 : Territoire culturel et pôles structurants le système culturel localisé en Ardèche.....	305
Figure 18 : Système de régulation de l'offre locale socialisée.....	312
Figure 19 : Relations entre les prestataires composant l'offre locale de sports de nature en Ardèche.....	313
Figure 20 : Le rôle des pratiquants des sports de nature marchands dans le système territorial.....	357
Figure 21 : Modélisation du Système Economique Sportif de Nature Localisé de l'Ardèche.....	362

**Table des graphiques :**

Graphique 1 : Nombre de professionnels des sports traditionnels et des sports de nature en France en 2003 et 2009.....	73
Graphique 2 : Répartition des professionnels des sports traditionnels et des sports de nature en France en 2003 et 2009.....	73

Graphique 3 : Répartition des professionnels de l'encadrement dans les sports de nature en France, dans la région Rhone-Alpes et en Ardèche par famille d'activités en 2009.....	84
Graphique 4 : Nombre de professionnels des sports de nature en Ardèche par famille d'activités en 2009.....	85
Graphique 5 : Les entreprises productives de la filière des sports de nature par département rhônalpin en 2006.....	91
Graphique 6 : Nombre de prestataires de services sportifs commerciaux par type d'activité en Rhône-Alpes en 2006.....	92
Graphique 7 : Nombres et répartitions des prestataires de services commerciaux dans les départements rhônalpins et par type d'activité en 2009 hors sports d'hiver.....	93
Graphique 8 : Répartition du nombre d'espaces sportifs de nature en France en 2010 par activité.....	134
Graphique 9 : Evolution des parts des différents secteurs dans l'emploi total en Ardèche de 1989 à 2007.....	150
Graphique 10 : Parts régionales des nuitées et des hébergements touristiques dans les départements rhônalpins en 2008 (en %)......	152
Graphique 11 : Nombre d'espaces sportifs et de professionnels des sports de nature en Ardèche et ratio.....	201
Graphique 12 : Proportion des différents types de membres des C.D.E.S.I. instituées en 2008 en France (en %)......	332

**Table des tableaux :**

Tableau 1 : Evaluation du marché des principales familles d'articles de sport (en millions d'euros).....	89
Tableau 2 : Classification des communes d'Ardèche selon les ressources territoriales activées dans le domaine des sports de nature en 2010-2011.....	220
Tableau 3 : Structuration du système territorial du marché des sports de nature en milieu rural.....	243
Tableau 4 : Typologie des entrepreneurs touristiques et sportifs de nature selon leurs micro-mentalités.....	311
Tableau 5 : Structuration du système territorial du marché des sports de nature en territoire rural.....	350

**Tables des encadrés :**

Encadré 1 : Introduction méthodologique à l'observation d'un coefficient de corrélation...121	121
Encadré 2 : Les entretiens auprès des entrepreneurs des sports de nature.....	123
Encadré 3 : Extraits du Code du Sport concernant les espaces sportifs de nature.....	132
Encadré 4 : Extraits du Code du Sport concernant la gestion concertée des loisirs sportifs de nature.....	325
Encadré 5 : Extraits du Code du Sport concernant la C.D.E.S.I.....	331



Cette recherche s'attache à l'observation des dynamiques émergentes de développement économique des territoires ruraux, par le prisme de la marchandisation des activités récréatives. Elle propose alors de comprendre les effets de l'économie liée à l'activité des entrepreneurs de l'encadrement sportif de nature sur les systèmes territoriaux, touristiques et ruraux.

Les sports de nature sont des activités récréatives qui se sont dotées depuis quelques dizaines d'années d'une dimension commerciale et qui s'inscrivent désormais largement dans les territoires ruraux. Dès lors, les sports de nature constituent localement des filières professionnelles, suivant lesquelles les opérateurs se structurent, se localisent ou échangent dans le but de développer leurs activités. Celles-ci s'accompagneraient alors d'impacts économiques et territoriaux. Toutefois, ces retombées sont particulièrement complexes à discerner ou à évaluer, se diffusant ou se dissimulant suivant les caractéristiques socio-spatiales des sports de nature marchands. Des logiques spatiales puis territoriales apparaissent au sein même du marché du tourisme sportif de nature, si l'on observe le groupe des entrepreneurs de l'encadrement marchand représentant l'essentiel de l'offre commerciale de sports de nature en milieu rural.

Cette complexité sociale et territoriale, nous a conduit à détailler les effets des modes de structuration du marché du tourisme sportif de nature en milieu rural conditionnant "l'effet territoire", les avantages liés à la territorialisation des entrepreneurs, à la fois du côté : des systèmes productifs, des systèmes sociaux et des systèmes administratifs. Cette recherche se base sur l'exemple du département de l'Ardèche pour illustrer ces mécanismes socio-spatiaux. Nous utilisons ce terrain, dans l'objectif d'appuyer des logiques introduites à l'échelle nationale, que nous confirmons avec une étude approfondie du territoire de l'Ardèche. Nous avons recourt, pour cela, à une approche quantitative, statistique et cartographique d'un côté puis qualitative en s'appuyant sur des entretiens semi-directifs réalisés auprès d'un échantillon d'entrepreneurs des sports de nature, d'une part, puis des acteurs de la gestion locale concertée de ces activités, d'autre part. Cette démarche a pour objectif de confirmer les dynamiques quantitatives, observées en Ardèche avec des éléments issus des discours des acteurs et des opérateurs locaux des sports de nature.

Enfin, cette recherche pose les fondements du concept de système économique sportif de nature local. Celui-ci propose une modélisation des effets respectifs de l'espace (sous-système spatial) sur les acteurs du marché des sports de nature (sous-système des acteurs) en prenant l'exemple de l'Ardèche. La représentation des interactions entre ces sous-systèmes permet une lecture de la complexité du marché du tourisme sportif de nature. Ces interactions représentent, dans un sens les effets de ce marché sur le territoire, et de l'autre, l'avantage comparatif fournit par le territoire et la proximité entre ses acteurs.

