



### ACTION 3

Valoriser et expérimenter des  
modèles d'observation territoriaux des  
activités de pleine nature

## Etude de positionnement du tourisme sur le territoire NATTUR : impacts et enjeux

Etude qualitative autour de trois concepts : tourisme perçu, vécu, voulu – appliqués sur  
les itinéraires de randonnée transfrontaliers entre Ariège et Berguedà

Sous la direction de Pierre TORRENTE

Equipe ISTHIA : Juliane BOISTEL, Julie BOUSQUET

Avec la contribution de Tiphaine BONIZEC, stagiaire M1 TD

Janvier 2019



## TABLE DES MATIERES

Table des matières .....	1
Introduction.....	2
Contexte et méthodologie.....	4
I. Contextualisation de l'étude .....	4
II. Méthodologie de conception et préparation de l'étude.....	5
1. Phase préparatoire .....	5
2. Choix de la méthode.....	7
III. Méthodologie d'analyse de l'étude.....	10
1. Grille d'analyse .....	10
2. Axes d'analyse et synthèse des résultats .....	12
Analyse de l'étude et principaux résultats .....	13
I. Principaux résultats relatifs au positionnement du tourisme sur le territoire du projet NATTUR .....	13
1. Présentation de l'échantillonnage.....	13
2. Identification de familles de positions .....	14
3. Analyse synthétique, toutes catégories confondues sur l'ensemble du territoire du projet NATTUR	15
II. Expérimentations méthodologiques pour l'analyse des données qualitatives, dans la perspective du développement de l'observatoire NATTUR.....	17
1. Analyse par territoire : vers des « fiches d'identité territoriales ».....	17
2. Approche croisée multi-acteurs : confrontation des perceptions et opinions des socioprofessionnels et des élus.....	20
3. Discussion relative à l'intégration de données qualitatives dans l'observatoire numérique NATTUR	20
Références.....	23

# INTRODUCTION

## *Le projet NATTUR*

NATTUR est un projet de coopération transfrontalière entre des acteurs des territoires du nord de la Catalogne et de l'Ariège, qui ont fait le choix d'appuyer leur développement sur l'activité touristique, en particulier sur les activités de pleine nature. L'enjeu est d'associer la préservation et la valorisation du patrimoine naturel par l'activité touristique au profit des espaces pyrénéens de montagne.

L'objectif est de mettre en place l'ensemble des conditions nécessaires au développement des activités de pleine nature, pour faire de ces territoires des espaces préservés et vivants. Pour cela, le projet agira sur plusieurs leviers :

- L'expérimentation et le développement de modèles d'observation territoriaux des activités de pleine nature,
- La structuration et l'accompagnement du développement des entreprises touristiques, pour accroître le nombre d'entreprises et leurs qualités sur ce secteur,
- Le développement d'une offre touristique durable pour la pratique des activités de pleine nature,
- Le renforcement de la compétitivité de produits touristiques transfrontaliers (Chemin des bonshommes, Chemin de Bélibaste et Sentier cathare) qui constituent le fil conducteur du projet.

## *Le contenu du projet piloté par l'ISTHIA*

L'ISTHIA est en charge de l'action 3 du projet NATTUR, intitulée « *Valoriser et expérimenter des modèles d'observation territoriaux des activités de pleine nature* ». Cette action a pour ambition de développer et d'optimiser l'observation du tourisme et des activités de pleine nature, comme facteur de développement local et durable sur le territoire transfrontalier du projet NATTUR.

L'ISTHIA vise à développer un dispositif innovant de récolte de données qualitatives et quantitatives relatives au rôle du tourisme en matière de développement durable sur le territoire transfrontalier. En s'appuyant sur les possibilités offertes par les nouvelles technologies, l'observatoire permettra de suivre de manière géolocalisée et en temps réel l'activité touristique et ses impacts sur les territoires, en adoptant une logique « multi-acteurs ».

Le traitement et l'analyse de ces données doit permettre de bâtir des stratégies de développement adaptées, afin d'optimiser le potentiel du tourisme en matière de valorisation des patrimoines et de dynamisme économique, tout en contrôlant ses impacts et en favorisant la conservation de l'environnement.

Se voulant coopératif et transfrontalier, ce modèle d'observatoire du tourisme sera développé pour être appliqué des deux côtés de la frontière, mais aussi pour pouvoir mettre en commun les différentes initiatives existantes sur le territoire transfrontalier. Le développement d'une étude contextualisée dans la province de Girona et le renforcement de l'observatoire des Activités de Pleine Nature (APN) en Ariège viendront consolider le dispositif.

### *Une étude qualitative, deux objectifs*

Cette étude a pour objectif premier de dresser une photographie du tourisme vécu, perçu et voulu sur le territoire du projet NATTUR, sur la base d'entretiens qualitatifs, visant à venir compléter les informations déjà recueillies et analysées par l'ADT Ariège Pyrénées. Ces entretiens semi-directifs ont été conduits sur la saison estivale 2018 auprès d'acteurs rencontrés sur les itinéraires de randonnée du Chemin des Bonshommes, de Bélibaste et du Sentier Cathare. Pour la préparation des entretiens et leur analyse, quatre types d'acteurs ont été définis : les élus, les professionnels du tourisme et activités de pleine nature, les touristes et les habitants. L'analyse a été menée au moyen de grilles d'analyse multi-acteurs, permettant une lecture à plusieurs niveaux : identification de familles d'opinion vis-à-vis de l'activité touristique, analyse par type d'acteurs et analyse par territoire, permettant enfin une analyse synthétique pour l'ensemble des acteurs et la globalité du territoire du projet NATTUR.

Ce faisant, cette étude qualitative poursuit un second objectif : abonder la réflexion et la démarche de recherche et développement de l'ISTHIA en préambule de la conceptualisation de l'observatoire numérique du tourisme. Elle permet d'explorer l'opportunité et la faisabilité de l'intégration de données qualitatives dans l'observation du tourisme sur un territoire donné, en :

- Établissant une méthodologie "étalon" de collecte des données qualitatives (fondée sur les notions de tourisme vécu, perçu et voulu) ;
- Déterminant la plus-value apportée par les données qualitatives dans le processus d'observation du tourisme ;
- Identifiant des points de vigilance méthodologique quant à l'intégration de la collecte de données qualitatives dans un dispositif numérique d'observation du tourisme et à leur exploitation.

## CONTEXTE ET METHODOLOGIE

Cette première partie vise à présenter le contexte et la construction méthodologique de l'étude qualitative sur les perceptions, le vécu et les souhaits de quatre catégories d'acteurs (élus, socioprofessionnels, touristes et habitants) vis-à-vis du tourisme et de la randonnée sur le territoire du projet NATTUR.

### I. Contextualisation de l'étude

Cette étude vise à déterminer les axes thématiques du tourisme vécu, perçu, voulu sur le territoire du projet NATTUR en lien avec les activités de pleine nature sur les trois itinéraires de randonnées au cœur de ce projet. L'action 3 visant à développer un modèle d'observatoire innovant du tourisme et plus précisément des activités de pleine nature, cette étude se positionne en amont de la réalisation de cet outil. En effet, cet outil a pour objectif de pouvoir faciliter la prise de décision permettant d'accroître la capacité de l'activité touristique à être un facteur de développement pour les territoires attenants à ces itinéraires.

