



HAL
open science

Le trail-running, un moyen de diversification touristique des destinations de moyenne montagne

Clémence Perrin-Malterre

► **To cite this version:**

Clémence Perrin-Malterre. Le trail-running, un moyen de diversification touristique des destinations de moyenne montagne. Thomas Riffaud; Nathalie Le Roux; Eric Perera. Tourisme sportif, territoires et sociétés. Actualités et enjeux., Elya Editions, 2021. hal-03625172

HAL Id: hal-03625172

<https://hal.science/hal-03625172>

Submitted on 30 Mar 2022

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.

Le trail-running, un moyen de diversification touristique des destinations de moyenne montagne

CLEMENCE PERRIN-MALTERRE

Depuis les années 1990, l'industrie du tourisme, « à la recherche du développement de nouveaux produits et de nouveaux marchés, poursuit une constante extension et adaptation vers des secteurs porteurs ou des niches économiques telles que les déclinaisons sportives » (Pigeassou, 1997, p. 24). Dans le même temps, le champ sportif, en acquérant une valeur économique sous ses différentes facettes, rencontre d'autres secteurs d'activités comme les loisirs corporels, le spectacle, l'événement ou encore les activités sportives de nature. Cette articulation entre sport et tourisme a été analysée sous le vocable « tourisme sportif ». Si les premières définitions du tourisme sportif (Gibson, 1998; Pigeassou, 2004) conditionnent son existence au déplacement et à son motif directement lié au sport en privilégiant une entrée par la demande, Bouchet et Bouhaouala (2009) proposent de prendre en compte les effets des activités sur les destinations touristiques et considèrent que la pratique d'un sport sur le lieu de villégiature, sans que celle-ci soit le motif principal du voyage (Gammon & Robinson, 2003), fait également partie du tourisme sportif. Dans cette perspective, le tourisme sportif devient une opportunité qui permet d'augmenter la consommation primaire des clientèles, et donc de créer de nouvelles sources de revenus pour les destinations touristiques. Ainsi, selon Sobry et Bouhaouala (2017), le tourisme sportif n'est pas une simple association entre deux secteurs (le sport et le tourisme) mais ces derniers s'utilisent mutuellement pour se renforcer économiquement. Il s'agit plutôt d'un domaine socio-économique à part entière constituant une opportunité de développement social et économique pour des destinations touristiques spécifiques, telle la montagne ou le littoral, à travers notamment les entreprises, les emplois et les investissements qu'il engendre. Bodin et al. (2009) précisent que l'émergence du tourisme sportif conduit à repenser la gestion à la fois du tourisme et du sport au sein des collectivités car, si auparavant les choses étaient clairement partagées, la satisfaction des touristes et la multiplication des demandes invitent à repenser l'accueil en articulant ces deux secteurs. Bouchet et Bouhaouala (2009) proposent également d'utiliser le terme de « tourisme sportif » pour les loisirs sportifs consommés en relation avec le secteur ou les territoires touristiques, même en l'absence de nuitée. Mao, Hautbois, et Langenbach (2009) montrent également que

les loisirs sportifs de nature constituent un secteur à part entière en lien étroit avec l'économie touristique.

Dans le cadre de ce chapitre nous nous intéressons au tourisme sportif actif (Pigeassou, 2004) qui repose sur la pratique de loisirs sportifs de nature dans les territoires de moyenne montagne. Il ne s'agit pas ici de classer les pratiquants et les touristes en fonction de leur manière de vivre leur expérience touristique (la performance vs la contemplation), mais d'analyser la manière dont les acteurs touristiques se saisissent de ces formes de pratiques dans un objectif de développement territorial. En effet, les sports de nature et le tourisme sportif actif participent au développement des territoires (Bull, 2004; Gibout, 2017; Higham, 2004; Weed & Bull, 2009) que ce soit sur le littoral ou en contexte insulaire (Naria & Sherwin, 2012; Richez & Richez-Battesti, 2004; Scol, 2006), en zone rurale (Drakakis & Papadaskalopoulos, 2014; Francis & Murphy, 2005; Pickel-Chevalier, 2015) ou de montagne (Bourdeau, Corneloup, & Mao, 2002). Pour la région Rhône-Alpes par exemple, le tourisme sportif de nature et de montagne est un des éléments structurants du territoire (Boutroy, Bourdeau, Mao, & Senil, 2012). Les sports de nature peuvent en effet contribuer à la diversification et au renouvellement de l'offre touristique des territoires (Bouchet & Bouhaouala, 2009; Jaccard, Bayle, & Langenbach, 2016; Radicchi, 2013) et à l'allongement de la saison touristique (Francis & Murphy, 2005). Désormais, les collectivités locales à la recherche de leviers de développement intègrent les sports de nature à leurs stratégies (Hautbois, 2004), même si les expériences ne sont pas forcément toujours concluantes (Haschar-Noé, 2008), notamment lorsque la population locale ne souhaite pas se saisir de cette opportunité (Costa & Chalip, 2005).

