



La mobilisation du développement durable dans les pratiques professionnelles des prestataires sportifs et touristiques.

Clémence Perrin-Malterre

► To cite this version:

Clémence Perrin-Malterre. La mobilisation du développement durable dans les pratiques professionnelles des prestataires sportifs et touristiques.. Développement durable et territoires, Réseau “ Développement durable et territoires fragiles ”, 2014, 5 (3), <https://journals.openedition.org/developpementdurable/10517>. 10.4000/developpement-durable.10517 . hal-01816273

HAL Id: hal-01816273

<https://hal-sde.archives-ouvertes.fr/hal-01816273>

Submitted on 30 Oct 2019

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

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



Développement durable et territoires

Économie, géographie, politique, droit, sociologie

Vol. 5, n°3 | Décembre 2014

Géohistoire des risques et des patrimoines naturels
fluviaux

La mobilisation du développement durable dans les pratiques professionnelles des prestataires sportifs et touristiques

*Mobilization of the sustainable development in professional practices of sports'
professionals*

Clémence Perrin-Malterre



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/developpementdurable/10517>

DOI : 10.4000/developpementdurable.10517

ISSN : 1772-9971

Éditeur

Association DD&T

Ce document vous est offert par Université Savoie Mont Blanc



Référence électronique

Clémence Perrin-Malterre, « La mobilisation du développement durable dans les pratiques professionnelles des prestataires sportifs et touristiques », *Développement durable et territoires* [En ligne], Vol. 5, n°3 | Décembre 2014, mis en ligne le 05 décembre 2014, consulté le 28 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/developpementdurable/10517> ; DOI : 10.4000/developpementdurable.10517

Ce document a été généré automatiquement le 28 mai 2019.



Développement Durable et Territoires est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale 4.0 International.

La mobilisation du développement durable dans les pratiques professionnelles des prestataires sportifs et touristiques

Mobilization of the sustainable development in professional practices of sports' professionals

Clémence Perrin-Malterre

- 1 Les logiques sous-jacentes au secteur touristique et les exigences du développement durable apparaissent souvent comme antinomiques. Le tourisme de masse (Deprest, 1997) est même souvent présenté comme un contre-exemple du développement durable (Para, 2010), produisant des dégâts environnementaux, des impacts économiques parfois négatifs en raison de la saisonnalité et de la variabilité de la demande touristique, et une modification des valeurs et des modes de vie traditionnel (Proulx, 2006). Toutefois, à partir des années 1980, un nouveau discours sur le besoin d'un tourisme alternatif se fait sentir et l'émergence du concept de développement durable donne naissance à l'expression « tourisme durable ». Même si l'intégration du tourisme dans le champ du développement durable est tardive et hésitante (Clarimont et Vlès, 2006), l'avènement du tourisme durable « a permis de dépasser une vision où tourisme et développement étaient perçus comme antagonistes, pour construire une approche fondée sur la capacité de l'activité touristique à être compatible avec la durabilité » (Parra, 2010, p. 379). Selon Bessy (2008), les loisirs sportifs de nature s'inscrivent dans la perspective du tourisme durable et peuvent, dans une certaine mesure, contribuer au développement durable des territoires. Ils engendrent en effet des retombées économiques directes et indirectes et peuvent contribuer à la diversification, voire à la reconversion touristique de certaines régions (Hashar-Noé, 2008 ; Penel, 2008). Les loisirs et le tourisme sportif jouent également un rôle dans l'équilibre socio-culturel des régions car ils peuvent être rassembleurs de la population, intégrateurs de publics spécifiques et aussi constructeurs d'identité. Enfin, ils

permettent de valoriser des zones naturelles et de jouer un rôle privilégié dans l'éducation à l'environnement (Bouhaouala et Bouchet, 2007).

