

Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine

100-3 | 2012

L'émergence des marchés du sport et du loisir dans l'arc alpin

Combinaison de proximités géographiques et socio-économiques

La filière « Tourisme sportif de montagne et de nature » en Rhône-Alpes

Éric Boutroy, Philippe Bourdeau, Pascal Mao et Nicolas Senil



Éditeur

Association pour la diffusion de la recherche alpine

Édition électronique

URL : <http://rga.revues.org/1890>

DOI : 10.4000/rga.1890

ISSN : 1760-7426

Référence électronique

Éric Boutroy, Philippe Bourdeau, Pascal Mao et Nicolas Senil, « Combinaison de proximités géographiques et socio-économiques », *Revue de Géographie Alpine | Journal of Alpine Research* [En ligne], 100-3 | 2012, mis en ligne le 08 mars 2013, consulté le 30 septembre 2016. URL : <http://rga.revues.org/1890> ; DOI : 10.4000/rga.1890

Ce document a été généré automatiquement le 30 septembre 2016.



La *Revue de Géographie Alpine* est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Combinaison de proximités géographiques et socio-économiques

La filière « Tourisme sportif de montagne et de nature » en Rhône-Alpes

Éric Boutroy, Philippe Bourdeau, Pascal Mao et Nicolas Senil

- 1 La prise en compte du rôle de l'espace dans les dynamiques économiques a été relativement tardive. En dépit de quelques travaux pionniers interrogeant la localisation hétérogène des individus, des biens et des phénomènes (de Marshall à Von Thunen), il faut attendre les années 1980 pour que l'espace ne soit plus considéré uniquement comme un support neutre de l'activité et des échanges économiques, mais comme ayant un rôle actif dans les processus de développement. Appréhendé comme un construit social, le territoire apparaît lié avec différentes proximités créatrices potentielles d'avantages comparatifs.
- 2 En s'intéressant à des cas exceptionnels de foyers d'innovation économique ou technologique, des recherches révèlent l'existence au sein de ces ensembles productifs d'intenses relations d'échange entre les différentes entreprises qui les composent, et de liens étroits avec le système local, générateurs de cultures communes et de savoir-faire partagés. Ces travaux vont donner lieu à différentes conceptualisations – District Industriel (Beccatini, 1989), Systèmes Productifs Locaux (Courlet, Pecqueur, 1991, Gilly, Grossetti, 1993, Courlet, 1994), Milieu Innovateur (Maillat, Quévit, Senn, 1993, Camagni, Maillat, Matteaccioli, 2004), Cluster (Porter, 2000) – qui par-delà leurs nuances, partagent un certain nombre de fondements : appréhension systémique d'un agrégat productif d'entreprises, co-localisation assez étroite génératrice d'externalités positives, prise en compte de relations coopératives.
- 3 Pensé comme une construction socioculturelle résultant des interactions localisées d'acteurs en système, le territoire est placé au cœur du fonctionnement des modes d'organisation de ces formes productives. Il offre ainsi une dialectique entre proximité géographique et proximité organisationnelle (Pecqueur, Zimmerman, 2004) qui « favorise l'existence et la pérennisation de relations sociales sur la base desquelles ces coopérations peuvent s'établir » (Grossetti, 2004). Dans cette optique, « le territoire, compris comme un

système social et non simplement spatial, est à l'évidence un fournisseur privilégié de ces ressources relationnelles » (Veltz, 2002). Cette reconnaissance est lisible dans le renouvellement des politiques publiques d'aménagement du territoire qui encouragent aujourd'hui le regroupement localisé des activités économiques et de recherche d'un secteur donné : SPL, pôles de compétitivité, cluster, pôles d'excellence ruraux, systèmes régionaux d'innovation...

- 4 Il sera nécessaire d'étayer ce constat, mais la région Rhône-Alpes est aujourd'hui reconnue comme présentant une concentration hors norme d'organisations sportives avec une position de leader à l'échelle nationale dans le sous-secteur des sports de nature et de montagne, aussi bien sur le plan de l'offre d'espaces, sites et itinéraires de pratique, des compétences d'encadrement professionnel, de formation et de recherche, mais aussi de l'industrie et de la distribution spécialisée, des médias... On pourra alors s'étonner que les concepts de la proximité y aient été mis à l'épreuve sans résultats concluants. Le phénomène ne semble donc pas relever des paradigmes classiques analysant les interrelations territorialisées entre acteurs industriels, de recherche et de formation. Sur un versant académique, il n'a par exemple pas été possible de valider l'hypothèse de l'existence d'un « milieu innovateur » dans l'industrie d'articles sportifs en Rhône-Alpes (Aydalot, 1986, Hillairet et Richard, 2004 et 2005). Sur un versant plus opérationnel, force est également de constater les attermoissements des tentatives de structuration et d'animation par le haut : évaluation négative du pôle de compétitivité Sporaltec labellisé en 2005 (BCG et CMI, 2008), éparpillement et nébulosité des formes institutionnalisées de rapprochements organisés (Sporaltec, Clusters « Industrie de la neige » ou « Industries de la Montagne », Projet de Cluster « Sport et Loisirs Outdoor », Réseau Montagne de la CCI Savoie, Grappe d'entreprises *Outdoor Sport Valley...*).
- 5 Si une application stricte des modèles des sciences régionales ne semble pas concluante dans ce cas, nous souhaiterions montrer qu'il existe néanmoins des interactions fortes entre acteurs géographiquement, mais aussi culturellement proches. Plutôt que de chercher à vérifier (ou non) l'existence des formes systémiques exemplaires évoquées précédemment, le propos de cet article sera plus modestement d'essayer de mettre en évidence l'existence et certaines caractéristiques (géographiques, relationnelles) d'une filière « tourisme sportif de montagne et de nature » à l'échelle rhônalpine.
- 6 Parmi les différentes acceptions de la filière (Sekkat, 1987), nous en retiendrons une définition assez large : ensemble d'activités articulées (et parfois intégrées) verticalement (en relation amont-aval) mais aussi horizontalement (en relation de support ou de complémentarité) concourant à rendre possibles des consommations finales de sports de nature. Il s'agira donc bien de prendre en compte plusieurs sous-systèmes en interactions permanentes : la classique chaîne de valeur de la production/distribution d'articles sportifs, celle de la production et valorisation des sites et espaces sportifs (conception/fabrication/promotion/animation) qui rendent possible ou développent l'utilisation desdits articles, ou encore l'ensemble des fonctions supports (formation/recherche/soutien). L'intérêt de la notion de filière est de permettre d'assouplir le paradigme organisationnel et productif. Plutôt que de se limiter à certains types d'organisation (à l'instar du triptyque industrie-recherche-formation du milieu innovateur), elle permet de prendre en compte un grand nombre d'acteurs dont les activités s'imbriquent (média et éditeurs, organisateurs événementiel, clubs et mouvement sportif...) pour produire espaces, biens, services ou informations relatives à des consommations sportives singulières. La dimension systémique y est moins marquée et permet de décrire des