Dans le cadre de cette contribution, nous nous intéressons aux jeux des acteurs liés au processus de diversification touristique autour du trail-running à Saint-Pierre de Chartreuse et en Pays d'Alleverd. Pour comprendre ce processus, il s'agit d'analyser la manière dont les acteurs locaux utilisent le sport, se l'approprient et le transforment en fonction de leurs intérêts, notamment pour en faire une ressource touristique.

DIVERSIFICATION TOURISTIQUE ET ANALYSE ORGANISATIONNELLE

Afin d'analyser la manière dont les acteurs locaux se coordonnent pour entreprendre la diversification touristique de leur territoire, le cadre théorique de la sociologie de l'action organisée semble pertinent. En effet, il permet d'analyser la gouvernance d'une destination touristique, celle-ci pouvant être considérée comme un système touristique localisé (Marcelpoil & François, 2008) dans lequel des acteurs poursuivent leurs propres intérêts, mais doivent se coordonner (Friedberg, 1997) afin de permettre l'élaboration d'une organisation en une

destination. Ce cadre théorique permet également de comprendre la manière dont les acteurs de la destination font face à un problème commun, comme celui de la diversification touristique. Selon Friedberg (1997), si un « problème » est suffisamment important pour s'imposer à différents acteurs, ces derniers sont conduits à coordonner leurs actions pour essayer de le résoudre. Ils se trouvent alors dans une situation d'interaction. C'est justement l'objet de l'approche organisationnelle développée par Friedberg (1997, 31) que d'étudier les « processus d'organisation par lesquels sont façonnés, stabilisés et coordonnés les comportements et les interactions stratégiques d'un certain nombre d'acteurs dont l'interdépendance rend la coopération indispensable, mais qui gardent tous un degré d'autonomie ». Cette approche permet donc d'aborder le questionnement des interrelations entre les différents types d'acteurs du tourisme et les espaces qu'ils tentent de s'approprier (Violier, 1998). Selon les logiques d'action en présence et les jeux de pouvoir dominant, la forme de développement du territoire ne sera pas la même. Corneloup et al. (2001) montrent en effet qu'un espace touristique doit être vu comme un système au sein duquel des interactions se construisent entre des acteurs aux rationalités multiples. Ces derniers « qu'ils soient prestataires en loisir sportif, directeurs de station, responsables d'office de tourisme ou maires d'une commune touristique, présentent des conceptions différenciées du développement de la nature, de la clientèle, des relations avec les partenaires et des manières de vendre leur produit » (Corneloup et al., 2001, p. 21). En s'appuyant sur les travaux de Boltanski et Thévenot (1991), les auteurs ont mis en évidence huit formes de développement des espaces sportifs de nature se rapportant aux différentes cités identifiées.

Nous allons maintenant aborder les cas de Saint-Pierre de Chartreuse et du Pays d'Allevard.