- 2 Avec la montée du développement durable dans le secteur du tourisme sportif, on assiste à la fois à une évolution de la demande touristique, avec des clients qui sont aujourd'hui plus sensibles à la protection de l'environnement et à la qualité de l'expérience vécue (Marsac, Bouchet et Lebrun, 2012), mais aussi à un processus d'adaptation de l'offre vers des formes touristiques alternatives. Si ces dernières font référence au développement durable, il ne faut pas oublier le fait que c'est une notion complexe et encore en cours de construction (Lapeyre et Bonnefont, 2012 ; Theys, 2014). Il ne s'agit pas d'une pratique univoque mais plutôt « *d'un syntagme aux usages très divers, d'un ensemble de convictions, de pratiques et d'institutions chargées de sens variables* » (Pestre, 2011, p. 31). De plus, pour nombre d'acteurs, le développement durable est souvent assimilé à la seule dimension écologique. Il s'agit enfin d'un slogan infiniment malléable, comme en témoigne le phénomène assez répandu du *greenwashing* qui ne peut que renforcer le malaise et le flou qui accompagnent la diffusion et l'adoption des principes du développement durable. Ainsi dans le domaine du tourisme, certaines politiques de développement durable affichées par les entreprises du secteur correspondent en réalité à de simples politiques de communication, de requalifications d'actions déjà anciennes ou de valorisation de l'image de marque (Hergli, Sahut et Teulon, 2012).
- 3 Dans le cadre de cette contribution, nous nous intéressons aux prestataires sportifs et notamment à la manière dont ces acteurs de l'offre touristique mobilisent le développement durable dans leurs pratiques professionnelles. Le cadre d'analyse choisi pour cela est adapté de la sociologie des logiques d'action proposé par Amblard *et al.* (1996), cadre d'analyse qui s'inspire de certaines grilles de lecture développées en sociologie des organisations. Dans la tradition de ce courant théorique, nous avons adopté une méthodologie compréhensive en accordant une grande importance à la parole des acteurs recueillie en entretien.

1. Sociologie des logiques d'action professionnelle des prestataires sportifs

- 4 Des travaux en sciences de gestion se sont intéressés aux déterminants de l'engagement des entreprises dans le développement durable et insistent notamment sur les spécificités des petites entreprises (Bon *et al.*, 2013). Spence, Ben Boubaker Gherib et Ondoua Biwolé (2007) et Paradas (2007) montrent que les valeurs du dirigeant sont le moteur de l'engagement de l'entreprise dans la voie du développement durable. Au-delà de ces facteurs individuels, Labelle et Saint Pierre (2010) prennent également en compte les facteurs institutionnels et organisationnels.
- 5 Dans le secteur du tourisme sportif, les travaux de Bouhaouala (2001 ; 2007) sur les dirigeants de petites et très petites entreprises montrent que l'analyse de l'offre locale ne doit pas négliger les dimensions identitaires et la diversité des logiques d'action des professionnels. Ses travaux s'inscrivent dans la perspective wébérienne de l'action sociale qui renvoie au sens donné par les acteurs à leurs conduites. Il montre en effet que l'activité des dirigeants émane d'une diversité de logiques d'action pratiques inhérentes aux acteurs et qu'il est nécessaire de prendre en compte les motifs qui sont à l'origine des comportements sociaux et économiques des individus. Selon Weber (1995, p. 38), le motif

est « un ensemble significatif qui semble constituer aux yeux de l'agent ou de l'observateur la raison significative d'un comportement ». Les motifs peuvent s'exprimer sous forme de buts, d'objectifs, d'ambitions et sont directement liés à la vision du monde et à la conception que se font les acteurs de leurs activités. Cette vision du monde n'est pas entièrement héritée, mais elle est liée aux expériences sportives et professionnelles des acteurs. Bouahouala (2001 ; 2007) montre également que les motifs et les visions du monde des prestataires sportifs produisent des logiques d'action spécifiques qu'il est possible de repérer à travers l'analyse des comportements et des choix économiques effectués par les dirigeants. Il a pu ainsi établir une typologie des entrepreneurs dirigeants d'entreprises de tourisme sportif : l'indépendant passionné (Bouahouala et Chifflet, 2001), l'entrepreneur indépendant, le manager gestionnaire et le conservateur patrimonial.