configurations productives : articulations souples, réseau, recombinaison en laissant ouverts les modes de coordination pris en compte (marché, contrat, règles mais aussi coopérations non formalisées, don...).

- 7 A partir des résultats d'une enquête croisant approches géoéconomique et géoculturelle (Bourdeau et al., 2007)¹, cet article commencera donc par montrer en quoi la région Rhône-Alpes supporte une filière « Tourisme sportif de montagne et de nature » de premier rang en détaillant ses caractéristiques structurelles et territoriales : échelle spatiale étendue, pluralité des acteurs et fonctions inter-reliés... A partir d'une démarche compréhensive fondée sur une analyse de cas, nous essaierons alors de montrer l'existence de configurations localisées de coopérations fondées sur la combinaison de plusieurs formes de proximités qui leur confèrent une pertinence. On s'efforcera de montrer la nécessité de prendre en compte le substrat territorial et culturel pour comprendre les relations fonctionnelles.

Diagnostic structurel et fonctionnel d'une filière « Tourisme sportif de montagne et de nature » en Rhône-Alpes

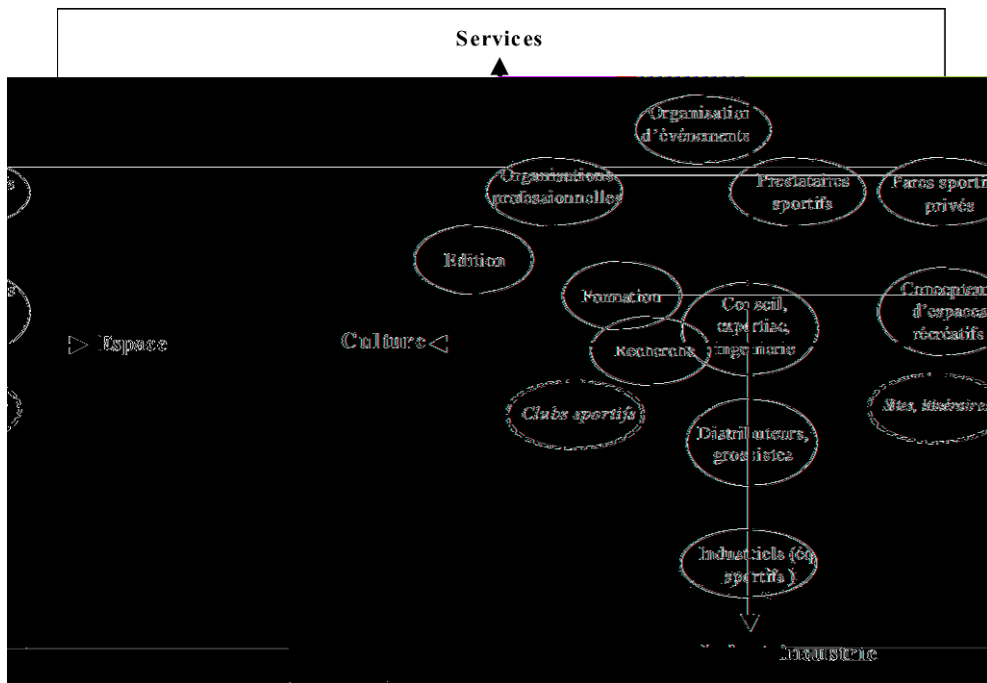
- 8 Le tourisme sportif de nature et de montagne est un des éléments structurants du territoire rhônalpin. Les questions du territoire au sens large (espaces naturels, pratiques, aménagement, infrastructures, développement, gestion des usages de l'espace, gestion environnementale et sécuritaire, gouvernance, acteurs, représentations et identités...) se posent avec d'autant plus d'acuité que le territoire constitue le support et la ressource de base de l'attraction et de l'animation récréative, pour les pratiques de loisirs de proximité comme pour les pratiques touristiques.
- 9 La Région Rhône-Alpes constitue une région « phare » positionnée systématiquement au premier rang national du point de vue de l'offre d'espaces ou de sites d'activités sportives de nature dans la majorité des pratiques de montagne, aussi bien d'un point de vue quantitatif que de la qualité des sites².