Ainsi, ce travail vise à mettre en lumière la manière dont le tourisme est perçu, vécu, voulu sur ces territoires. Le tourisme étant l'affaire de tous puisqu'il impacte le territoire, quatre parties prenantes ont été identifiées afin de mener cette étude :

- Les élus ;
- Les professionnels ;
- Les touristes ;
- Les habitants.

Notre questionnement repose ainsi sur la manière dont le tourisme lié aux activités de pleine nature sur les itinéraires de randonnée du projet NATTUR est-il vécu, perçu, voulu par les acteurs. Afin de répondre à notre questionnement, nous avons favorisé la mise en place d'une étude sociologique qualitative afin de répondre aux mieux à nos objectifs. En effet, nous souhaitons connaître les opinions, perceptions, représentations des acteurs vis-à-vis du tourisme lié aux activités de pleine nature sur le territoire ainsi que les impacts perçus que cette activité engendre. De plus, c'est également un moyen de pouvoir positionner les attentes des acteurs en matière d'observation touristique afin de rendre ce dernier le plus accessible, performant et utile au plus grand nombre. Il est donc primordial de favoriser une approche qualitative qui ne vise pas la recherche de la représentativité mais celle de la profondeur afin de mieux comprendre un phénomène.

## II. Méthodologie de conception et préparation de l'étude

Afin de pouvoir mettre en place une méthodologie la plus adaptée possible au contexte de l'étude, il était indispensable d'effectuer un travail préparatoire en amont. Le travail préparatoire s'est composé de deux étapes majeures.<sup>1</sup>

### 1. Phase préparatoire

#### *Phase exploratoire*

Afin de connaître au mieux le sujet à l'étude, les problématiques qui en découlent mais également les enjeux, nous avons réalisé une démarche exploratoire visant à recueillir des informations au travers d'une revue de littérature ainsi que de recherches internet. Cette première phase s'est donc décomposée en sous étapes :

#### Etape 1 : Connaissance du projet et de son organisation

- Se familiariser avec le programme POCTEFA afin d'en comprendre le fonctionnement et les enjeux ;
- Mieux connaître le projet NATTUR ;
- Avoir une connaissance des autres projets POCTEFA présents sur le territoire du projet NATTUR.

#### Etape 2 : Approche de la sociologie qualitative

- Connaître les méthodes/outils/techniques d'étude qualitative ;
- Avoir connaissance d'études analogues.

#### Etape 3 : Connaissance du tourisme, du territoire et de ses acteurs

- Identifier les acteurs sur le territoire du projet (recherches internet) ;
- Identifier les communautés en ligne existant en lien avec les itinéraires ;
- Connaissance de l'organisation du tourisme sur le territoire du projet ;
- Connaissance du touriste sur le territoire du projet NATTUR.

#### Etape 4 : Approche des civitech

- Connaissance des outils civitech ;
- Connaissance des approches de participation citoyenne.

Cette première étape s'est donc alimentée de lectures d'ouvrages, d'études et d'articles académiques, ainsi que de recherches sur le web.

---

<sup>1</sup> D'après travaux de T. BONIZEC, stagiaire en M1 Tourisme et Développement à l'ISTHIA, avril-août 2018

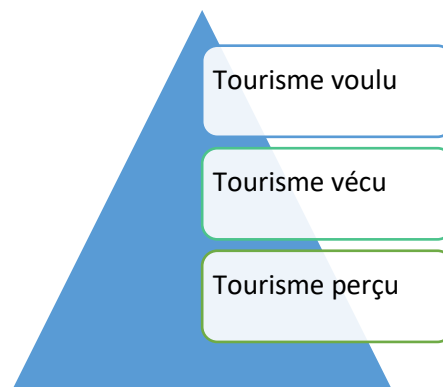
### *Phase préparatoire*

La seconde étape consistait quant à elle à intégrer une phase de préparation de la réalisation du guide d'entretien. Celle-ci s'est également décomposée en plusieurs sous étapes :

#### Etape 1 : Approche des concepts

- Définition des concepts ;
- Déclinaisons des concepts.

Les trois concepts mobilisés dans cette étude sont :



*Représentation schématique des trois concepts de tourisme voulu, vécu et perçu*

Tout d'abord, nous retrouvons le concept de **tourisme perçu**. Ce concept aborde la manière dont le tourisme est représenté par les acteurs, l'idée qu'ils s'en font, les images et symboles rattachés. La perception du tourisme repose également sur la perception du touriste, qui est le touriste, comment est-il perçu, quelles opinions en ont les acteurs.

Mots clés : Tourisme représenté, perception du tourisme, perception du touriste, représentation du tourisme.

Ensuite, le **tourisme vécu** fait référence à une expérience réelle passée ou présente, la manière dont le tourisme est apprécié mais aussi la façon dont ce dernier est approprié par les acteurs. Cela fait également référence à l'expérience sociale vécue à travers les interactions sociales avec d'autres acteurs. L'expérience est une interaction entre un individu et un objet, un espace, un autre individu dans une situation donnée et qui génère du sens pour l'individu qui la vit.

Mots clés : Expérience touristique, appropriation du tourisme.

Enfin, nous retrouvons le **tourisme voulu**, par ce concept nous entendons le tourisme qui serait désiré et souhaité sur un territoire par les habitants, les élus ainsi que les professionnels. Cela renvoie également à leur perception d'un « tourisme idéal » à savoir, si le tourisme est souhaité, de quelle manière est-il voulu et

comment il peut répondre au mieux à leurs besoins ? Ce tourisme voulu intègre également la notion de tourisme subi avec les contraintes perçues et vécues engendrées par cette activité.

Mots clés : tourisme souhaité, tourisme rejeté, tourisme désiré, anti-tourisme, tourisme subi, tourisme rêvé, tourisme idéal, tourisme imaginé.

## Etape 2 : Définition des outils mobilisables pour la réalisation de l'étude

- Entretiens semi-directifs ;
- Focus groupes.

L'entretien semi-directif a été retenu afin de mener à bien cette étude. En effet, de par son côté libre, cet outil permet d'orienter l'entretien avec des objectifs à atteindre en matière de récolte d'informations tout en permettant une marge de manœuvre laissant libre l'individu dans ses réponses. Lors de l'entretien semi-directif, l'interviewer a connaissance de « *tous les thèmes sur lesquels il doit obtenir les réactions de l'interviewé, mais l'ordre et la manière dont il les introduira sont laissés à son jugement, la consigne de départ étant seule fixée* ».

L'entretien semi directif est utile dans le cadre d'études visant à obtenir des données afin d'approfondir un domaine donné et son évolution.

Cette étude adoptant une approche multi-acteurs, le focus groupe permet cette approche de par sa capacité à réunir plusieurs acteurs différents amenés à échanger sur un sujet donné.