- 6 Dans la même perspective, Perrin-Malterre (2008) s'est intéressée aux logiques d'action des moniteurs de parapente sur le site du Puy de Dôme, en faisant référence aux travaux de Vachée, Corneloup et Soulé (2004) qui analysent les logiques d'action et les pratiques professionnelles des prestataires touristiques de sports de nature. L'auteure a ainsi mis en évidence trois logiques d'action professionnelles chez les moniteurs de parapente qui ont été qualifiés d'entrepreneurs, de passionnés et de marketeurs locaux.
- 7 En référence à une approche structurelle des pratiques sociales, Corneloup et Bourdeau (2002) proposent un modèle d'analyse de la dynamique des cultures professionnelles dans les sports de nature. Ils prennent en compte les principes culturels des métiers sportifs de la montagne pour repérer les éléments structurant les logiques d'action professionnelles. La prise en compte de ces principes sert de référent pour aborder l'historique des métiers et en décoder les changements significatifs. Selon les auteurs, nous serions en présence de plusieurs générations de professionnels aux logiques d'action différentes qui se succèdent. La première génération de professionnels, celle des techniciens, s'ancre dans la culture moderne. Cette culture s'est affirmée au cours du XX^{ème} siècle (à partir des années 1930) avec la sportivisation de l'alpinisme et l'ouverture au métier de guide de haute montagne. La deuxième génération de professionnels, celle des marketeurs des services sportifs, s'ancre dans la culture postmoderne. Cette culture a émergé au cours des années 1980 et va contribuer à transformer les pratiques sportives en activités commerciales. Selon Bourdeau, Corneloup et Mao (2006) et Corneloup (2010a), on assisterait à l'émergence d'une troisième génération de prestataires sportifs, celle des éco-développeurs récréatifs, qui s'inscrirait dans la culture transmoderne. Berard (2010) a ainsi exploré le développement de cette culture transmoderne dans le tourisme sur le territoire du Vercors et Perrin-Malterre (2012) s'est attachée à caractériser la logique d'action de ces éco-développeurs récréatifs dans le Puy-de-Dôme.
- 8 Dans le cadre de ce travail, nous nous intéressons à ces éco-développeurs récréatifs afin de comprendre la manière dont ils mobilisent le développement durable dans leurs pratiques professionnelles. Il s'agit également de mettre en évidence les différences entre leur style professionnel et celui des prestataires des générations précédentes. Pour ce faire, nous utilisons le concept de logique d'action (Amblard *et al.*, 2005) qui se réfère à l'articulation entre l'acteur et la situation d'action qui forme le cadre dans lequel s'inscrit l'action. Nous retenons deux dimensions de la logique d'action professionnelle des prestataires sportifs : la dimension stratégique et la dimension socio-historique.
- 9 La dimension stratégique du prestataire sportif renvoie au fait qu'il est mobilisé par un ou plusieurs objectifs. Afin de les atteindre, il adoptera les comportements qui lui semblent les plus pertinents et les mieux adaptés pour réaliser son projet. Cependant, la stratégie

ne peut se résumer à un programme d'action prédéfini en fonction d'un objectif conscient poursuivi par l'acteur. Elle renvoie plutôt à une logique identifiable « après coup ». En nous appuyant sur les travaux de Vachée, Corneloup et Soulé (2004) qui nous proposent une grille de lecture des stratégies professionnelles des prestataires sportifs de la nature, nous retenons quatre composantes de la dimension stratégique que nous mettons en lien avec les dimensions du développement durable :

- la logique sportive qui étudie les modalités de pratique choisies, le rapport à la nature et les territoires professionnels utilisés par le prestataire ;
 - la logique pratique s'intéresse à la manière dont le prestataire développe une relation d'échange avec la clientèle dans le cadre de la pratique et permet d'analyser la manière dont il mobilise les dimensions environnementales et sociale du développement durable ;
 - la logique organisationnelle concerne les stratégies marketing choisies et les types de gestion développés par le professionnel et indique la manière dont il mobilise la dimension économique du développement durable ;
 - la logique sociale s'intéresse aux relations existantes entre le métier et la vie sociale et au rapport que le moniteur entretient avec l'espace local dans lequel se déroule l'activité professionnelle, ce qui renvoie à la dimension territoriale du développement durable.
- 10 Selon Amblard *et al.* (2005), l'acteur n'est pas seulement stratégique mais aussi enraciné socio-historiquement et caractérisé par sa culture et son identité, résultantes de sa trajectoire personnelle et de son appartenance à différents ensembles sociaux. À propos de la sphère du travail et de l'activité professionnelle, Amblard *et al.* (2005) soulignent que la dimension socio-historique de l'acteur transparait très concrètement dans le parcours professionnel individuel et l'expérience de travail. Ces éléments sont la résultante de l'activité antérieure en tant que somme d'apprentissages qui sont autant d'éléments de structuration des manières d'être, de faire, d'analyser, d'investir les situations de travail. Il convient donc de « *lester l'acteur de dimensions historiques, culturelles qui sont trop rapidement exogénéisées par le raisonnement stratégique* » (Amblard *et al.*, 2005, p. 188).
- 11 En définitive, une lecture en termes de logique d'action permet d'apporter un éclairage sur les rapports complexes entre les actions stratégiques, la trajectoire et la situation de l'acteur.