LA STATION DE TRAIL DE SAINT-PIERRE DE CHARTREUSE

Saint-Pierre de Chartreuse, commune de 1 000 habitants en périphérie de l'agglomération grenobloise a pendant longtemps vécu de l'agriculture et du commerce du bois. L'histoire de son développement touristique est en grande partie liée à l'installation des moines chartreux. Ainsi, dès le XVIIIe siècle, les touristes pèlerins, attirés par la renommée du célèbre monastère ont commencé à affluer. Au début du XXe siècle, le tourisme continue de se développer grâce au soutien du Touring-Club de France puis à l'aménagement d'un domaine skiable. Cependant, cette station de moyenne montagne doit faire face à l'incertitude qui pèse sur la qualité de son enneigement en raison des évolutions climatiques (Richard, George-Marcelpoil, & Boudières, 2010) et à la concurrence des grandes stations de haute altitude. Les élus ont ainsi affiché une

volonté de s'engager dans une diversification touristique pour sortir « du tout neige » (Bourdeau, 2009), développer un « tourisme quatre saisons » et réussir à satisfaire au mieux les attentes de la clientèle, y compris celle de proximité.

Dans le même temps, l'entreprise Raidlight, spécialisée dans la fabrication de chaussures et de matériel pour le trail, cherchait un nouveau site d'implantation de son siège social pour être plus proche de ses clients-pratiquants, et à terme, créer un site de pratique avec des itinéraires balisés. Pour le gérant de Raidlight, il s'agissait également de s'implanter dans un secteur déjà touristique avec des infrastructures d'accueil et de développer le tourisme en faisant venir des sportifs pour pratiquer le trail. Il a alors trouvé un appui auprès des acteurs publics pour monter son projet de station de trail, concept qui réside sur l'utilisation de différents outils : des parcours de trail balisés aux niveaux de difficulté variés, un stade de trail avec des ateliers pour s'entraîner, une base d'accueil dans les locaux de l'entreprise comprenant douches et vestiaires, et un site Internet.

Si l'entreprise a d'abord sollicité la communauté de commune du Chartreuse Guiers, celle-ci s'est tournée vers la commune de Saint-Pierre de Chartreuse et le Parc Naturel Régional (PNR) afin de trouver un terrain répondant au cahier des charges très précis de Raidlight et permettre son installation. Le maire de la commune a souligné que le travail en partenariat avec les deux autres acteurs s'avèrerait payant pour valoriser le territoire et attirer des porteurs de projet. Les acteurs publics ont également coordonné leurs actions afin de mobiliser des sources de financement pour faciliter cette implantation et permettre la mise en place de la station de trail. Les acteurs publics disposent donc d'une pertinence (Friedberg, 1997) qui leur donne une capacité d'action leur permettant de négocier avec l'entreprise pour que le projet de station de trail soit bénéfique au développement touristique du territoire. Une association entre la mairie, le PNR de Chartreuse, Raidlight et Cartusiana (le bureau des accompagnateurs en montagne) a ensuite été créée pour gérer la station de trail, inaugurée au printemps 2011. Cette formalisation des relations contribue à augmenter le degré de structuration du contexte d'action (Friedberg, 1997). Les acteurs ont pu en tirer profit. Par exemple, l'arrivée de cette activité a permis à Cartusiana de créer une nouvelle offre de service. Les profits sont également économiques pour l'entreprise Raidlight avec l'augmentation de son chiffre d'affaires mais également pour la commune avec le développement touristique ou encore le développement d'un marketing territorial.

Cependant, la création de la station de trail n'a pas été sans engendrer des tensions et des conflits sur le territoire d'accueil. Il apparaît en effet que l'espace rural/montagnard comme espace récréatif entre en tension avec l'espace résidentiel et/ou productif des habitants (Mormont,

