

Introduction au dossier

Sport, tourisme et production de territoires

Christophe Guibert



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/1002>

DOI : [10.4000/tourisme.1002](https://doi.org/10.4000/tourisme.1002)

ISSN : 2492-7503

Éditeur

Éditions touristiques européennes

Référence électronique

Christophe Guibert, « Introduction au dossier », *Mondes du Tourisme* [En ligne], 11 | 2015, mis en ligne le 01 décembre 2015, consulté le 23 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/1002> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/tourisme.1002>

Ce document a été généré automatiquement le 23 septembre 2020.



Mondes du tourisme est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Introduction au dossier

Sport, tourisme et production de territoires

Christophe Guibert

- 1 Dans une perspective de valorisation ou d'identification territoriale, de développement territorial ou localisé, les stratégies des élus politiques locaux participent à la construction et à la production de l'offre sportive et touristique implantée sur leur territoire. Événementiel sportif, équipements structurants, communications ciblées sont autant d'arguments et d'effets de symbolisation mobilisés par les élus afin de contribuer au processus de développement touristique local, voire sa diversification. Le Vendée Globe, course à la voile autour du monde organisée depuis la fin des années 1980 dans la ville des Sables d'Olonne, en constitue un exemple quasi "idéaltypique" en raison du puissant investissement (d'ordres médiatique, politique et économique) des différents échelons territoriaux concernés, en particulier du conseil général de l'époque (Guibert & Le Dû, 2007, p. 251-267). L'envergure médiatique de certaines manifestations sportives combinée aux profits économiques et politiques escomptés par les dirigeants politiques des territoires concernés permettent de lisser parfois, comme par magie, les dissidences partisans. L'enjeu politique, au-delà du soutien financier à l'égard des activités sportives, consiste à favoriser le développement des territoires à l'aune de "*particularismes locaux*" (Callède, 2002, pp. 206-211), processus qui correspond à une logique de "*marketing territorial*" (Le Bart, 1999, pp. 415-429 ; Guibert, 2006).
- 2 Pour autant, cet ancrage territorial ne peut exclusivement se réduire aux stratégies politiques des élus des différents échelons territoriaux. Les sportifs et les touristes, par leurs consommations, leurs fréquentations, leurs expériences et leurs mobilités, mais aussi les producteurs de services sportifs et touristiques (entreprises comme associations), les organismes et les promoteurs locaux en charge du tourisme, voire la population locale dans une perspective participative, etc., contribuent également, à leurs manières, aux transformations territoriales. Si les impacts économiques, sociaux et médiatiques des politiques sportives et touristiques et leurs effets sur les aménagements des territoires (au sens large) ont déjà fait l'objet de nombreuses recherches et publications en sciences économiques et sociales, doit-on y voir une

relation mécanique, un allant de soi, entre sport, tourisme et développement localisé ? Comment la gouvernance de ces territoires associe-t-elle, localement, les acteurs du sport (associations, éducateurs sportifs, organisateurs d'événements, etc.) et les touristes ? Des singularités locales, des freins juridiques, politiques, économiques et sociaux peuvent-ils être identifiés ? Permettent-ils de questionner cette dialectique performative ? Partant de ces questionnements liminaires, l'objet de ce dossier thématique, composé de quatre textes, consiste à interroger l'impact des sports (sites et équipements, événements, pratiques) et de leur intégration au *tourisme sportif* sur les modes de consommation qui lui sont liés, sur les stratégies de diversification de l'offre sportive, qu'elle soit associative ou commerciale, et *in fine* sur l'économie touristique locale et/ou régionale. L'ambition est de questionner, à l'aune du concept de "*ressource territoriale*" (Gumuchian, Pecqueur, 2007), la relation construite entre sport, tourisme et développement local dont la vision est parfois "*enchantée*" (Réau & Poupeau, 2007, pp. 5-14 ; Guibert & Slimani, 2011).

- 3 **Olivier Bessy** et **André Suchet** proposent, dans l'article intitulé "Une approche théorique de l'événementiel sportif", de formaliser un dispositif théorique permettant l'étude systématique des retombées des événements sportifs en termes de développement local. À partir de résultats de plusieurs cas français sur une période récente (1990-2014), les auteurs présentent un cadre conceptuel permettant la mise en relation entre un événement temporaire, des individus agissants et un espace territorialisé. Il s'agit ainsi, selon eux, de conceptualiser le niveau d'effet d'un événementiel, de pointer l'opposition structurelle entre événements importés et événements fabriqués, et, enfin, de caractériser le choix d'une stratégie d'orientation plus ou moins participative. "Le développement des économies locales des sports de nature dans les territoires touristiques et ruraux : diagnostic comparé des ressources territoriales en Ardèche", article de **Marc Langenbach**, mobilise des références théoriques en géographie économique afin de questionner le développement d'une économie locale basée sur la marchandisation des sports de nature. Entendus ici telles des ressources territoriales, l'auteur interroge les sports de nature dans le département de l'Ardèche, leur ancrage dans le territoire, et leurs interactions avec les sphères économique, culturelle, environnementale et politique. L'article de **Johanne Pabion Mouriès**, **Véronique Reynier** et **Bastien Soulé**, intitulé "Les leviers de différenciation face à une innovation banalisée en station de montagne : attractivité des *snowparks* et positionnement des stations. (Le cas des *snowparks*)", questionne l'intérêt, pour un territoire, d'avoir recours à des équipements sportifs singuliers. Basé sur une enquête multisite mêlant ethnographie de terrain, entretiens et analyse documentaire, l'article interroge la pluralité des espaces et souligne les divers positionnements stratégiques à l'œuvre à l'échelle des stations de montagne, en particulier l'innovation ou les facteurs clés de succès (FCS), ancrage théorique emprunté aux travaux relatifs aux stratégies d'entreprise. Enfin, l'article proposé par **Clémence Perrin-Malterre**, "Processus de diversification touristique autour des sports de nature dans une station de moyenne montagne", analyse les modalités qui ont amené différents acteurs aux intérêts propres et singuliers à coordonner leurs actions pour mener à bien leurs projets de développement autour des sports de nature dans une station iséroise. Partant, l'auteure démontre comment cette évolution a contribué à la diversification touristique du territoire en alimentant l'offre à destination de la clientèle touristique estivale, mais elle pointe également les limites (politiques) d'un tel processus en termes de concurrence avec l'offre hivernale.