Tableau 1. L'offre d'espaces d'activités sportives de montagne et de nature estivales

Pratiques	Place de la Région Rhône-Alpes dans l'offre nationale	Nombre de sites de pratique dans la Région Rhône-Alpes	Part en % de l'offre rhône-alpine par rapport à l'offre nationale
Escalade	1 ^{er} rang	492	25 %
Via-ferrata	1 ^{er} rang	34	60 %
Canyoning	2 ^{ème} rang	168	33 %
Alpinisme	1 ^{er} rang	260	-
Spéléologie	1 ^{er} rang	541	30 %

10 Cette richesse constitue un facteur d'attractivité pour les habitants pratiquants³, les professionnels du tourisme sportif (encadrement, services...) et par effet de synergie pour la filière. Dans les modèles classiques, l'analyse se focalise sur les acteurs en apparence les plus directement impliqués dans l'innovation technique : l'industrie-distribution et les services de formation-recherche. Le choix fait ici est d'élargir la focale pour appréhender la filière économique et sportive de manière extensive en associant industriels et fabricants, centres de formations, concepteurs d'espaces récréatifs, cabinets-conseils, d'expertise ou d'ingénierie, distributeurs et grossistes, éditeurs et groupes de presse, organisations syndicales et professionnelles ou agences spécialisées. En 2006, ce tissu culturel et productif territorial réunit *de facto* en Rhône-Alpes près de 370 opérateurs socio-économiques de visibilité nationale, voire internationale, aussi divers que complémentaires au sein du secteur des loisirs et du tourisme sportif de montagne et de nature (Figure 1).

Figure 1. Le champ fonctionnel et relationnel de la filière « tourisme et loisirs sportifs de nature et de montagne » en Rhône-Alpes

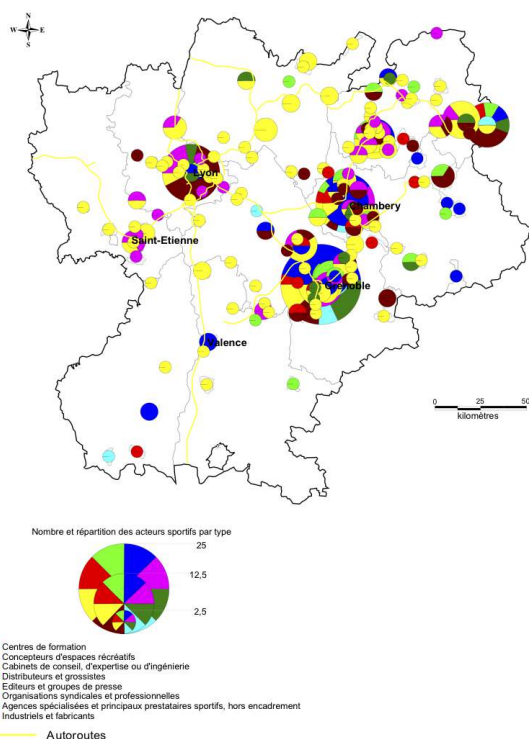


11 Ces acteurs sont implantés sur l'ensemble du territoire régional avec de fortes polarités autour des agglomérations de Grenoble, Chambéry, Lyon, Annecy et dans une moindre mesure Chamonix. Au-delà du domaine bien connu du ski (Rossignol, Salomon...), citons par exemple Eider dans l'Ain, Lafuma dans la Drôme, Francital et Rivory-Joanny dans la Loire, Petzl, Entreprises et Béal en Isère, Frendo en Savoie, Millet, Simond, Quechua ou Wedzee en Haute-Savoie... Sur un registre voisin, on notera encore la concentration en Rhône-Alpes des principales revues généralistes ou spécialisées concernant la montagne, d'Alpes Magazine (Chambéry) à l'Alpe (Grenoble), et de Vertical à Montagnes Magazine, tout comme de la plupart des éditeurs positionnés sur le créneau de la montagne (Arthaud, Glénat, Guérin, Alzieu, Editions de Belledonne, Ex Libris...). De même, Rhône-Alpes est à l'échelle nationale la principale concentration résidentielle et professionnelle des métiers sportifs de montagne, soit près de 20 000 professionnels, et donc le lieu

d’implantation logique de tous leurs syndicats professionnels – à Chambéry, Montmélian et Meylan.

- 12 Enfin, il convient aussi de mentionner le rayonnement national et international des centres de formation et de recherche spécialisés que sont l’ENSA/ENSM à Chamonix, l’ANENA, le CEMAGREF et le Centre d’Études de la Neige à Grenoble, sans oublier les pôles universitaires de Chambéry (CISM, Institut de la Montagne) et de Grenoble (Institut de Géographie Alpine et son antenne délocalisée en Ardèche le CERMOSEM, UFR STAPS, CERAT...).

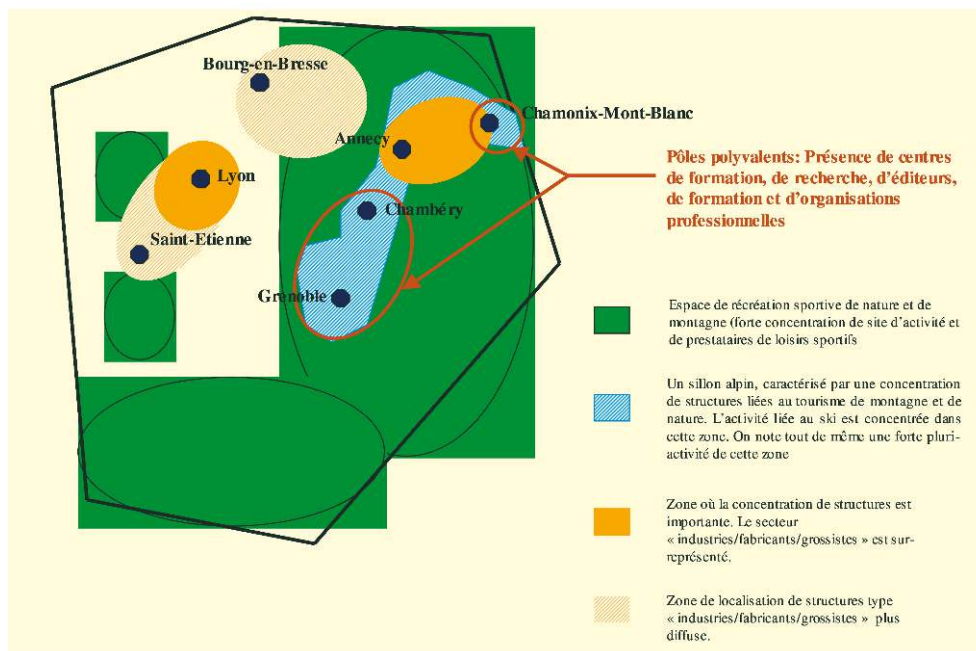
Carte 1. Répartition communale des acteurs économiques par type d’activité en Rhône-Alpes en 2006