2. Méthodologie

- 12 Dans la perspective du courant de la sociologie des logiques d'action, nous avons employé une méthodologie compréhensive. « *Comprendre, c'est entendre, admettre et apprendre de cette compréhension plutôt que d'expliquer à ces mêmes acteurs pourquoi ils ne savent pas ce qu'ils font* » (Amblard *et al.*, 2005, p. 169). Dans le cadre de nos travaux de recherche, nous avons mené des entretiens (Blanchet, 1985) avec seize prestataires sportifs implantés en moyenne montagne (la chaîne des Puys, le massif du Sancy, le massif des Bauges et la Chartreuse). Le choix de ces acteurs n'a pas été guidé par une recherche d'exhaustivité ou de représentativité de l'ensemble des activités sportives de nature proposées par les prestataires sur les territoires étudiés. Ce choix a davantage été guidé par une volonté d'interroger des professionnels qui affichent clairement une offre ancrée dans le développement durable et/ou l'éducation à l'environnement. Plus précisément, il s'agit de douze Accompagnateurs en Moyenne Montagne (AMM), deux Accompagnatrices de Tourisme Équestre (ATE), un moniteur de parapente et le salarié fondateur d'une association qui conçoit et organise des séjours touristiques en Pays de Savoie

- 13 Dans la perspective qui est la nôtre, nous sommes restés fidèles au contenu de la parole des acteurs sans chercher à discerner dans leurs propos une vérité cachée ni porter de jugement de valeur. Le guide d'entretien utilisé lors des entretiens reprend les dimensions et les indicateurs des concepts définis dans le cadre d'analyse, à savoir la dimension socio-historique et la dimension stratégique de l'acteur. Il suit une logique qui part du parcours de formation et du parcours professionnel de l'acteur pour aboutir à une description de son activité professionnelle et de ses différentes composantes. À partir des entretiens semi-directifs intégralement retranscrits, nous réalisons une analyse qualitative, et plus précisément une analyse thématique qui consiste à « *procéder systématiquement au repérage, au regroupement et, subsidiairement, à l'examen discursif des thèmes abordés dans un corpus* » (Paillé et Mucchielli, 2003, p. 162).