2006). C'est ainsi que sur un forum de discussion sur Internet, apparaissent des oppositions tranchées entre ceux qui dénoncent une marchandisation du territoire et ceux qui voient dans le projet de station de trail une opportunité de développement. On retrouve ici la dialectique entre espace perçu et espace vécu : « Vivre sur le territoire à l'année versus consommer le territoire comme un espace récréatif et contemplatif comme citoyen de proximité » (Savelli, 2012, p. 2). Mais surtout, le principal point de friction vient du rapport entre le mode de développement touristique basé sur une diversification touristique et celui qui valait jusqu'alors, centré sur la station et la saison hivernale. Celle-ci est en effet constitutive de la réalité territoriale de Saint-Pierre de Chartreuse (Coste & Lajarge, 2013) et la commune est encore largement tenue par d'anciennes familles et des habitants propriétaires bénéficiant directement des retombées économiques de la station. La forme traditionnaliste et conservatrice inscrite dans la cité domestique de Boltanski et Thévenot (1991) conserve une place importante dans la gestion de ce territoire sportif et touristique : « dans cette logique d'action, la conservation des traditions, la maîtrise du pouvoir local, le respect des ententes et des anciens prédominent » (Corneloup et al., 2001, p. 33). Dans ce cadre, l'arrivée d'un nouvel acteur économique qui risquerait de perturber les équilibres locaux n'est pas vu d'un bon œil par les acteurs traditionnels de la station, d'autant plus que le développement souhaité par l'entreprise s'inscrit dans la forme du marketing des services qui fait référence à la cité marchande de Boltanski et Thévenot (1991). Toutefois, il s'avère que la mise en place de la station de trail participe à l'attractivité, notamment touristique, du territoire. Selon une étude menée par l'office du tourisme en 2013, 85 % des commerçants de Saint-Pierre de Chartreuse affirment que l'implantation de la station de trail a eu un effet bénéfique pour eux. Et même si le concept de station de trail se développe sur d'autres territoires, la spécificité de Saint-Pierre de Chartreuse est d'être le lieu d'implantation du siège social de l'entreprise Raidlight, ce qui génère une dynamique qui ne se retrouve pas dans d'autres territoires. Cette dynamique repose notamment sur un partenariat entre les acteurs publics et les acteurs privés, permettant de développer de nouvelles offres de séjours touristiques. C'est notamment le cas des séjours touristiques autour du trail et des sports de nature à destination des jeunes de 6 à 15 ans, la Raidlight outdoor academy, qui rencontre un franc succès.

Cependant, dans cette destination touristique, l'équilibre stratégique des acteurs n'est jamais définitivement assuré. Et certaines difficultés actuelles sont en mesure de le déstabiliser. Par exemple, un conflit au sein du conseil municipal sur la gestion du domaine skiable à la suite d'une année sans neige et qui a conduit à la démission du maire en 2012. La nouvelle équipe municipale reconduite lors des dernières élections semble vouloir se réorienter prioritairement

sur l'activité ski alpin. Le nouveau conseil municipal n'a donc pas soutenu le projet d'Espace de ski de randonnée porté par le gérant de Raidlight car il n'allait pas dans le sens des intérêts de la nouvelle majorité. L'activité a même été interdite par arrêté municipal, officiellement pour des questions de sécurité, mais surtout parce qu'elle entraine en concurrence avec celle du ski alpin, d'autant plus qu'il s'agit d'une activité « gratuite » puisque ses pratiquants n'utilisent pas les remontées mécaniques. Là encore, il est possible d'observer des divergences dans la forme de développement privilégiée, notamment lorsque celle traditionnelle et conservatrice est particulièrement présente et fait obstacle à toute nouveauté car inscrite dans la cité domestique de Boltanski et Thévenot (1991).

LA DIVERSIFICATION TOURISTIQUE DU PAYS D'ALLEVARD

Le pays d'Allevard est constitué de 6 communes et compte 7 940 habitants. Son développement économique a été marqué par l'agriculture, mais aussi l'industrie et le tourisme. Si le XIXe siècle marque l'apogée des activités industrielles avec l'exploitation des mines de fer et la métallurgie (Monnet, 1927), le XXe siècle représente leur déclin. Quant au tourisme, il s'organise autour de deux pôles principaux : le thermalisme et les sports d'hiver. Ces deux secteurs se trouvent actuellement en difficulté. En effet, la réduction des remboursements de la sécurité sociale a entraîné une baisse de fréquentation des thermes. De plus l'orientation vers la rhumatologie depuis les années 1990 a entraîné un vieillissement de la clientèle. Quant à la station de sports d'hiver du Collet d'Allevard, elle se trouve dans une catégorie de station vulnérable au changement climatique et au potentiel manque de neige dans les prochaines décennies. A cela s'ajoute une situation économique locale difficile avec la désindustrialisation du canton qui a conduit à des licenciements touchant près de 70 familles. Cette situation a poussé les acteurs publics locaux à trouver des solutions afin de pérenniser l'activité locale. Ils ont alors choisi de se lancer sur la voie de la diversification touristique pour renouveler l'attractivité du territoire, avec le projet d'implantation d'une station de trail, concept vendu clé en main par l'entreprise Raidlight aux collectivités pour un coût de 40 000 euros. A l'origine de cette décision, il y a eu le succès d'un événementiel : l'Echappée belle ou ultra-trail de Belledonne dont une partie du parcours se déroule sur ce territoire. Les organisateurs et les acteurs locaux ont saisi l'opportunité de cette course et se sont mobilisés pour réfléchir à la mise en place d'une activité pérenne autour du trail. En parallèle, l'entreprise Raidlight souhaitait développer son réseau de stations de trail et en implanter une nouvelle, en lien avec une initiative du conseil départemental de l'Isère.