SOURCE : GROUPE CIT, PACTE – TERRITOIRES – CERMOSEM UMR 5194, 2006

- 13 À la lecture de la Carte 1, il apparaît qu’en étant directement liés aux sports de montagne, les phénomènes de fréquentation touristique, de pratique sportive de proximité et de savoir-faire industriel, professionnel, culturel et scientifique observés à une échelle régionale (Augustin, 2002) constituent une offre socio-territoriale globale qu’il est possible de décrire comme « une place internationale des sports de montagne » de rang européen. Une telle représentation est à la fois très classique (« Chamonix, capitale mondiale de l’Alpinisme », « La Tarentaise, capitale mondiale du ski alpin »...) et peu valorisée sous l’angle d’une globalité de phénomènes qui apparaît comme constitutive de l’identité rhônalpine. Ce phénomène apparaît d’autant plus prégnant que la géographie de la filière sportive de nature s’organise tout autant par rapport à la proximité des espaces de récréation sportive que des centralités urbaines (Figure 2).

Figure 2. Esquisse de schématisation de l'organisation spatiale de la filière sportive de nature et de montagne dans la Région Rhône-Alpes en 2006



Une configuration de double proximité géographique et organisée

- 14 Telle que nous l'abordons, la « filière sportive de nature montagne Rhône-Alpine » s'illustre par une grande diversité des types d'activité, des domaines d'intervention et de compétences des acteurs qui tous concourent à produire ou entretenir une offre sportive et de loisirs. Ce constat conforte l'idée de l'existence d'une filière en suggérant la possible articulation ou complémentarité entre les secteurs d'activités représentés à l'échelle régionale avec des bassins organisés autour des grandes métropoles rhônalpines. L'hypothèse de l'existence d'un « effet territorial » s'appuyant sur des proximités entre espaces de récréation, espaces de vie perçus comme zones de chalandise et émettrices de pratiquants, des zones de production associées à des espaces de consommations peut alors être avancée. Mais au-delà de diverses formes de concentration aussi bien horizontales que verticales, les multiples agents économiques observés bénéficient-ils d'effets positifs liés à des effets de proximité ?
- 15 En prenant appui sur les travaux de la *French school of proximity* (Torre, 2008), il est possible de clarifier les différentes formes de proximité (Bouba Olga, Grossetti, 2008). Il est ainsi convenu de distinguer la proximité spatiale, appréhendée en termes de localisation et de distance physique⁴, et la proximité organisée, appréhendée en termes de contiguïté socio-économique⁵. Cette dernière recoupe deux formes : la proximité de coordination, liée pragmatiquement à des dispositifs (réseau, médiation) qui structurent ou stimulent des interactions concrètes ; la proximité de ressources, liée au partage de cadres de référence matériels (patrimoines, statuts sociaux...) ou cognitifs (savoirs, culture, normes...) similaires ou compatibles qui facilitent les échanges et les

coordinations. Ainsi mobilisées, ces notions peuvent aider à éclairer à la fois les co-localisations et les interactions entre les acteurs de la filière sportive rhônalpine.

Une proximité géographique composite

- 16 La proximité géographique, qui se repère par la co-localisation des acteurs potentiellement favorable à la liaison, ne doit pas occulter le rapprochement d'un concepteur avec des sites emblématiques. « Annecy c'est un carrefour très intéressant. Déjà, c'est à 60 kilomètres de Grenoble, à côté de Lyon, mais aussi à côté de l'international : Suisse, Italie... C'est pratique. Annecy condense aussi toutes les montagnes : l'hiver et l'été, la haute montagne, la moyenne montagne et la basse vallée, la performance, le fun et le loisir. Annecy, c'est un concentré d'*outdoor*. Le signe c'est que tout le monde dans Salomon peut y trouver son plaisir. Et puis surtout on est à côté de lieux super symboliques. Je pense par exemple au mont-Blanc ou à Chamonix. Il y a de l'histoire. On peut se rattacher à tout ça. C'est là que l'on est bien. C'est là que l'on est créatif. C'est là que l'on est visible » (J.Y. Couput, Salomon).
- 17 À cet égard, il existe un effet de proximité entre les espaces de récréation (là où se déroulent les pratiques), les pratiquants sportifs⁶ et les espaces de productions de biens et de services dont témoignent les implantations de Petzl (Crolles), Lafuma (Anneyron), Expé (Auberives en Royan) ou plus récemment Raidlight (Saint-Pierre-de-Chartreuse). M. Béal, PDG du leader mondial des cordes (loisirs et métiers de sécurité) évoque ainsi son maintien à Vienne (38) en termes d'externalités locales : facilitation des échanges, itération, expertise. « On est quand même dans un environnement proche des montagnes. Surtout on est très bien placé ici, puisqu'on n'est pas loin de Chamonix, à deux heures. Et on est content de ne pas être trop loin de Chamonix parce qu'on a tout le temps des rapports avec des gens là-bas, par exemple l'ENSA. Et également les tests, pour nos cordes, sont faits à Grenoble – le labo principal pour les tests c'est l'APAVE, en gros un des trois labos dans le monde qui font les tests, à Fontaine exactement. C'est beaucoup plus pratique d'être proche d'eux. Cette proximité, on pourrait s'en passer, mais c'est mieux comme ça : il nous est facile, s'il y a une difficulté dans le test, une différence d'interprétation de la norme, ou de résultat, on va sur place en une heure et on regarde comment ils font. On règle le problème tout de suite. Et la route du sud passe par ici, c'est clair, avec tous les grands centres d'escalade nationaux : Buoux, Cimaï, Calanques, Sainte Victoire. Donc on est particulièrement bien placé sur le chemin des conseillers techniques et des pratiquants⁷. Le lieu est un atout complémentaire, même s'il n'est pas décisif » (Béal).
- 18 Pour illustrer ce processus, le cas chamoniard est exemplaire. L'identité forte du lieu et sa lisibilité internationale au sein des sports de montagne ont favorisé l'implantation de nombreuses entreprises souhaitant autant attacher à leur production l'image du Mont-Blanc que profiter du voisinage commode d'autres acteurs et des sites de pratique. Peuvent être cités entre autres Simond, Charlet-Moser, Grivel pour les fabricants de matériel, Guérin pour l'édition, l'ENSA pour la formation et l'expertise, de multiples grossistes et agences spécialisées, etc. La marque Quechua (groupe Oxylane), dont le siège social – conception, design, marketing – est installé à Domancy (proximité fonctionnelle et symbolique de Saint-Gervais Mont Blanc), s'est développée par mitage dans le Pays du Mont-Blanc (Chedde, Fayet, Passy, Magland) avec l'ambition de former une « chaîne de production verticale » allant de la conception des produits aux tests sur le terrain en