## 2. Choix de la méthode

### *Construction des guides d'entretiens*

Après avoir défini les termes et mots clés de notre étude grâce aux diverses recherches bibliographiques effectuées nous avons pu construire nos guides d'entretiens par catégorie d'acteurs tout en arborant une trame commune pour chacun afin de pouvoir faciliter leur traitement par la suite. Ainsi, chaque guide reprend les concepts de l'étude alimentés de thèmes et de sous thèmes. Les guides d'entretiens se décomposent en sept colonnes. La première recense les thèmes que l'on souhaite aborder durant l'entretien, ici nous avons principalement favorisé une approche thématique par concepts mobilisés. Ensuite nous retrouvons les sous-thèmes qui s'intègrent aux thèmes, suivis des objectifs qui permettent de définir ce que l'on cherche à savoir. Vient ensuite la colonne des questions qui permettent l'échange avec l'interrogé, celles-ci restant toutes générales et permettent à l'individu une certaine liberté de réponse. Les relances situées dans la colonne suivante permettent d'approfondir les réponses aux questions, elles permettent également d'accompagner les interrogés n'ayant pas d'idées dans leurs réponses. Enfin, nous retrouvons en avant dernière colonne les indicateurs qui précisent le type d'informations précises que nous souhaitons avoir. En dernier lieu se trouve une colonne commentaire qui permet, au cours de l'entretien ou à la suite, de noter les idées d'améliorations du guide, notamment lorsqu'une question est mal comprise ou bien lorsque nous aurions pu l'aborder d'une différente manière, à un autre moment.



Les guides d'entretiens à destination des touristes sont également accompagnés d'une fiche information permettant de collecter des données type fiche d'identité de la personne.

De plus, une base de données sera également créée reprenant les informations des acteurs rencontrés tels que le nom, l'adresse, le téléphone, le mail ainsi que la volonté ou non de l'acteur d'être tenu informé de la suite du projet. En effet, à la fin des entretiens, il est demandé à l'acteur s'il souhaite recevoir la brochure du projet et s'il souhaite être tenu au courant de la suite.

Les guides d'entretiens pour les quatre types d'acteurs interrogés sont présentés en annexe.

### *Mise en pratique de l'étude*

Afin de mener à bien cette étude nous avons recensé des types de lieux où il serait intéressant d'interviewer et de rencontrer les divers acteurs à interroger.

Ainsi, pour les touristes il serait pertinent de les interviewer sur les itinéraires du projet NATTUR dans des endroits clés permettant d'être dans des conditions favorables à la conduite des entretiens. En effet, il est nécessaire que ces visiteurs aient du temps pour répondre à nos entretiens, nous préconisons ainsi de les réaliser au niveau des étapes des itinéraires et tout particulièrement les étapes disposant d'un patrimoine particulier ou bien celles disposant d'un refuge ou d'un hébergement. Les événements et manifestations peuvent également être des lieux favorisant la prise de contact avec les touristes à travers des « mini entretiens » qui donneront ensuite lieu à des entretiens plus approfondis. Une prise de contacts pourra se faire avec de futurs ou d'anciens randonneurs à travers les forums spécialisés de randonnées ainsi que les blogs associés à ces itinéraires.

Concernant les professionnels, ces derniers pourront être rencontrés sur leurs lieux de travail qui répond au contexte de l'étude. Ces derniers seront contactés par téléphone.

Les habitants quant à eux seront appréhendés de manière aléatoire.

Les élus, enfin, sont contactés par téléphone ou idéalement rencontrés en face à face dans les locaux de la collectivité.

### *Construction de l'échantillon*

Notre travail favorisant une approche multi-acteurs nous souhaitons rencontrer, comme précisé ci-dessus, les élus, les professionnels, les touristes ainsi que les habitants ; c'est-à-dire, toutes les parties prenantes liées à l'activité touristique.

L'objectif de l'étude qualitative n'étant pas de rechercher la représentativité ni une approche exhaustive des positions de chacun des acteurs, nous favorisons à travers l'approche qualitative la profondeur des propos, ressentis, représentations des individus afin de mieux les comprendre pour pouvoir ensuite identifier des familles de positions au sein de catégories d'acteurs mais aussi toutes catégories confondues. Cela nous permettra, en outre, de mettre en avant des divergences et des convergences d'opinions.

Notre échantillon concernant les entretiens semi-directifs va donc se décomposer comme suit :

- 20% d'élus
- 20% de professionnels
- 20% de touristes
- 20% d'habitants
- 20% d'aléatoires incontournables

Afin d'obtenir une vision la plus complète de la problématique sur le territoire du projet, il serait intéressant de pouvoir rencontrer un élu par commune traversée par le sentier. Les communes non traversées par les sentiers mais se trouvant à proximité et jouant un rôle sur leur attractivité seront également sollicitées. Néanmoins, au vu du nombre important de communes concernées par les sentiers, seront priorisées les communes faisant lieu d'étape principale, mais également des étapes intermédiaires justifiant d'un intérêt particulier (site) ou lieu d'une activité de pleine nature.

Concernant les professionnels du tourisme, divers acteurs seront rencontrés tels que :

- Hébergeurs ;
- Restaurateurs ;
- Structures d'APN ;
- Offices de Tourisme ;
- Guides ;
- Agences de voyages / Tour-opérateurs.

Toujours dans cet objectif d'obtenir les visions, ressentis d'une diversité d'acteurs, il est important de veiller à ce que tous types d'acteurs soient représentés, ainsi, chaque activité de pleine nature présente sur les sentiers devra être représentée dans cet échantillon, également la diversité des types d'hébergements des randonneurs (gîte d'étape, hôtel, chambre d'hôte, refuge, camping, auberge...). Il est également intéressant d'y inclure la dimension patrimoniale lorsqu'un site est « emblématique ». Ce projet s'inscrivant dans la suite d'un précédent projet, RESP'IR, ayant créé le label Qualité Outdoor, il est intéressant d'inclure dans l'échantillon des professionnels, structures disposant de ce label.

Cet échantillon comprendra également des acteurs présents sur les sentiers mais également aux alentours. Cette approche permettra en outre de mettre en avant des divergences/ convergences d'opinions en ayant une vision sur l'influence du rapport spatial aux itinéraires selon où se situe l'acteur par rapport aux sentiers.

Lorsque le domaine de l'enquête se trouve en lien avec la profession de la personne interrogée, alors le déroulement de cette dernière peut s'effectuer sur le lieu de travail de ce dernier. Les professionnels et élus seront donc interrogés sur leurs lieux de travail.