- 4 Ces quatre articles questionnent les relations entre sport, tourisme et territoires au sein d'espaces concurrentiels. Ils mettent en évidence, à leur façon, le caractère localisé de ces relations au sein de configurations particulières. C'est pourquoi, il semble délicat de penser et d'analyser les ancrages territoriaux des activités sportives – les cas mobilisés prennent appui sur les sports de nature¹ principalement – en gommant les caractéristiques culturelles et sociales, d'une part, et les intérêts politiques et économiques, d'autre part. Trois des quatre articles scientifiques qui composent ce dossier thématique sont issus de communications proposées au colloque international *Sports, tourisimes et territoires. Quelles "imbrications", quelles "résistances" dans les enjeux de développement local ?*, organisé à Rabat (Maroc), les 17-18 octobre 2013. Cette manifestation scientifique, dirigée par Christophe Guibert et Mohammed Kaach, a été coorganisée par l'Institut royal de formation des cadres de la Jeunesse et des Sports du Maroc, l'université d'Angers (UFR Esthua Tourisme & Culture) et le laboratoire Espaces et Sociétés (ESO, UMR CNRS 6590).
-

BIBLIOGRAPHIE

- Jean-Paul CALLÈDE, "Quelques logiques de développement sportif en Aquitaine", dans Dominique CHARRIER et Christophe DURAND (coord.), *Le Financement du sport par les collectivités locales. Des ambitions politiques aux choix budgétaires*, t. 2, PUS, 2002.
- Christophe GUIBERT et Francis LE DÛ, "Stratégie discursive de construction et d'appropriation par le pouvoir politique d'une course transocéanique. Le Vendée Globe 2004-2005 en question", dans Catherine LOUVEAU et Yann DROUET (coord.), *Vivre du sport, pour le sport. Sociologies des cultures et des pratiques sportives*, L'Harmattan, 2007.
- Christophe GUIBERT et Hassen SLIMANI, *Emplois sportifs et saisonnalités. L'économie des activités nautiques : enjeux de cohésion sociale*, coll. "Logiques sociales", L'Harmattan, 2011.
- Christophe GUIBERT, *L'Univers du surf et stratégies politiques en Aquitaine*, L'Harmattan, 2006.
- Hervé GUMUCHIAN et Bernard PECQUEUR, *La Ressource territoriale*, Economica, 2007.
- Bernard LAHIRE, "Dispositions et contextes d'action : le sport en questions", *L'Esprit sociologique*, La Découverte, 2007.
- Christian LE BART, "Les politiques d'image : entre marketing territorial et identité locale", dans Richard BALME, Alain FAURE et Albert MABILEAU, *Les Nouvelles Politiques locales. Dynamiques de l'action publique*, Presses de Sciences-Po, 1999.
- Jean-Claude PASSERON, "Attention aux excès de vitesse. Le 'nouveau' comme concept sociologique", *Esprit*, n° 4, avril 1987.
- Bertrand RÉAU et Franck POUPEAU, "L'enchantement du monde touristique", *Actes de la recherche en sciences sociales*, "Nouvelles (?) frontières du tourisme", vol. 5, n° 170, 2007.

NOTES

1. La désignation de sportifs qui se singularisent par le fait d'être adeptes de sports "de nature", ou par le fait d'être "libres", relève d'une habitude de pensée consistant à rassembler sous un même vocable une réalité qui, en soi, ne correspond jamais totalement à la réalité sociale telle qu'elle se présente à l'observateur. Si les activités sportives "encadrées" au sein d'une fédération sportive (et ses émanations : comité régional, comité départemental, association sportive) sont facilement appréhendables par les méthodes d'enquêtes en sciences sociales, à partir des fichiers de licenciés notamment, le recueil de données relatives aux pratiquants sportifs non licenciés dans les sports de nature pose problème. Les variabilités de lieux, de périodes, de modalités, etc., de pratiques contribuent également à alimenter un flou des définitions. Il en résulte une construction binaire, *a priori*, de catégories de pratiquants : licenciés ou "libres". Or, cette vision normative (et performative) masque une hétérogénéité complexe où les frontières entre modalités de pratique sont en réalité nettement plus poreuses. Les avertissements de Jean-Claude Passeron (1987, pp. 129-134), pourtant utiles au sujet d'une "*pratique nouvelle*", ou celles de Bernard Lahire (2007, p. 312) au sujet des "*plaisanteries sémantiques*", sont insuffisamment considérées. On pourrait d'ailleurs multiplier les exemples et les effets de catégorisation induits : sport "de glisse", sport "fun" ou "extrême", sport de "loisir", voire sport "de nature" vs sports "urbains", etc., mais aussi "tourisme sportif" sont autant d'expressions empêchant de penser les réalités historiques, sociales, géographiques des pratiques sportives.

AUTEUR

CHRISTOPHE GUIBERT

Maître de conférences en sociologie, université d'Angers, UFR Esthual Tourisme & Culture ;
directeur adjoint à la recherche, laboratoire Espaces et Sociétés (ESO), UMR CNRS 6590
christophe.guibert@univ-angers.fr