3. Trajectoires des prestataires interrogés

- 14 La majorité des acteurs interrogés (onze d'entre eux) a grandi dans ou à proximité du massif où ils exercent leur activité professionnelle. Ils ont une grande pratique des sports de nature depuis leur enfance, souvent grâce à leurs parents : « *Ma mère était une grande alpiniste, elle m'a emmené en montagne très très jeune* ». Très vite, pour ces acteurs s'est posée la question de faire de leur passion une profession et d'encadrer des personnes dans l'apprentissage moteur. Ils ont donc rapidement passé le Brevet d'État d'Éducateur Sportif (BEES) pour pouvoir encadrer l'activité, même si certains d'entre eux avaient débuté des études dans d'autres domaines. Ce glissement rapide vers la professionnalisation peut être interprété comme « *l'expression d'une passion pour la pratique [mais aussi] comme le signe d'une vocation pour l'enseignement* » (Julhe et Haschar-Noé, 2010, p. 12). Il s'agit donc d'une « posture vocationnelle » que l'on retrouve également dans l'engagement dans les métiers de la nature (Granjou, Mauz et Cosson, 2010). Ces acteurs ont souhaité rester à la montagne : « *C'était la volonté de vivre à la montagne où j'avais toujours vécu* » ; avec souvent un fort sentiment d'attachement au territoire qui les a vu grandir : « *L'attachement au lieu, il est viscéral* ». Comme pour les moniteurs passionnés du Vercors, « le territoire est conçu comme un lieu de vie d'une qualité supérieure. Il est en même temps un espace de pratique sportive et un espace de fusion avec la nature » (Bouahouala, 2001, p. 236).
- 15 Quatre autres acteurs ont opéré à un moment donné de leur carrière, une reconversion dans le tourisme, après avoir été enseignant ou commercial en région parisienne, ou ingénieur-cadre dans une grande entreprise en région lyonnaise, avec le sentiment « *d'avoir fait le tour* » ; et aussi avec la volonté de rompre avec la vie urbaine : « *Le déclic ça a été le trop plein de vie en région parisienne, le trop plein de stress, de bouchon, de non-sens à ce que je faisais ; tout simplement. J'étais commercial et je gagnais bien ma vie, mais je n'en faisais rien, finalement.* » Ainsi, comme pour certains moniteurs passionnés du Vercors, l'installation en moyenne montagne faisait partie d'un projet de vie, car ce territoire « *représente l'anti-stress et l'anti-ville, il répond au besoin de liberté et à la recherche du plaisir dans le travail* » (Bouahouala, 2001, p. 236). Ce sont donc des néo-ruraux, qui contrairement aux autres prestataires, avaient peu de vécu dans les sports de montagne. Le passage du BEES a alors été vécu comme un « test » ; ou comme une nécessité pour être en règle avec la législation et pouvoir emmener des personnes en milieu naturel. Mais la préparation de ce diplôme leur a aussi permis de s'immerger dans la culture montagne : « *C'est bien parce que ça m'a*

donné une autre approche, beaucoup plus culture montagne, que j'avais déjà, mais peut-être pas autant ; parce que je ne suis pas alpin ».

- 16 Le dernier acteur se situe à l'interface de ces deux trajectoires car il a la fois une grande pratique dans les sports de nature, mais il n'a pas passé le BEES. En effet, après une expérience dans l'enseignement d'Éducation Physique et Sportive (EPS) en région parisienne, il a créé une association qui propose des séjours touristiques en Pays de Savoie : *« Je voulais évoluer professionnellement, toujours dans un contexte éducatif et pédagogique mais plus large celui de l'éducation nationale ; parce que c'est parfois trop contraignant. »*

4. La logique sportive : des pratiques douces axées sur la découverte de l'environnement proche

- 17 Quel que soit leur parcours, l'analyse de la logique sportive montre que les valeurs de l'effort et de la rigueur de la culture moderne, ainsi que le traitement entrepreneurial des pratiques qui valorisent l'émotion et les sensations dans la culture postmoderne laissent la place à des pratiques plus douces. *« L'idée n'était pas de promouvoir un tourisme de masse mais plutôt de sensibiliser les visiteurs à un tourisme éducatif autour du patrimoine, des activités douces mais aussi de l'authenticité du site. »* C'est ainsi que les acteurs souhaitent inscrire leur offre en dehors du tourisme de masse (Zaoual, 2007) : *« Je voulais sortir des valeurs du tourisme à la française dont j'ai horreur. Ce tourisme de masse, ce tourisme de parcage où on profite un maximum, où on n'est pas aimable avec le touriste, où on s'en fout plein les poches sur son dos »* On retrouve ici la critique de la dérive économiste et consumériste du tourisme et des loisirs. *« Pour moi, touriste et tourisme, c'est pas un mot forcément très positif ; lié à un contexte de tourisme de masse. Je n'aime pas ce tourisme-là. »* Dans cette critique du tourisme massifié, l'opposition entre touriste et voyageur fait figure de constante (Bourdeau et Berthelot, 2009) : le touriste est considéré comme un consommateur qui profite, envahit et détruit, alors que le visiteur est celui qui découvre, échange et respecte.
- 18 Les pratiques proposées sont aussi axées sur la découverte de l'environnement proche : *« la balade de deux heures, même si on n'est pas trop gaillard à cheval, on se met la tête à l'envers car on a l'impression de partir super loin et en fait, on est juste à côté. Donc, tout de suite, on est en contact de la nature. »* Cette possibilité offerte à leurs clients de renouer le contact avec la nature est quelque chose d'important pour l'ensemble des prestataires : *« Quand on part en randonnée sophrologie, on est en contact direct avec l'énergie de la nature. Et ce que j'essaye de faire, c'est d'éveiller les sens des personnes que j'accompagne, et de les rendre sensibles aux couleurs, aux odeurs, aux sons qui nous entourent. »* Leur objectif est alors de faire aimer la nature car *« si on arrive à faire aimer des paysages aux gens, ils les protégeront, ils en prendront soin beaucoup plus naturellement. Moi je déteste les leçons de morales : "il faut faire ci ; il ne fait pas faire ça..." »* On se situe alors dans la perspective d'une éthique pragmatique de l'environnement car *« à explorer les multiples raisons qui nous font attacher de la valeur à un lieu, on découvre d'autant plus d'arguments pour le protéger »* (Larrère, 2010, p. 410). *« On quitte dans cette perspective le projet cartésien et humaniste de la modernité lorsqu'il s'agit de faire corps avec la nature en limitant au maximum son empreinte sur elle et en modifiant les catégories de lecture du prédateur prométhéen et celles du free-rider à la recherche d'une nature ludique »* (Corneloup, 2011, p. 6).