Parmi les touristes, nous différencierons les touristes présents sur les sentiers des touristes dont la prise de contact ne relèvera pas d'une rencontre physique. Ainsi, les touristes présents sur les sentiers seront interrogés sur des points clés des itinéraires où ces derniers sont amenés à faire des pauses. La prise de contact se fera au niveau des refuges, des structures de restauration ou d'hébergement. La durée des entretiens étant relativement longue pour un randonneur, si les entretiens sur place ne sont pas possibles nous récupérerons les contacts de ces derniers afin de réaliser ces entretiens au moment le plus préférable pour ces derniers que ce soit à la fin de leur séjour ou bien une semaine après leur séjour. A contrario, les touristes interrogés ne se trouvant pas sur les sentiers seront contactés par le biais des réseaux sociaux où nous les solliciterons pour un échange téléphonique ou visuel. Cet échantillon devra inclure une diversité des profils de randonneurs tel que la famille, l'itinérant, l'excursionniste, le couple, le groupe d'amis, ou bien encore les personnes seules.

En ce qui concerne les habitants, il est envisagé d'adopter trois entrées :

- Un échantillon aléatoire ;
- Un échantillon préétabli auprès d'habitants « ressources » ;
- La rencontre avec des associations, conseils citoyens.

Le domicile est également un lieu privilégié afin de mener des entretiens semi-directifs, en effet, cela permet à l'interviewé de se sentir plus à l'aise dans son environnement, d'avoir plus de temps et de disponibilité pour répondre<sup>2</sup>. Ces entretiens pourront également se dérouler dans des lieux publics n'étant pas pour autant des lieux de passages tels que les squares ou les cafés. Les habitants pourront également être interrogés à travers des focus groupes, par l'intermédiaire d'associations par exemple.

### III. Méthodologie d'analyse de l'étude

#### 1. Grille d'analyse

Après avoir retranscrit tous les entretiens, ces derniers ont été traités à travers une grille d'analyse par catégorie d'acteurs. Cette grille permet de centraliser tous les entretiens sur un même document afin de pouvoir confronter ces derniers et en faire ressortir des résultats. Cette grille d'analyse reprend donc les thèmes et sous thèmes de l'étude ainsi que les entretiens. Afin de faciliter ce travail d'analyse, chaque réponse de l'interviewé a été insérée au sein des sous-thèmes puis nous avons fait ressortir les mots clés, idées phares de chaque entretien. Ceci nous a permis par la suite de créer des familles d'opinions au sein des catégories mais aussi toutes catégories confondues. De plus, nous avons mis en place un système de matrice reprenant les concepts afin de faciliter l'analyse ainsi qu'un outil curseur pour représenter au mieux les données.

---

<sup>2</sup> (GHIGLIONE & MATALON, 1998)

*Modèle méthodologique : extrait du tableau d'analyse multi-acteurs*

Acteurs	Thèmes	Identité et trajectoire	Rôle sur le sentier	Tourisme perçu			Tourisme vécu			Tourisme voulu			Politiques touristiques	Observatoire			Eléments à rajouter
	Sous thèmes	Lien au territoire Activité	Positionnement de la structure par rapport au sentier	Perception du tourisme sur le territoire	Perception du tourisme sur les sentiers	Perception de la place de l'habitant dans le tourisme	Apports réciproques tourisme/sentiers	Impacts du tourisme APN sur le territoire	Liens entre tourisme des APN et la structure	Volonté de développer le tourisme	Attentes en matière de tourisme	Tourisme rêvé	Perception des politiques touristiques	Perception de l'observation touristique	Perception lien activité et observation	Pratique d'observation rêvée	Eléments à rajouter
Professionnels	P1																
	P2																
	P3																
	P4																
	P5																
Elus	E1																
	E2																
	E3																
	E4																
	E5																
Touristes	T1																
	T2																
	T3																
	T4																
	T5																
	T6																
Habitants	H1																
	H2																
	H3																
	H4																

## 2. Axes d'analyse et synthèse des résultats

Les données recueillies sont analysées et synthétisées sous trois angles :

- L'identification de familles de positions vis-à-vis de l'activité touristique sur le territoire du projet ;
- Une analyse par type d'acteurs sur l'ensemble du territoire du projet ;
- Une analyse par "sous-territoire" étudié (à l'échelle des communes-étapes de randonnée, tous types d'acteurs confondus, donnant lieu à des "fiches d'identité des territoires").

Ces différentes entrées d'analyse des entretiens qualitatifs permettent enfin d'établir une analyse globale, synthétique et transversale.

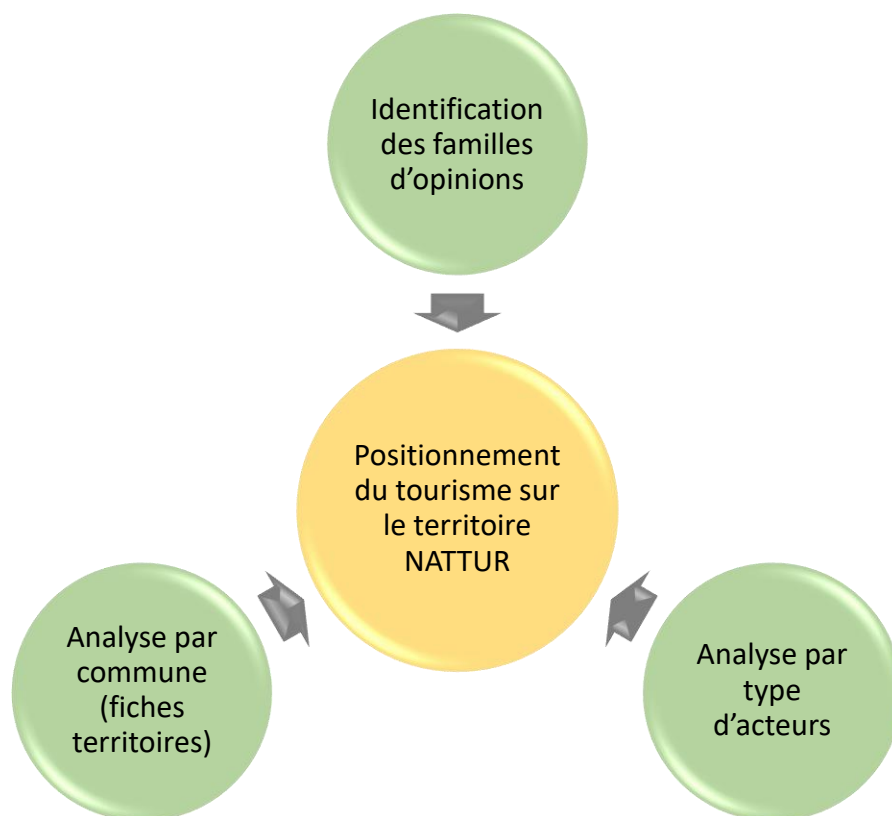


Schéma synthétique de la méthodologie d'analyse employée

## ANALYSE DE L'ETUDE ET PRINCIPAUX RESULTATS

Cette seconde partie présente les principaux résultats issus de l'étude qualitative. Dans un premier temps nous proposons une synthèse globale des résultats en termes de positionnement sur le territoire étudié, à savoir la partie française du territoire concerné par le projet NATTUR. L'extension de l'étude au versant espagnol a été initiée et mériterait d'être approfondie. Dans un second temps, nous présentons les résultats issus d'expérimentations méthodologiques en matière d'analyse des données qualitatives.