passant par la production, promotion et commercialisation. Depuis février 2012, une boutique vitrine Quechua est même ouverte à Chamonix, afin de symboliser un rattachement symbolique au pied du Mont Blanc. La création récente d'un *Mountain Lab*⁸ à Chamonix, plateforme technoscientifique de test en conditions réelles pour l'industrie de l'*outdoor* qui envisage la création d'un label « testé au Mont Blanc », témoigne de cet effet territorial, mais elle illustre aussi combien la proximité est liée à des dispositifs de coordination ou de ressources.

Une proximité organisée à la fois formelle et informelle

- 19 En effet, il existe en Rhône-Alpes des interactions fortes entre rapprochements géographiques et proximité organisée, illustrant très bien comment « la proximité spatiale des organisations influe sur la proximité spatiale des individus, qui influe sur la proximité relationnelle individuelle, qui favorise les rapprochements entre organisations, à condition que celles-ci soient complémentaires » (Bouba-Olga et Grossetti, 2009).
- 20 La proximité de *coordination* est la première forme repérable, notamment dans le progressif « encastrement des relations dans des réseaux sociaux ou individuels localement constitués » (Bouba-Olga *et al.*, 2009). Ces chaînes de relations personnelles apparaissent très importantes dans les témoignages recueillis lors de notre enquête, avec une manifestation tangible de « l'existence d'échanges au moins partiellement non marchands entre les organisations de ces systèmes, échanges ayant entre autres pour effet le partage, la diffusion ou la construction commune de savoirs techniques ou économiques » (Grossetti, 2004).
- 21 E. Le Lann, responsable de la communication de Petzl, décrit à l'aune d'échanges très peu formalisés ses relations avec une marque qui deviendra progressivement son employeur : dons de matériel (athlète haut niveau) pour retombées médiatiques, retours (expertise technique, promotion) spontanés, relations durables, recrutement comme conseiller technique puis comme responsable. « La relation que j'ai avec Petzl aujourd'hui (...) se fait petit à petit, au fil des années, et pendant longtemps on ne se rend pas vraiment compte de ce que l'on échange » (E. Le Lann, Petzl).
- 22 De fait, les activités de ce guide de haute montagne font un lien emblématique avec un grand nombre de pôles de la filière entre lesquels se tissent des relations directes ou non. Il a ainsi fait partie d'une équipe fédérale de haut niveau (FFME), a été formé à l'ENSA (74), est adhérent d'un syndicat professionnel (SNGM, 73), a été organisateur événementiel (*Ice World Cup*) et par ce biais en relation avec un grand nombre d'entreprises et de collectivités, a eu un contrat de conseiller technique avec plusieurs fabricants de matériel avant d'être recruté par l'un d'eux comme responsable sponsoring et événementiel (Petzl, 38), est pigiste pour la presse spécialisée (Glénat, puis Nivéales, Grenoble), réalise des documentaires montagne (Seven Doc, Grenoble) tout en continuant à exercer comme guide indépendant (par une volonté explicite de conserver un lien direct avec les marchés de référence). Ce réseau, fondé sur des relations durables et récurrentes, représente lorsqu'il est activé ce que Torre (2010) désigne comme un grand « potentiel d'interaction ou d'actions communes »⁹.
- 23 C'est bien sur la base de relations personnelles et façon peu formalisées que ce sont amorcés les partenariats entre un syndicat professionnel et des industriels, pour progressivement désencastrer la dimension personnelle. « Cela s'est fait de manière un peu bricolée au début. L'un d'entre nous connaît bien telle entreprise, et par son

intermédiaire, un peu naturellement, on pouvait recevoir un petit soutien. La première collaboration nette, troquée collectivement, a été avec Béal, qui nous a proposé il y a déjà 10-12 ans des dons de matériels pour l'organisation de nos recyclages [(ré)actualisation de la formation des guides assurée par le SNGM]. Nous, on avait du matériel au top, et Béal pouvait être en contact privilégié pour présenter ses produits, ses nouveautés avec des utilisateurs intenses qui sont aussi de bons prescripteurs. Les recyclages sont aujourd'hui l'occasion à la plupart des grandes marques de nous soutenir. En échange, elles peuvent participer au salon que l'on organise à l'occasion de chaque assemblée générale : ça fait quand même entre 300 et 400 guides, sans parler de la couverture médiatique » (B. Pellicier, président du Syndicat national des guides de montagne).