5. La logique pratique : un moment d'échange avec la clientèle

- 19 L'analyse de la logique pratique des prestataires montre chez chacun d'eux une volonté de partager des expériences relationnelles et humaines fortes avec leurs clients, et ce quel que soit leur parcours. Dans les prestations proposées, l'accueil et l'échange avec les clients est un aspect primordial : « *Pour travailler dans le tourisme, il faut savoir écouter et partager avec les gens qui viennent chez nous ; sinon, si on n'est pas capable de cela, il faut faire autre chose* ». Plusieurs acteurs proposent des offres de séjours et de stages d'une semaine, voire plus car « *l'enseignement en stage, c'est des rapports qui s'installent dans la durée. Humainement, c'est plus riche* ». Il s'agit d'une volonté de ré-humanisation de la relation prestataire/client qui se traduit par de l'écoute, de l'échange, et de l'attention portée à l'autre. Cela se manifeste aussi par l'adaptation au rythme du client : « *Ils sont dans un lieu qui correspond à ce qu'ils souhaitent : du calme et des activités à leur rythme.* » On quitte ici l'univers moderne marqué par une pédagogie directive autour d'un encadrement strict où la transmission technique domine (Corneloup et Bourdeau, 2002). Et si, comme dans la culture post-moderne, l'encadrement s'assouplit et les contraintes diminuent, la priorité n'est cependant pas à l'animation et à la transmission de sensations. En effet, pour les acteurs interrogés, le moment d'échange avec le client lors de la prestation est un moment de transmission qui sert à faire passer des messages autour de la notion de développement durable. Mais pour la grande majorité, il s'agit d'une sensibilisation uniquement à la dimension écologique. Pour huit d'entre eux, le fait de permettre à leur clientèle de renouer le contact avec la nature semble suffire. Ce sont uniquement des prestataires qui ont grandi sur le territoire ou à proximité et qui se sont rapidement professionnalisés dans l'activité. Les autres ont la volonté de faire évoluer les comportements en utilisant « *la force pédagogique des loisirs sportifs de nature dans la protection de l'environnement* » (Bouhaouala et Bouchet, 2007, p. 153). « *Pour la plupart, on est accompagnateurs en montagne, mais on est aussi animateur nature ; donc on fait de l'éducation à l'environnement et au développement durable.* » Se situent dans cette perspective, tous les prestataires néo-ruraux en reconversion professionnelle, ainsi que certains natifs du lieu. Pour ces acteurs, l'objectif est de « *transmettre un savoir-faire au plus grand nombre pour que le grand nombre entre guillemet évolue dans sa démarche* ». Un des acteurs a créé un « *centre écotouristique* » qui propose des hébergements durables écologiques et un espace d'animations et de formations sur le milieu montagnard : « *On travaille sur le milieu naturel montagnard parce que les gens ils viennent sur un site, il faut qu'ils comprennent leur milieu, comment ça fonctionne ; pour mieux le respecter. Donc c'était très important pour moi de sensibiliser et de former à tout ce qui est autour de nous.* » Il ne s'agit donc pas d'un simple habillage éco-touristique de l'offre (Anaba, Bodet et Bouchet, 2013) où l'authenticité de l'environnement est utilisé comme une ressource naturelle au service d'expériences sensorielles extraordinaires dans un objectif de différenciation. Au contraire, on se situe ici dans la perspective des mouvements d'éducation à l'environnement (Pineau, Bachelart et Cottureau, 2005) qui proposent de renouveler notre relation à la nature celle-ci ayant « *une valeur écologique et autonome (en acquérant) un droit ontologique à l'existence* » (Kalaora, 2001, p. 592).
- 20 Pour ces prestataires, il s'agit de permettre à leurs clients non seulement d'en apprendre sur la nature, mais aussi d'apprendre de la nature (Perrin-Malterre, 2013). Et cela passe