### I. Principaux résultats relatifs au positionnement du tourisme sur le territoire du projet NATTUR

#### 1. Présentation de l'échantillonnage

48 entretiens semi-directifs ont été réalisés dans les trois départements concernés par le projet. L'échantillonnage initial s'est vu modifié en raison du manque de disponibilité et d'annulation de certains acteurs. Ainsi, afin d'avoir une vision territorialisée au regard de l'échantillonnage en fonction des points d'étapes, nous avons dû réadapter notre échantillon aux contraintes de disponibilité des acteurs, notamment des élus et des professionnels de par la période de réalisation de l'étude, qui n'était pas la plus propice.

Notre échantillon final se décompose comme suit :

- 10 Elus
- 16 Professionnels
- 9 Touristes
- 13 Habitants

De l'expression des personnes interrogées, il a été possible d'identifier trois catégories concernant les communes étudiées, selon qu'elles soient considérées comme étape principale, étape intermédiaire ou comme n'étant pas une étape intermédiaire sur l'un et/ou l'autre des trois itinéraires étudiés :

GR 107 :

- Etapes principales : Foix ; Roquefixade ; Montségur ; Comus ;
- Etapes intermédiaires : Montferrier ; Sorgeat ; Porté Puymorens
- Non considérée comme étape : Ax ; Soula ; **Orlu ; Ignaux**

Sentier Cathare :

- Etapes principales : Duilhac ; Foix ; Roquefixade ; Montségur ; Comus ;
- Etapes intermédiaires : Montferrier ;
- Non considérée comme étape : Soula

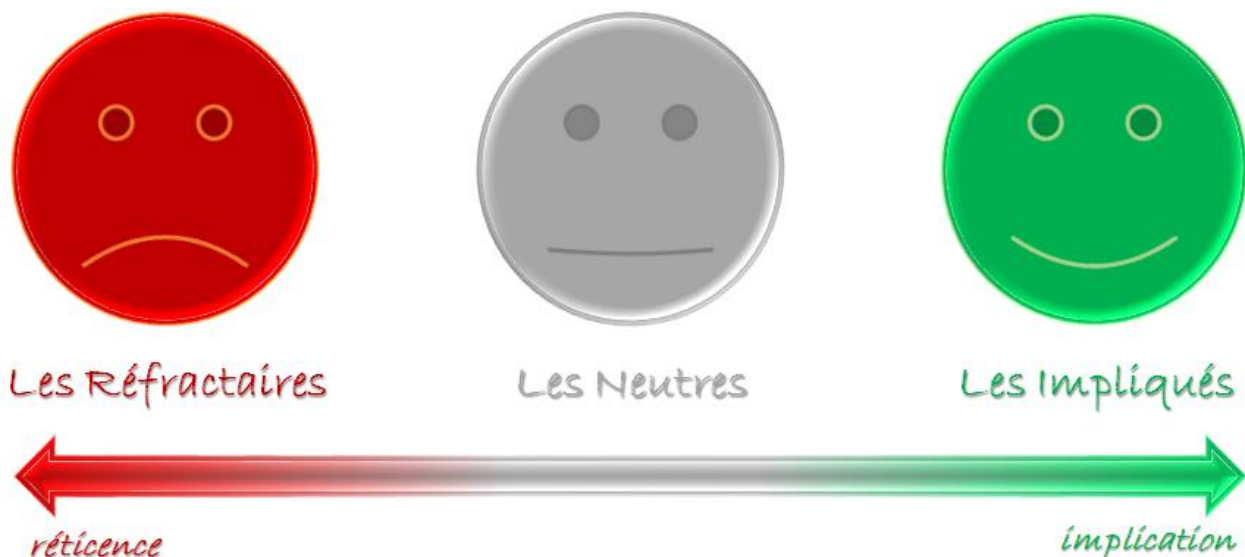
Chemin de Bélibaste :

- Etapes principales : Tarascon ; Auzat ; Vicdessos
- Non considérée comme étape : Ax

## 2. Identification de familles de positions

Cette étude a permis d'identifier différentes familles de positions parmi les acteurs rencontrés au sujet de leur perception, leur vécu et leurs attentes vis-à-vis de l'activité touristique et de pleine nature.

- Ainsi, dans un premier temps nous avons les acteurs qui se sentent concernées par la question du tourisme et qui le perçoivent sur les sentiers ou les territoires traversés comme une activité positive, génératrice de retombées appréciables pour l'acteur et le territoire à faible impacts négatifs. Pour ces personnes, la situation actuelle du tourisme est proche de leur idéal. Ce sont **les impliqués**.
- Dans un second temps, nous avons les acteurs **neutres**, ces derniers voient un intérêt plus ou moins mitigé dans le tourisme et les sentiers, mais vivent l'activité comme génératrice d'effets tant positifs que négatifs.
- Enfin, nous avons **les réfractaires**, ces derniers ne voient pas d'un très bon œil le tourisme sur les sentiers ou territoires, en effet ceux-ci subissent le tourisme et n'y voient que peu d'intérêt, la situation actuelle étant loin de leur idéal.



Représentation schématique des familles de positions des acteurs impliqués vis-à-vis du tourisme et des activités de pleine nature sur le territoire du projet NATTUR

### 3. Analyse synthétique, toutes catégories confondues sur l'ensemble du territoire du projet NATTUR

L'analyse toutes catégories d'acteurs confondues, sur la globalité du territoire étudié, se fait par synthèse et croisement des analyses déclinées par type d'acteurs et par « sous-territoire » d'étude. Les paragraphes ci-après présentent les éléments clefs issus de l'analyse globale des entretiens.

De l'étude ressortent **deux grandes familles de positions** relativement hétérogènes. En effet, les acteurs interrogés se sentent presque tous concernés et impliqués dans la question du tourisme sur leur territoire, néanmoins ils se distinguent dans leur perception des impacts de ce dernier.

**Une première famille de position perçoit le tourisme comme une activité qui n'est que bénéfique pour le territoire, sans impacts négatifs.** Cette opinion est partagée par des élus, des professionnels ainsi que des habitants. Pour exemple, H2 « *Nous, ça nous apporte beaucoup de clientèle, des randonneurs. [...] Oui des retombées économiques pour le village et en même temps ça le fait connaître. [...] Oui une fierté de présenter notre environnement et que notre environnement reste joli.* »

**Une seconde famille de position en perçoit des retombées également négatives ou bien une absence de retombées,** position partagée par toutes les catégories d'acteurs représentées. Comme le dit E8 « *Les sentiers sont pour nous très importants. Alors il se trouve que le sentier cathare ou celui des bonshommes qui se termine pareil emprunte la commune [...] Financièrement à part le gîte qui draine une certaine population et qui amène un point d'accueil très important, parce que bon j'ai cité tout ce qui est visiteur et autre mais même nous habitants on est très heureux de pouvoir y aller, d'y manger, de boire un coup. Il y a même des familles qui organisent des festivités un repas ou autre et ça c'est extrêmement important. Mais je dirais qu'en dehors de ça, ça ne nous rapporte rien, strictement rien puisque tout est gratuit* ».