Une fois cette décision prise, un comité de pilotage a été créé, avec à sa tête, un pratiquant de trail et élu au conseil municipal de Saint-Pierre d'Allevard. Plusieurs acteurs locaux issus du domaine sportif et touristique en faisaient partie dès sa constitution, notamment le président de l'association « Bel'donne Running » et élu au conseil municipal de Saint-Pierre d'Allevard, et un salarié de l'office du tourisme du Pays d'Allevard et accompagnateur en montagne. On voit que les acteurs, initiateurs du projet, sont également pratiquants, voire ont un métier en relation avec cette activité. Ils se sont donc servis de leur position d'élus pour faire avancer le projet, ce qui était dans leur propre intérêt. Leur objectif était de transformer une pratique sportive en un produit touristique afin de pouvoir bénéficier de l'arrivée d'une nouvelle clientèle. Le sport est donc envisagé ici comme une ressource touristique, pouvant contribuer à l'attractivité du territoire (Jaccard, 2017).

Ce projet de station de trail avait aussi vocation à modifier l'image touristique du Pays d'Allevard, considérée comme une destination pour « personnes âgées », due à la présence de l'établissement thermal et de la fréquentation de curistes âgés. Or le sport et plus particulièrement le trail, discipline récente qui attire des jeunes actifs, pouvait permettre de redynamiser l'image de la station. Le sport a donc été utilisé à des fins de communication et de marketing. Pour les élus locaux, le sport peut même devenir une ressource politique puisque, comme l'a montré Guibert (2006b, 70), « devenir le maire d'une commune dynamique, jeune, qui bouge apporte assurément des profits sociaux et symboliques, réinvestissables à bon compte dans le champ politique local, voire à une échelle politique plus élevée ». C'est notamment le cas du maire d'Allevard, très impliqué dans le développement du sport et de la culture et qui mène une carrière politique tant au niveau local que régional¹. Ainsi, comme pour d'autres projets de diversification ou de reconversion touristique autour des sports de nature, « les activités sportives et de loisirs sont insérées dans un projet territorial plus global et, en quelque sorte, instrumentalisées, à la fois comme vecteur d'image positive pour les acteurs publics et privés et comme vecteur économique de développement » (Haschar-Noé, 2008, p. 115).

Cependant, des résistances sont apparues car la perception des trailers par les acteurs touristiques traditionnels n'est pas la même que par les acteurs impliqués dans le projet. En effet, pour les premiers, le trailer reste un sportif qui ne consomme pas sur le territoire et non un touriste. Dans leur esprit, les utilisateurs de la station ayant un haut niveau de pratique, ont tendance à venir seuls, à suivre un régime alimentaire parfois drastique et très spécifique ; ils

¹ Le maire d'Allevard effectue son 5^e mandat de maire, son 2^e mandat de vice-président de la communauté de communes du Grésivaudan et son 4^e mandat de conseiller régional. Il a par ailleurs effectué un mandat de député.

ne consomment pas forcément sur place dans les restaurants et ne ressentent pas le besoin d'effectuer de stage découverte ou de perfectionnement dans l'activité. Ainsi, à l'instar des surfeurs sur la côte Aquitaine, les traileurs ne sont pas forcément les bienvenus sur le territoire (Guibert, 2006a), car ils ne sont pas perçus comme des touristes contributeurs au développement de la destination. C'est la raison pour laquelle les acteurs traditionnels ne sont pas impliqués dans le projet car ils n'y voyaient pas leur intérêt.