- 24 Mais la proximité de coordination peut aussi s'appuyer sur des institutions de médiations susceptibles de mettre en contact et de faciliter l'appariement des acteurs et des ressources. Les nombreux dispositifs déjà évoqués (SPL, cluster, grappe...) relèvent de ce domaine dans une structuration des coordinations *top-down* soutenue par une mosaïque d'institutions (DATAR, MITRA, CIADT / RFIS, CCI...). Il existe néanmoins d'autres formes de coordination de médiation (typées *bottom-up*) par formalisation (institutionnalisation, centralisation décisionnelle) variable de coopérations : essaimage, entreprise étendue, réseau institutionnalisé. Créée en 1989, la société Dianeige a toujours été ancrée en Rhône-Alpes : basée au départ en Savoie lors de sa création par Louis Guily, elle s'est déplacée en 1996 à Grenoble où elle emploie 20 personnes. Centrée sur le domaine de l'ingénierie touristique, son activité combine à la fois le conseil à l'aménagement et la maîtrise d'œuvre dans un secteur – l'industrie des domaines skiables – assez large qui couvre aussi bien l'*indoor* que l'*outdoor*. Autant dire que le champ des savoir-faire nécessaires à la conduite des projets est vaste et a impliqué constitution d'« un club d'experts [maîtrise d'œuvre en installation de remontées mécanique, expertise environnementale, *marketing*] que nous mobilisons à chaque fois que c'est nécessaire. D'autres fois, nous nous réunissons directement pour répondre à un appel d'offres et être plus costaud ». Ce fonctionnement étendu est indissociable de la reconnaissance, de la durée, de la confiance et de la réciprocité. « Du coup il est très facile de travailler comme ça. Nous savons exactement sur qui compter. Nous nous connaissons aussi personnellement. Et il est vrai qu'à d'autres moments, nous pouvons être à notre tour sollicités par certains de nos partenaires lorsqu'ils ont besoin de nos compétences. Cela nous permet d'être réactifs et de profiter sagement de compétences que l'on n'a pas en interne ».
- 25 La filière « Tourisme sportif de montagne » se caractérise également par un rôle important de la proximité organisée *de ressources*. À côté de la proximité sociale classique, par exemple de type capital social, la « similarité ou complémentarité des valeurs, des « allants de soi », des projets, des routines, des conventions, des référents, etc. » (Bouba-Olga et Grossetti, 2008) facilite la circulation des connaissances et le partage de la confiance, parfois de manière tacite, dont témoignent explicitement plusieurs acteurs dans des descriptions du Salon International de Grenoble (SIG) comme microcosme affinitaire où derrière les dimensions fonctionnelles (promotion, observation des concurrents) se donne à voir l'ensemble de la filière et « d'une certaine manière ce partage d'histoire, de valeurs, [qui] favorise le travail en commun » (J.-M. Asselin, ancien rédacteur en chef de *Vertical*).
- 26 Il existe ainsi un cadre social favorable à l'échange et à la coopération où s'articulent appartenance (relations personnelles entre acteurs) et similitude (cultures et ressources

partagées). Pour Éric Bouchet, dirigeant d'un cabinet de consulting installé à Montmélian, « le réseau professionnel, le réseau de partenaires, c'est à la fois une communauté d'opinions, d'intérêts et de manière de faire » ; « dès lors que je me retrouve avec des gens qui ont une vision du tourisme durable sous la forme d'un consensus. Ce qui implique une certaine démarche, on va dire une certaine éthique, du coup les choses se font facilement. Dans le réseau des gens avec qui je travaille, on sait comment, et pourquoi on travaille. C'est indispensable. [...] Aujourd'hui, je ne travaille qu'avec des gens avec qui je partage des choses : ce que l'on a fait ensemble, mais aussi ce que l'on veut faire plus tard. D'abord c'est vachement plus agréable. Mais en plus on travaille mieux et le commanditaire ou les clients s'y retrouvent » (E. Bouchet, *Alterespaces*).

- 27 Souligner le rôle de ces valeurs et référents partagés implique toutefois de considérer la proximité de ressources de façon plus segmentée (par exemple en termes de sous-filières) ; qu'il s'agisse de cultures professionnelles liées par exemple à des secteurs d'activités (industrie, distribution, prestation de services...) et surtout de cultures sportives liées à des familles d'activités, comme par exemple entre sports en milieu « vertical » et sports d'eau vive.

Conclusion

- 28 Ni activité solitaire des acteurs, ni système d'interactions fortement structuré observable ailleurs dans quelques territoires exceptionnels, le fonctionnement ordinaire de la filière rhônalpine de « tourisme sportif de montagne » s'appuie de manière souple sur des proximités potentialisables autour de projets, de profils de compétence et d'identités professionnelles et (géo)culturelles. En ce sens, elle constitue une forme ordinaire de proximités géographique et organisée définissables comme un « potentiel [qui] peut être mobilisable ou activable par l'action et les représentations des acteurs » (Torre, 2010, p. 412). La région Rhône-Alpes se caractérise ainsi par une richesse de proximités variablement activées dans des configurations localisées de coordinations. Il s'agit donc moins de présupposer la détermination par le local que d'en faire un construit des interactions des acteurs. De fait, il paraît illusoire de vouloir systématiser les différentes formes d'interdépendance tissées à l'échelle régionale (Doloreux et Bitard, 2005).
- 29 Au contraire, il peut sembler intéressant de resserrer la focale afin d'observer au plus près les acteurs dans les modalités complexes de leurs liaisons concrètes. À cette échelle, la prise en compte des proximités pourrait s'appuyer de manière heuristique sur les outils descriptifs offerts par l'analyse sociotechnique et associationniste (Akrich, Callon, Latour, 2006). Plutôt que de postuler des effets (géographiques, systémiques), il s'agirait de décrire au ras du sol la manière dont se (re)configurent et parfois s'élargissent des réseaux autour de projets partagés. Dans cette perspective, la création d'un produit ou l'invention d'un nouveau territoire (Rech, Mounet, Briot, 2009) apparaît comme le résultat d'une consolidation progressive et incertaine associant des acteurs hétérogènes mais aussi des éléments non-humains (espaces, sites, équipements...). Une telle description pourrait ce faisant mesurer le poids des proximités (réurrences des liaisons favorables à la stabilisation des réseaux) et l'importance des éléments matériels et des localisations. En ce sens, le travail exploratoire présenté dans ce texte est actuellement poursuivi¹⁰ sous la forme de suivis sociotechniques de trajectoires d'innovation de plusieurs industriels sportifs rhônalpins.