par la compréhension des lois naturelles que nous avons globalement oubliées dans nos sociétés modernes (Chanvallon et Héas, 2011) : « *L'homme il faut qu'il accepte qu'il y a des règles, des fonctionnements, des mécanismes naturels qui font partie des grands fondements de notre planète. (...) Et il faut les comprendre pour mieux vivre avec.* » C'est aussi dans cette optique que se situe l'association lorsqu'elle propose « *une démarche éducative axée sur la rupture avec le quotidien par la découverte de nouveaux codes, dans un environnement nouveau. Impossible de tricher face à la nature, c'est l'environnement qui impose les règles* » (Projet séjour survie). L'objectif est d'apprendre à vivre simplement, loin du superflu et du paraître et de découvrir « *la sobriété heureuse* » (Rabhi, 2013) à partir d'une vie simple. L'objectif est de faire prendre conscience aux jeunes que « *la planète Terre n'est pas un gisement de ressources à épuiser, mais une très précieuse oasis de vie* » (p. 114), pour qu'ils puissent ensuite faire le choix d'un art de vivre fondé sur l'autolimitation individuelle et collective.

- 21 Dans les séjours proposés par l'association est aussi abordée la dimension sociale du développement durable, dimension « *obscur* » selon Sébastien et Brodhag (2004) car « *si à l'origine du concept, on aspire à une certaine cohésion sociale, l'harmonie entre les êtres humains se perd peu à peu dans le magma des différentes formes d'appropriation du développement durable.* » Même si une ATE évoque l'importance du « *respect des gens* », l'association est finalement la seule à prendre en compte cette dimension parmi les acteurs interrogés : « *J'ai travaillé sur la mise en relation entre la théorie et la pratique du développement durable et en prenant en compte la dimension sociale qui est souvent mise de côté.* » Ainsi, quelques-uns des objectifs des séjours proposées dans le domaine du vivre-semble sont de « *développer la citoyenneté et les aptitudes sociales ; développer l'esprit d'entraide, de solidarité et de coopération ; de prendre du plaisir dans la vie de groupe ; ou encore de laisser libre cours à la créativité et à l'entraide (cerveau collectif) pour résoudre les problèmes ou améliorer le quotidien* » (Projet séjour survie).

6. La logique organisationnelle : le développement d'une activité économique pérenne

- 22 L'analyse de la logique organisationnelle montre que l'ensemble des acteurs interrogés a pour objectif de vivre de son travail dans le domaine des sports de nature. Dans ce cadre, ils développent des actions et des stratégies marketing, ce qui n'était pas le cas des moniteurs de première génération pour lesquels la plupart de la clientèle était « *fournie* » par les clubs sportifs des pratiques de la montagne (Corneloup et Bourdeau, 2002) On observe cependant des divergences dans les perspectives de développement économique envisagées.
- 23 Les prestataires natifs du lieu et qui se sont rapidement professionnalisés dans l'encadrement des sports de nature ont fait le choix d'un développement modeste et limité. Ces prestataires ne souhaitent pas développer leur activité davantage par peur de perdre leurs valeurs et leur personnalité du fait de l'augmentation du nombre de clients : « *Pour ma part, c'est bien comme ça. Je ne suis pas sûre que si je développais à fond, ce serait aussi bien.* » On retrouve ici une des caractéristiques des moniteurs indépendants passionnés décrit par Bouhaouala et Chifflet (2001) dont les comportements économiques restent guidés par leur passion pour l'activité sportive. Ainsi, « *ils maintiennent leur entreprise et leur volume d'activités au niveau qui leur permet l'indépendance et éviter l'assouvissement de leur passion face aux pressions économiques, vellétés de rachat et tendances de croissance* »