Quelques acteurs ont des positions qui diffèrent de ceux deux grandes tendances. Des habitants et un professionnel se sentent concernés par la question du tourisme mais en perçoivent plus d'impacts négatifs que positifs sur leur territoire. Cette perception plus négative que positive est partagée également par un habitant ne se sentant pas concerné par la question du tourisme. H3 considère le tourisme comme une activité amenant la convivialité et la rencontre dans son village mais cette habitante quitte sa commune lorsqu'elle est "envahie" par les touristes.

Par ailleurs, deux habitants ne se sentent pas concernés par le tourisme : un n'en perçoit aucun impact sur son territoire tandis que l'autre en perçoit plus d'aspects négatifs.

Enfin, un élu interrogé ne perçoit aucune retombée du tourisme pour sa commune et qui ne s'implique pas pleinement dans le développement du tourisme. En effet, ce dernier ne considère pas sa commune comme un lieu touristique.



**Plusieurs élus de communes dont l'économie dépendait autrefois du textile s'accordent à dire que le tourisme apparaît comme une solution, comme une activité indispensable, voire la seule, pour pouvoir survivre.**

Les élus s'accordent à dire que les habitants ne sont pas tous favorables au tourisme qui peut être perçu comme une source importante de nuisances pour ces derniers, lorsque ceux-ci ne se sentent pas directement concernés par l'activité touristique.

**Les professionnels**, tant prestataires d'activités outdoor qu'acteurs plus spécifiquement liés aux sentiers d'itinérance étudiés tels que les hébergeurs, **ont manifesté le besoin de se structurer à travers un réseau afin de favoriser l'innovation, la montée en qualité et la diversification de l'offre.** Ils s'accordent tous à dire qu'ils ne souhaitent pas que les sentiers deviennent une "autoroute", tout comme les élus qui, malgré une volonté d'augmenter la fréquentation, ne souhaitent pas un tourisme de masse en raison d'une volonté commune de préserver la montagne, la nature, son côté sauvage et sa tranquillité.

**Professionnels et élus ont à plusieurs reprises pris pour exemple les Alpes afin de citer un développement touristique qu'ils ne souhaitent pas observer sur leur territoire.** En effet, ceux-ci souhaitent augmenter la fréquentation sur leur commune mais en favorisant une répartition sur l'arrière- et l'avant-saison afin de réduire des flux parfois trop importants durant la pleine saison touristique.

Enfin, le tourisme sur les sentiers est **vu par les professionnels, les habitants, les touristes et les élus comme offrant des lieux d'échanges, de rencontre, de convivialité et de mixité culturelle favorisant le renforcement de la fierté et du sentiment d'appartenance au territoire.**

**Les touristes s'accordent à dire que les sentiers ne sont que très peu fréquentés et constatent le manque de services** (commerces) sur les étapes.

**Les attentes des habitants, professionnels, et élus** lors des entretiens diffèrent peu et leurs souhaits se rejoignent, notamment sur le fait de **communiquer, valoriser, mais surtout préserver la montagne.**

Pour résumer, les impacts et retombées du tourisme ne sont pas tous appréciés de la même manière selon les catégories d'acteurs. Certains tels que les habitants apprécient plus facilement l'échange et le contact. Les élus prêtent davantage attention à l'aspect économique généré par l'activité touristique. Des points de tension existent dans certains territoires étudiés en raison de divergences d'opinions concernant le tourisme voulu entre élus et professionnels.

## II. Expérimentations méthodologiques pour l'analyse des données qualitatives, dans la perspective du développement de l'observatoire NATTUR

Ci-après sont présentées deux expérimentations quant à l'analyse des données issues des entretiens.

- Une première approche territorialisée, visant à dresser une « fiche d'identité territoriale » pour chaque commune étudiée ;
- Une seconde approche ciblée sur les catégories d'acteurs en proposant de croiser ou confronter les expressions des élus et des socioprofessionnels.

Le dernier paragraphe vise à prendre du recul sur ces approches méthodologiques et interroger leur pertinence et faisabilité dans le cadre du développement de l'observatoire numérique du tourisme NATTUR.

### 1. Analyse par territoire : vers des « fiches d'identité territoriales »

Les trois fiches d'identité de territoires ci-après ont valeur de « prototypes » : elles présentent de manière synthétique les expressions des acteurs dont le type et la famille d'opinion sont distingués, illustrées par des verbatim explicites sélectionnées dans le corpus des entretiens retranscrits et après analyse détaillée. Les encarts bleu et jaune mettent en avant respectivement les problématiques majeures, cités par la plupart des personnes interrogées, et des « phénomènes » spécifiques particulièrement marqués sur le territoire étudié.

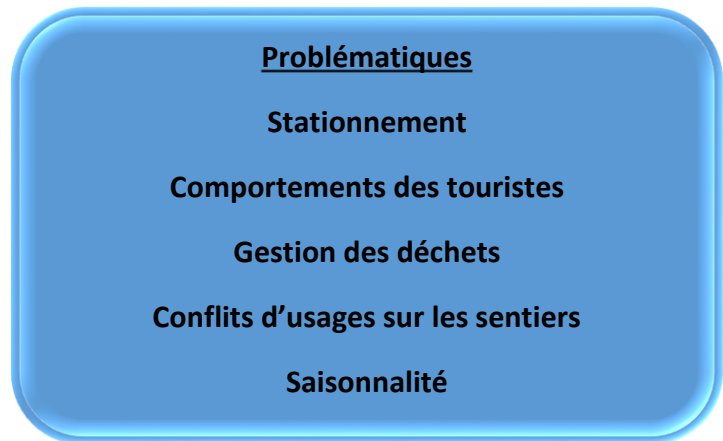
Les trois fiches ci-dessous sont focalisées sur le **tourisme voulu** par les acteurs interrogés, en citant des verbatim explicites. Elles pourraient tout à fait être focalisées sur le tourisme perçu ou vécu, ou bien proposer une synthèse avec ces trois concepts clefs. La volonté était néanmoins, en établissant ces fiches, qu'elles soient synthétiques.

On notera que les verbatim spontanément jugés explicites et exploitables dans le cadre de ces fiches par territoire sont ceux des habitants, des socioprofessionnels et des élus. Cela vaudrait la peine d'étudier plus en détails la raison pour laquelle les verbatim des touristes n'ont pas été retenues.