Toutefois, ces résistances n'ont pas empêché le projet de se concrétiser, notamment en raison de la présence dans le comité de pilotage de personnes influentes qui ont pu convaincre les élus locaux d'apporter leur validation, malgré les résistances de certains administrés. L'un des acteurs faisant partie du team raidlight, il connaît très bien le dirigeant de l'entreprise qui a pu lui fournir un outil d'évaluation de l'impact économique de la station de trail, basé sur le modèle de celle de Saint-Pierre de Chartreuse. L'argument du faible investissement de départ comparativement à d'autres projets portés par les acteurs publics a aussi été mis en avant. Ces arguments s'ancrent notamment dans la cité marchande de Boltanski et Thévenot (1991), dans laquelle sont valorisés la rentabilité financière et le profit. Il est également possible d'observer une qualification marchande du milieu naturel (Godard, 2004) lorsque les retombées économiques liées au développement des sports de nature sont mises en avant.

Une fois la station de trail mise en place, des problèmes de fonctionnement ont vu le jour, notamment pour des raisons financières. En effet, si les investissements de départ ont été faits grâce à la pertinence des acteurs publics, la baisse des dotations de l'Etat aux collectivités locales et la faible capacité financière de ces dernières les empêchent de faire fonctionner la station de trail. La capacité d'action des acteurs publics pour faire travailler les gens ensemble est donc faible. On retrouve ici les difficultés liées à la structuration du marché des sports de nature sur un territoire. En effet, ce marché est principalement composé de travailleurs indépendants qui se positionnent essentiellement comme rivaux les uns par rapport aux autres et qui ont tendance à amplifier la pression concurrentielle même lorsque celle-ci est faible (Bouhaouala, 2001, p. 244). Ceci ne facilite pas le travail coopératif dans ce secteur d'activité. De plus, comme c'est le cas à Saint-Pierre de Chartreuse, il est possible d'observer une prédominance de la forme traditionaliste et conservatrice ancrée dans la cité domestique de Boltanski et Thévenot (1991). Elle est marquée par une sorte de conservatisme dans lequel la nouveauté et l'innovation n'ont pas leur place, et qui affecte la forme de gestion de la destination. Cette forme s'oppose à celle du marketing des services portée par les acteurs favorables au développement du trail. Ces derniers souhaitent en effet valoriser les espaces naturels par le développement de nouveaux produits touristiques pouvant répondre aux

évolutions de la demande. Cette confrontation ne crée pas les conditions favorables à la valorisation de nouvelles ressources touristiques qui pourraient permettre de renouveler l'attractivité du territoire.

CONCLUSION

L'objectif de cette contribution était d'analyser le processus de diversification touristique de deux destinations de moyenne montagne autour du trail-running. L'apport pour le champ de recherche sur le tourisme sportif est de souligner la manière dont le sport est mobilisé, voire instrumentalisé dans une volonté de l'ériger en ressource touristique. Cette étude montre la nécessité d'analyser le positionnement des acteurs et les enjeux sous-jacents à ces projets de diversification afin de mettre en évidence les potentiels de développement, mais aussi les résistances au changement. Celles-ci sont notamment liées à la prégnance de la forme de développement traditionaliste dans la gestion des destinations étudiées, d'autant plus que les retombées économiques engendrées par la nouvelle activité restent difficilement quantifiables. Il s'agirait désormais de s'intéresser à l'expérience touristique (Vergopoulos 2016) des traileurs afin de voir s'il est possible d'opérer des distinctions entre plusieurs formes de tourisme sportif, allant de la recherche de la performance à une approche plus contemplative, comme le propose de le faire cet ouvrage.