- 30 Mais de la sociologie de la traduction on ne retiendra pas les recommandations radicales sur la neutralisation des médiations normatives du lien social (Quéré, 1989) sous la forme par exemple du partage culturel. De fait, à une autre échelle, l'analyse suggère que l'ensemble des acteurs reconnaît un fond commun qui apparaît nécessaire au fonctionnement du système. Abordé sous l'angle du partage, du vivre ensemble, de l'éthique, ce lien ténu mais essentiel renvoie *in fine* à ce que l'on pourrait appeler une intelligence culturelle territoriale (Bourdeau, Mao et Corneloup, 2008), encore largement sous-évaluée dans la pluralité de ses composantes structurelles et interactionnelles, organisées et informelles. Dans un secteur du tourisme et des loisirs qui doit faire face à des incertitudes et défis climatiques, énergétiques et économiques, cette intelligence offre aux acteurs qui la partagent une faculté d'adaptation accrue, à charge pour eux de la conforter grâce à des dispositifs de médiation et d'animation plus participatifs, apprenants et réflexifs, en même temps qu'orientés vers la créativité et l'action.

BIBLIOGRAPHIE

- AKRICH, M., CALLON, M., LATOUR, B., 2006.- *Sociologie de la traduction*, Paris, Presses de l'École des Mines.
- AYDALOT P., 1986.- *Milieus innovateurs en Europe*, GREMI, Paris.
- BECCATINI G., 1989.- « Les districts industriels en Italie », in Mariani M. *et al.*, *La Flexibilité en Italie*, MIRE-TEN, Paris, pp. 261-271
- BOSTON CONSULTING GROUP ET CM INTERNATIONAL, 2008.- Synthèse du rapport d'évaluation.
- BOUBA-OLGA O., GROSSETTI M., 2008.- « Socio-économie de proximité », *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, n°3, pp. 311-328.
- BOURDEAU PH. *et al.*, 2007.- La filière touristique-sportive de montagne et de nature en Rhône-Alpes comme « Configuration culturelle et productive régionale », Programme Émergence, Région Rhône-Alpes.
- BOURDEAU PH., MAO P., CORNELOUP J., 2008.- « Vers une intelligence territoriale du tourisme », *Montagnes méditerranéennes*, n°23, pp. 39-49.
- CAMAGNI R., MAILLAT D., MATTEACCIOLI A., 2004.- *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*, éd. EDES, Neuchâtel.
- COURLET C., 1994.- « Les systèmes productifs localisés, de quoi parle-t-on ? », in Courlet C., Soulage B., *Industrie, territoires et politiques publiques*, L'Harmattan.
- COURLET C., PECQUEUR B., 1991.- « Systèmes locaux d'entreprises et externalités : un essai de typologie », *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, 3/4, pp. 391-406.
- DOLOREUX D., BITARD P., 2005.- « Les systèmes régionaux d'innovation : discussion critique », *Géographie, Économie, Société*, 2005-1, vol. 7, pp. 21-36.

- DURANTON G., MARTIN PH., MAYER TH., MAYNERIS F., 2008.- *Les Pôles de compétitivité, Que peut-on en attendre ?*, CEPREMAP.
- GILLY J.-P., GROSSETTI M., 1993.- « Organisations, individus et territoires. Le cas des systèmes locaux d'innovation », *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, n°3, pp. 449-468.
- GROSSETTI M., 2004.- « Concentration d'entreprises et innovation : Esquisse d'une typologie des systèmes productifs locaux », *Géographie, économie, société*, vol. 6, n°2, pp. 163-177.
- HILLAIRET, D., RICHARD, G., 2004.- « Milieux innovateurs et filières sports-loisirs : essai d'application d'un paradigme technico-industriel du développement économique régional endogène », in Bouchet, P., Sobry, C. (dir.), *Management et marketing du sport : du local au global*, Édition Universitaire du Septentrion.
- HILLAIRET, D., RICHARD, G., 2005.- « Remise en cause du paradigme de milieux innovateurs en Rhône-Alpes. Méthodologie et premiers résultats empiriques dans la filière sports-loisirs », XLI^e colloque de l'ASRDLF, *Villes et territoires face aux défis de la mondialisation*, Dijon, 5-7 septembre.
- HURIOT J.-M., 1994.- in Von Thünen, *Économie et espaces*, Economica.
- MAILLAT D., QUEVIT M., SENN L., 1993.- « Introduction », in Maillat D., Quevit M., Senn L, *Réseaux d'innovation et milieux innovateurs : un pari pour le développement régional*, GREMI-IRER-EDES, Neuchâtel, pp. 3-12.
- PECQUEUR B., ZIMMERMANN J.-B., 2004. *Économie de proximités*, Lavoisier, Paris.
- PORTER M., 2000.- « Location clusters company strategy », in G.L Clark, M.P. Feldman et M.S. Gertler, *The Oxford Handbook of Economic Geography*, pp. 253-274.
- QUÉRÉ L., 1989.- « Les boîtes noires de Bruno Latour ou le lien social dans la machine », *Réseaux*, 36, p. 95-117.
- 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 », *Espaces & Sociétés*, 136-137, pp. 157-171.
- SEKKAT K., 1987.- « Filières de production : revue de la littérature et comparaison avec la théorie néo-classique », *L'actualité économique*, 63-1, pp. 118-142.
- TORRE A., 2008.- « Proximité géographique et pragmatique de l'action », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 3, pp. 329-332.
- TORRE A., 2010.- « Jalons pour une analyse dynamique des proximités », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 3, pp. 409-437.
- VELTZ P., 2002.- *Des lieux et des liens. Politiques du territoire à l'heure de la mondialisation*, Éditions de l'Aube, La Tour d'Aigues.