Auzat-Vicdessos			
Habitants XX	Professionnels X	Touriste	Elu X
<p><b>H7</b> : « Par rapport à leur comportement, le respect, des choses comme ça. Mais disons que si on veut que le village vive, il faut qu'on ait de l'animation, qu'on ait des touristes, des randonneurs, qu'on ait un peu de tout quoi. »</p> <p><b>H8</b> : « Disons qu'après honnêtement il n'est pas trop mal le tourisme ici puisque le fait d'avoir la station de ski pas trop loin, on a quand même une super région, finalement ça s'étale bien sur l'année »</p>			

**P12 :** « Pour moi il serait étalé sur l'année par exemple l'activité canyon est à son essor mais nous on n'a pas tant que ça d'offre à proposer et on se retrouve tous les mêmes prestataires au même endroit et on est un peu les uns sur les autres. »

**E1 :** « Et bien qu'il se développe un peu plus ici, mais surtout un tourisme intersaison, voilà, je vous l'ai dit hein, voilà. Peut-être l'hiver ce serait parce que maintenant il y en a une petite station de ski qui se développe, mais intersaison ce serait bien quand même. »



## Montségur

**Habitants :** XX

**Professionnel :** XX

**Touriste**

**Elu :** X

**H1 :** « Le tourisme il faudrait qu'il soit davantage étalé. Parce que là en fait sur les 50 000 visiteurs il y en a les trois quarts qui viennent en juillet-août. Ça fait qu'en Juillet-Août il y en a trop et le reste de l'année il n'y en a pas assez. Donc c'est bon pour rien. On peut pas faire du bon travail quand on a une activité aussi resserré sur deux mois »

**Impliqué**

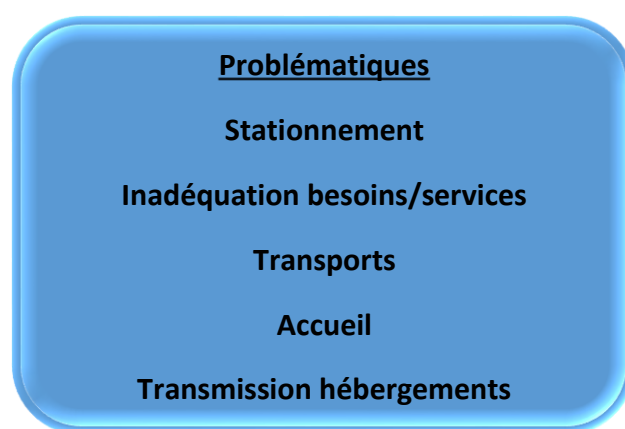
**H9 :** « Il y a une certaine ancestralité, c'est plus que millénaire. Il y a certaines personnes ici qui vivent ici depuis très longtemps. Ils ont leurs terrains, même s'ils n'en ont aucune utilité, certains ça les dérange qu'on les traverse. J'ai eu déjà plusieurs altercations comme cela. » **Neutre**

**P1 :** « Je le vois plutôt bien parce que justement Montségur est dans une démarche de, déjà ils ont créé la réserve naturelle de Montségur qui fait 600 hectares. Donc on a toute cette réserve naturelle qui se trouve sur tout le massif avec une diversité biologique assez énorme donc ça va aussi dans une volonté, une démarche de la mairie de vouloir aussi ouvrir un peu les propositions d'accueil et d'activités du village et pas que de par les Cathares, pas que du château mais aussi de pouvoir compléter ça avec une vie de village, une vie de randonnée. L'objectif c'est

vraiment de multiplier les sites d'accueil pour pouvoir diviser en quelque sorte la masse pour permettre aux gens d'être diffus à travers le territoire. » **Neutre**

**P7** : « En fin de compte je suis carrément opposé aux élus, aux idées qu'ils peuvent avoir sur les projets quoi. Ben en fin de compte ils sont persuadés qu'en faisant un espèce de Catharland sur le château de Montségur ça va attirer un certain nombre de gens. Moi je suis totalement contre. Surtout sur le plan philosophique c'est quand même un sanctuaire. Donc moi je pense que c'est un endroit qu'il ne faut pas toucher du tout. Et à travers ça se servir de Montségur pourquoi pas pour valoriser toutes les infrastructures. Il y a les moyens de transports, pour venir à Montségur il n'y en a pas. » **Neutre**

**E5** : « Là aussi bon, on est dans une activité qui fonctionne, qui sont rodée depuis un certain nombre d'années donc quand les gens ont des questions ils se manifestent. » **Neutre**



## Roquefixade

**Habitants** XX

**Professionnels** X

**Touriste**

**Elu** X

**H3** : « C'est un village qui n'est pas touché par la baisse de fréquentation, au contraire, donc pourquoi plus. Après ça génèrerait forcément des problèmes pratiques par exemple les cars, les bus »

**H6** : « enfin je veux dire le vrai randonneur, c'est-à-dire celui qui fait le sentier Cathare, le GR107, c'est quelqu'un qui va à la rencontre des gens et donc il vient nous parler. Ils viennent faire un tour dans le village. Le soir ils viennent faire une petite balade. Bon ben si je suis dehors et qu'ils me voient ils engagent la conversation. Ils posent des questions, ils veulent savoir, c'est normal ça fait partie de l'attrait de la randonnée. »

**P5** : « Le sentier cathare, le mot cathare ça ramène beaucoup de monde. Mais après si on veut vraiment valoriser la randonnée moi je pense qu'il faut faire un petit effort sur l'entretien des sentiers. Et faire attention aux hébergements, parce que s'il y a un manque au niveau hébergement c'est clair que là les personnes vont raccourcir leurs séjours. »

**E8 :** « Alors le sentier grande randonnée sentier cathare ou GR107 je pense que là il y a vraiment un problème par exemple en France et dans la partie ariégeoise c'est d'avoir de l'hébergement fiable de qualité tout au long des sentiers. Parce qu'en fait ça baisse, moi de ce que j'ai entendu en particulier sur Montségur c'est qu'il ya un gîte qui a fermé et dont la prestation était ...il y avait des problèmes sanitaires avec des problèmes sanitaires des bestioles dans le lit des choses comme ça. Et oui mais alors tout ça c'est que si vous n'offrez rien aux randonneurs ça va périliter après les gens vont savoir que l'on ne peut pas faire étape là ou là ce que j'ai même entendu c'est que même sur la partie Aude c'est pas top quoi.

**Existence d'un mythe collectif**

**Mythe du vrai et du faux randonneur (« randonneur du dimanche »). Le vrai randonneur : GR107/Sentier Cathare.  
 Le faux : Le Toulousain**

**Problématiques**

**Stationnement**

**Comportements des touristes  
 Transmission des hébergements  
 Gestion des déchets, sanitaires**

**2. Approche croisée multi-acteurs : confrontation des perceptions et opinions des socioprofessionnels et des élus**

*Se reporter au document joint.*

**3. Discussion relative à l'intégration de données qualitatives dans l'observatoire numérique NATTUR**

*Enjeux et plus-value de l'intégration de données qualitatives dans l'observatoire numérique du tourisme*

Les méthodes d'étude qualitative consistent à recueillir des données verbales (ou des images) à des fins d'interprétation. Elles permettent de comprendre des phénomènes, leurs causes ou fondements. A cet égard, elles apportent un éclairage complémentaire à des données quantitatives.

En outre, les entretiens semi-directifs, en laissant la place à une libre expression des personnes interrogées, permettent parfois de recueillir des éléments inattendus et néanmoins pertinents pour la compréhension du tourisme sur un territoire.