BIBLIOGRAPHIE

- Bodin, D., Javerliac, S., Héas, S., & Robène, L. 2009, « De l'émergence des stations balnéaires au tourisme sportif : Le mélange des genres à la lueur de l'exemple de la région Bretagne en France » dans *Téoros*, vol. 28, n°2 : 29-36.
- Boltanski, L., & Thévenot, L. 1991, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard.
- Bouchet, P., & Bouhaouala, M. 2009, « Tourisme sportif. Un essai de définition socio-économique » dans *Téoros*, vol. 28, n°2 : 3-8.
- Bouhaouala, M. 2001, « Relations inter-entreprises dans un marché local : Le cas des PE-TPE du tourisme sportif en Vercors » dans *Espaces et sociétés*, n°105-106 : 229-251.

- Bourdeau, P. 2009, « De l'après-ski à l'après-tourisme, une figure de transition pour les Alpes ?. Réflexions à partir du cas français » dans *Revue de géographie alpine*, vol. 97, n°3.
- Bourdeau, P., Corneloup, J., & Mao, P. 2002, « Adventure Sports and Tourism in the French Mountains : Dynamics of Change and Challenges for Sustainable Development » dans *Current Issues in Tourism*, vol. 5, n°1 : 22-32.
- Boutroy, É., Bourdeau, P., Mao, P., & Senil, N. 2012, « Combinaison de proximités géographiques et socio-économiques. La filière « Tourisme sportif de montagne et de nature » en Rhône-Alpes » dans *Revue de géographie alpine*, vol. 100, n°3
- Bull, C. 2004, « Sport tourism destinations resource analysis » dans J. Higham (ed.), *Sport tourism destinations*, London, Routledge, pp. 25-38.
- Corneloup, J., Bouhaouala, M., Vachée, C., & Soulé, B. 2001, « Formes de développement et positionnement touristique des espaces sportifs de nature » dans *Loisir et Société*, vol. 24, n°1 : 21-46.
- Costa, C. A., & Chalip, L. 2005, « Adventure Sport Tourism in Rural Revitalisation—An Ethnographic Evaluation » dans *European Sport Management Quarterly*, vol. 5, n°3 : 257-279.
- Coste, A., & Lajarge, R. 2013, « Habitabilité périurbaine et territorialités renouvelées par les pratiques de nature. Saint-Pierre de Chartreuse, exemple emblématique ? » *Colloque Explorer le territoire par le projet. L'ingénierie territoriale à l'épreuve des pratiques de conception*.
- Drakakis, P., & Papadaskalopoulos, A. 2014, « Economic contribution of active sport tourism : The case of four sport activities in Messinia, Greece » dans *Journal of Sport & Tourism*, vol. 19, n°3-4 : 199-231.

- Francis, S., & Murphy, P. 2005, « Sport tourism destinations : The active sport tourist perspective » dans J. Higham (ed.), *Sport tourism destinations : Issues, opportunities and analysis*, Amsterdam, Elsevier, pp. 73-92.
- Friedberg, E. 1997, *Le pouvoir et la règle. Dynamiques de l'action organisée*, Paris, Seuil.
- Gammon, S., & Robinson, T. 2003, « Sport and Tourism : A Conceptual Framework » dans *Journal of Sport & Tourism*, vol. 8, n°1 : 21-26.
- Gibout, C. 2017, *Activités sportives, récréatives et ludiques & développement des territoires*, Paris, Edilivre.
- Gibson, H. J. 1998, « Sport Tourism : A Critical Analysis of Research » dans *Sport Management Review*, vol. 1, N°1 : 45-76.
- Godard, O. 2004, « De la pluralité des ordres – Les problèmes d'environnement et de développement durable à la lumière de la théorie de la justification » dans *Géographie, économie, société*, vol. 6(3), 303-330.
- Guibert, C. 2006a, « Hossegor : Le surf ou l'élégance ? Une double identification territoriale » dans *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°100 : 89-96.
- Guibert, C. 2006b, « Politiques de communication et identifications territoriales différenciées : Les usages politiques des vagues et de l'univers du surf par les municipalités de la côte Aquitaine » dans *Téoros*, vol. 25, n°2 : 62-71.
- Haschar-Noé, N. 2008, « Action publique et reconversion durable d'une friche industrielle. L'exemple de Cap'Découverte » dans O. Bessy (ed.), *Sport, loisirs, tourisme et développement durable des territoires*, Voiron, Presses universitaires du sport, pp. 109-122.
- Hautbois, C. 2004, « Stratégie publique de développement local par les sports de nature. L'exemple du tourisme équestre en Basse-Normandie » dans *Cahier Espaces*, vol. 82 : 72-83.