NOTES

1. Ce travail s'appuie d'une part sur l'établissement et le traitement de plusieurs bases de données spécifiques construites entre 2002 et 2006 (Espaces, Sites et Itinéraires, pratiquants, opérateurs industriels, culturels et sportifs, prestataires de services sportifs...); et d'autre part sur des entretiens approfondis réalisés avec 18 professionnels (dirigeants, managers) représentant la diversité des types d'organisation de la filière.

2. Chamonix et le massif du Mont Blanc pour l'alpinisme, les réseaux savoyards (Gouffre Berger...) pour la spéléologie, etc.
 3. Les fédérations sportives de montagne connaissent un fort développement tant d'un point de vue du nombre d'adhérents que des taux de pénétration largement supérieurs aux moyennes nationales (ex. : 7 pour 1000 habitants pour le CAF). La Région concentre ainsi pour le CAF et la FFME entre 30 et 40% des pratiquants fédérés français.
 4. Dimension assurément relative, devant tenir compte des distances fonctionnelles, des coûts de déplacement ou de transports, des infrastructures, mais aussi des perceptions des acteurs.
 5. « Elle concerne différentes manières qu'ont les acteurs d'être proches, en dehors de la relation géographique, le qualificatif « organisée » faisant référence au caractère agencé des activités humaines, et non à l'appartenance à une organisation en particulier » (Torre, 2010, p. 415).
 6. Sachant qu'un grand nombre de salariés de ces entreprises sont eux-mêmes pratiquants, plusieurs dirigeants évoquent également la localisation comme facteur d'attractivité de collaborateurs performants.
 7. Le même PDG, listant des produits pour lesquels le lien direct avec les pratiquants a été décisif, explique combien cette proximité est un « sucre lent » de l'innovation : « Le contact avec les grimpeurs, la proximité géographique de certains des lieux incomparables de cette évolution, ça nous a aidés à saisir la transformation du rapport à la chute, la culture montagne – on ne tombe pas. Un changement de mentalité absolu ».
 8. Qui coordonne localement des partenaires d'expertise et de recherche (Ifremmont, ENSA...) et des partenaires institutionnels (Compagnie du Mont-Blanc, *Outdoor Sport Valley...*).
 9. Cette proximité fait l'objet d'une (re)construction permanente : « En tant que responsable promotion chez Petzl, ils voulaient notamment un guide, et qui avait une bonne expérience des événements et des médias. Alors j'ai pu négocier avec mon poste de conserver une activité de guide en prenant des congés sans solde dans la mesure où ça n'interfère pas avec les événements et les trucs importants. Je leur ai fait pointer du doigt le fait qu'être à la promotion et gérer tout ce qui fait en montagne au sein d'une société, si tu perds le contact direct avec le milieu et les réalités des pratiquants, t'es comme un journaliste qui sortirait jamais de son bureau. Et puis j'ai besoin d'être affûté comme je bosse avec le bureau d'étude » (*id.*).
 10. Dans le cadre d'un contrat ANR TIMSA (Territoire, Innovations, Marchés et Sports dans les Alpes).
-

RÉSUMÉS

S'il est aujourd'hui reconnu que la région Rhône-Alpes se caractérise par une concentration singulière d'entreprises sportives, en particulier dans le secteur des sports de montagne et de nature, ce phénomène ne semble pas relever des paradigmes classiques analysant les interrelations territorialisées entre acteurs industriels, de recherche et de formation. Ces constats ne signifient pas l'absence à l'échelle rhône-alpine d'interactions fortes entre acteurs géographiquement proches, mais incitent à aborder ce phénomène à partir d'une approche plus descriptive et mesurée. À partir des résultats d'une enquête croisant géographie économique et géographie culturelle, cet article commencera par montrer en quoi Rhône-Alpes supporte une filière « Tourisme sportif de montagne et de nature » de premier rang en détaillant ses caractéristiques structurelles et territoriales : échelle spatiale élargie, pluralité des acteurs et

fonctions interreliées... Dans une démarche compréhensive, nous essaierons ensuite de montrer l'existence de configurations localisées de coopérations, fondées sur une complémentarité de proximités géographiques et socio-économiques. À l'heure d'un questionnement des politiques publiques centralisées de *clustering* (Duranton *et al.*, 2008), il semble ainsi légitime d'observer les dynamiques « spontanées » entre organisations pour comprendre de manière plus réaliste les liens entre l'attractivité des territoires et la compétitivité d'une filière.

INDEX

Mots-clés : filière, montagne, proximité géographique, proximité socio-économique, sport, tourisme

AUTEURS

ÉRIC BOUTROY

Centre de Recherche et d'Innovation sur le Sport (CRIS, EA 647), Université de Lyon
eric.boutroy@univ-lyon1.fr

PHILIPPE BOURDEAU

Département Territoire (UMR PACTE), Université de Grenoble
philippe.bourdeau@ujf-grenoble.fr

PASCAL MAO

Département Territoire (UMR PACTE), Université de Grenoble
pmao@ujf-grenoble.fr

NICOLAS SENIL

Département Territoire (UMR PACTE), Université de Grenoblenicolas_senil@yahoo.fr