Dans la pratique, l'Observatoire du Tourisme de l'ADT Ariège Pyrénées relève des données qualitatives auprès des professionnels du tourisme à un rythme mensuel, par mail, qui donnent lieu à l'édition d'une note de conjoncture mensuelle centrée sur les ressentis des professionnels.<sup>3</sup>

**Témoignages de professionnels ...**

*"Les clientèles présentes pendant les vacances scolaires sont en demande de randonnées pédestres. Peu de neige mais des vacances ensoleillées où "on change d'air"!, d'où une certaine satisfaction..... "*

*"beaucoup de cours séjours, même pendant les vacances scolaires 3 jours maximum !..... "*

Extrait de la note de conjoncture de l'ADT Ariège Pyrénées de décembre 2019

### Retour sur le choix des 4 catégories d'acteurs

Le choix de distinguer quatre catégories d'acteurs identifiées – élus, socioprofessionnels, touristes et habitants – a montré sa pertinence. L'analyse croisée multi-acteurs a en effet fait ressortir que certains éléments ne sont abordés que par certaines catégories d'acteurs, devenant « marqueurs » de leur vision du tourisme ou du territoire.

⇒ *Ces quatre profils d'acteurs justifient que l'application web qui sera développée pour alimenter l'observatoire NATTUR comporte quatre interfaces spécifiques, adaptées à ces différents profils.*

### Retour sur l'analyse des données qualitatives

**Les fiches d'identité territoriale** donnent une « photo » de l'opinion des interlocuteurs vis-à-vis du développement touristique. Il paraît néanmoins difficile d'élaborer des fiches reprenant les trois concepts de tourisme vécu, perçu et voulu tout en restant claires et synthétiques. En outre, établir de telles fiches sur un échantillon modeste, où la même personne a préparé, mené, retranscrit et analysé les entretiens est réalisable car cette personne connaît parfaitement son corpus. La faisabilité d'un tel travail sur un volume de données fourni par le numérique, donc bien plus conséquent, reste une interrogation.

**Les analyses croisées entre les catégories d'acteurs** font ressortir des éléments fort intéressants mais parfois difficilement exploitables (comment exploiter « *Le tourisme, c'est pas trop important mais c'est conséquent* » ?).

Elles permettent tout de même d'identifier des thématiques récurrentes. L'analyse croisée élus/socioprofessionnels montre par exemple que certaines thématiques sont abordées exclusivement par une catégorie d'acteurs (ex. les socioprofessionnels caractérisent volontiers le tourisme en fonction de leurs clientèles, leurs pratiques de randonnée, la saisonnalité de l'activité...). D'autres thématiques sont abordées

---

<sup>3</sup> D'après entretien avec E. DANJOU-MARTINEZ, chargée de l'Observatoire touristique de l'ADT Ariège Pyrénées, réalisé en octobre 2019

par tous (la fréquentation) mais avec des opinions très divergentes (allant de « *il faut limiter les flux* » à « *il faut augmenter la fréquentation* »).

⇒ *Dans la perspective du développement de l'observatoire NATTUR, il est envisagé de prédéfinir des thématiques afin de faciliter l'exploitation des données recueillies. Les thématiques mentionnées de manière récurrente par les acteurs interrogés lors des entretiens vont pouvoir constituer une première base de réflexion pour établir cette liste de thématiques.*

Concernant **les familles d'opinion** : un point de vigilance et d'amélioration est à soulever. Dans la construction méthodologique expérimentée, le positionnement « neutre » en matière de perception des acteurs ne permet pas de distinguer les acteurs qui considèrent une absence de retombées du tourisme sur le territoire et ceux qui témoignent d'un avis partagé mêlant retombées positives et négatives.

#### *Pistes de réflexion pour l'intégration de données qualitatives dans l'observatoire NATTUR :*

Au regard de l'enquête qualitative conduite en 2018 et des expérimentations qu'elle a permises en matière d'analyse, ressortent les réflexions suivantes quant à l'intégration de données qualitatives dans l'observatoire numérique NATTUR :

- Une alerte a été émise par les interlocuteurs, tant dans les entretiens semi-directifs que lors de discussions informelles avec différents partenaires au sujet du développement de l'observatoire numérique : « *il ne faut pas que ce soit une usine à gaz* », autrement dit cet observatoire doit être **simple d'utilisation pour être approprié par les élus et techniciens**.
- L'expérience de l'ADT Ariège Pyrénées en matière d'observation touristique en lien avec les acteurs du tourisme fait remonter **un réel besoin d'animation pour la mobilisation et l'implication** des acteurs socioprofessionnels à contribuer aux enquêtes mensuelles. Du point de vue des professionnels, la contribution à l'observation touristique est associée à une tâche *administrative*, qui leur demande un effort d'assiduité.

⇒ *Ces deux observations nous encouragent à prévoir des ateliers de co-construction de l'observatoire avec les acteurs du tourisme sur le territoire NATTUR, à la fois pour s'assurer de construire un outil qui réponde à leurs attentes/besoins et aussi pour les sensibiliser aux enjeux de l'observation du tourisme et à ce qu'elle peut leur apporter.*

## RÉFÉRENCES

- BESSIERE, J. (s.f.). Cours de Sociologie du tourisme - Méthodologie de l'étude qualitative. ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès
- BOREL, P. (s.f.). *Le positionnement : un atout stratégique pour se développer de manière durable sur des marchés concurrentiels*. Obtenido de Les 4 Temps du management: [https://www.4tempsdumanagement.com/3-30-Le-positionnement-un-atout-strategique-pour-se-developper-de-maniere-durable-sur-des-marches-concurrentiels\\_a4569.html](https://www.4tempsdumanagement.com/3-30-Le-positionnement-un-atout-strategique-pour-se-developper-de-maniere-durable-sur-des-marches-concurrentiels_a4569.html)
- DUMEZ, H. (2015). *Méthodologie de la recherche qualitative*. Vuibert.
- GHIGLIONE, R., & MATALON, B. (1998). *Les enquêtes sociologiques. Théories et pratique*. Armand Colin.
- LAMBIN, J.-J., & DE MOERLOOSE, C. (2016). Chapitre 9, Section 2 : Les stratégies de positionnement. En J.-J. LAMBIN, & C. DE MOERLOOSE, *Marketing stratégique et opérationnel. La démarche marketing dans l'économie numérique*. (9ème édition ed., págs. p.337-341). DUNOD.
- MARYNOWER, M. (20 octobre 2017). *Le tourisme, un enjeu d'attractivité globale pour les territoires*. Obtenido de Blog Territorial: <https://www.blog-territorial.fr/comprendre-linteret-du-marketing-territorial/>
- TORRENTE, P. (2009). Développement durable, Tourisme et territoire. Introduction à l'analyse systémique. En A. L. (dir.), *Tourisme responsable, clé d'entrée du développement durable*. Editions Chronique Sociale.
- TORRENTE, P. (novembre 2014). Fondements, Principes et Réflexions pour une transition touristique en Méditerranée. *Cahiers de l'OCEMO n°3*.

Des réf., même maison, sur Tourisme voulu vécu perçu ?