- Higham, J. 2004, « Sport tourism destinations : Issues, opportunities and analysis » dans J. Higham (ed.), *Sport tourism destinations*, London, Routledge, pp. 4-14.
- Jaccard, É. 2017, « Les trailers, une nouvelle source d'activité touristique pour les stations de montagne. Utopie ou réalité? » *Colloque international "La montagne, territoire d'innovation"*.
- Jaccard, É., Bayle, E., & Langenbach, M., 2016, « La gouvernance des stations de montagne et leurs politiques sportive et touristique. Les enseignements du cas de Villars-sur-Ollon » dans *Gestion et management public*, vol. 5, n°1 : 87-105.
- Mao, P., Hautbois, C., & Langenbach, M. 2009, « Développement des sports de nature et de montagne en France : Diagnostic comparé des ressources territoriales » dans *Géographie, économie, société*, vol. 11, n°4 : 301-313.
- Marcelpoil, E., & François, H. 2008, « Les processus d'articulation des proximités dans les territoires touristiques. L'exemple des stations de montagne » dans *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, n°2 : 179-191.
- Monnet, P. 1927, « Le pays d'Allevard » dans *Revue de Géographie Alpine*, vol. 15, n°1 : 71-132.
- Mormont, M. 2006, « Conflit et territorialisation » dans *Géographie, économie, société*, vol. 8, n°3 : 299-318.
- Naria, O., & Sherwin, K. M. D. 2012, « Tourisme, sports de nature et développement durable aux Seychelles » dans *Études caribéennes*, n°19.
- Pickel-Chevalier, S. 2015, « Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France ? » dans *Loisir et Société* vol. 38, n°1 : 110-134.
- Pigeassou, C. 1997, « Sport and tourism : The emergence of sport into the offer of tourism. Between passion and reason » dans *Journal of Sport & Tourism*, vol. 4, n°2 : 24-47.

- Pigeassou, C. 2004, « Contribution to the definition of sport tourism » dans *Journal of Sport & Tourism*, vol. 9, n°3 : 287-289.
- Radicchi, E. 2013, « Tourism and Sport : Strategic Synergies to Enhance the Sustainable Development of a Local Context » dans *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, vol. 57, n°1 : 44-57.
- 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 » dans *Espaces et sociétés*, n°136-137 : 155-171.
- Richard, D., George-Marcelpoil, E., & Boudières, V. 2010, « Changement climatique et développement des territoires de montagne : Quelles connaissances pour quelles pistes d'action ? » dans *Revue de géographie alpine*, vol. 98, n°4.
- Richez, G., & Richez-Battesti, J. 2004, « APPN et développement local en Corse » dans *Cahier Espaces*, n°82 : 93-103.
- Savelli, N. 2012, « Géopolitique touristique d'un « bout du monde ». Le développement territorial du Valgaudemar en questions » dans *Revue de géographie alpine*, vol.100, n°2.
- Scol, J. 2006, « Kalymnos : Un paradis de l'escalade au pays des pêcheurs d'éponges. Ou comment l'escalade et les sports de pleine nature soutiennent l'activité touristique de l'île face aux difficultés rencontrées par le modèle hélio-balnéaire » dans *Territoire en mouvement. Revue de géographie et aménagement*, n°3 : 21-41.
- Sobry, C., & Bouhaouala, M. 2017, « Le tourisme sportif : Opportunité socio-économique pour le développement des destinations touristiques » dans *Juristourisme*, n°198 : 19-22.
- Vergopoulos, H. 2016, « L'expérience touristique : une expérience des cadres de l'expérience touristique ? » *Via . Tourism Review*, n°10.

- Violier, P. 1998, « Les acteurs du système touristique et leurs logiques spatiales » dans P. Violier, *L'espace local et les acteurs du tourisme*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, pp. 57-67.
- Weed, M., & Bull, C. 2009, *Sports tourism : Participants, policies and providers*, Oxford, Elsevier.