(Bouhaouala, 2007, p. 8). On constate chez ces prestataires une réelle volonté de ne pas rentrer dans un système mercantile où l'argent serait une fin en soi. C'est le cas d'un des moniteurs de parapente qui a quitté son emploi de fonctionnaire : *« Ma carrière professionnelle de parapente, moi, c'était pour mieux vivre, pour me sentir mieux dans ma tête ; même avoir moins de fric, puisque quand j'ai débuté, j'avais quatre fois moins de fric que quand j'avais ma paye de fonctionnaire. »* Ainsi, l'argent n'est pas la finalité, mais c'est la qualité de vie qui prime.

- 24 Trois des prestataires en reconversion professionnelle ont la volonté de se développer davantage, non pas pour gagner plus d'argent, mais pour développer l'emploi dans les territoires dans lesquels ils sont implantés. Ainsi, pour le prestataire qui a monté son projet d'hébergements écologiques, l'idée sous-jacente au projet était de *« créer une filière locale et créer de l'emploi, de l'économie et participer à quelque chose de vertueux. »* C'est également ce qu'affirme un autre acteur : *« Moi je voulais être une entreprise, parce que j'avais envie de créer du travail, de créer une richesse pour ceux qui avaient envie de me suivre. »* Comme c'est le cas pour les sentiers de l'imaginaire (Corneloup, 2010b), on retrouve à la base de ces projets la volonté de développer une économie locale en faisant travailler des prestataires locaux pour encadrer les animations pédagogiques. Si, comme chez les prestataires de deuxième génération, on observe une gestion entrepreneuriale des pratiques et des innovations dans les produits proposés, l'objectif n'est pas la conquête de nouveaux marchés pour réaliser du profit, mais le développement d'une économie locale capable de (re)dynamiser le territoire.

7. La logique sociale : un ancrage dans le territoire

- 25 Qu'ils aient la volonté de se développer davantage ou non, l'analyse de la logique sociale indique chez les acteurs un ancrage dans le territoire où se déroule leur activité professionnelle. Cet ancrage est d'abord guidé par la volonté de mieux connaître le lieu pour le faire découvrir à leurs clients : *« C'est quand même intéressant quand on a une clientèle qui cherche à connaître un territoire, d'y vivre quand même. Moi, des fois, j'ai des problèmes quand je vois des accompagnateurs qui sont dans un bureau de guide et qui ne vivent pas sur le territoire »*. On observe ici une rupture avec la deuxième génération de professionnels ; génération qui « s'urbanise » et qui est marquée par un nomadisme professionnel au gré des opportunités et des chances de réussite (Corneloup et Bourdeau, 2002). Au contraire, les acteurs interrogés sont inscrits dans des réseaux d'acteurs touristiques et participent parfois à la vie locale. Ainsi, ils ont créé des liens avec d'autres acteurs touristiques qui ont des activités complémentaires aux leurs (comme des hébergeurs par exemple). Lorsqu'il a monté son projet, un des prestataires a tout de suite eu la volonté de tisser des liens avec le milieu local : *« Dès le départ quand on a monté le projet, je suis allé voir la commune, je suis allé voir le Parc, je suis allé voir tout de suite en disant : "Voilà, aidez-moi à intégrer mon idée dans votre environnement" »*. On rejoint ici la position des « éco-développeurs récréatifs qui s'investissent dans l'action locale en proposant des liens entre les pratiques de loisir et touristiques, entre acteurs ordinaires du quotidien pour les impliquer dans des projets locaux, entre pratiques sportives et autres pratiques culturelles, entre sportifs et mouvements écologiques, ... et enfin entre différents institutions locales » (Corneloup, 2011, p. 11). Ces relations ne réduisent donc pas à un simple marchandage commercial mais à une volonté de travailler en commun. Les AMM de Chartreuse et ceux du massif des Bauges ont également noué des relations avec les gestionnaires du Parc Naturel Régional du massif où ils exercent :

« En tant qu'animateur nature, on participe à des projets qui sont développés par le PNR sur des thématiques particulières. » En contrepartie, ces deux PNR qui sont actifs dans le développement maîtrisé des sports de nature, accordent la « marque Parc » à ces prestataires investis dans l'éducation à l'environnement.

- 26 Par ailleurs, trois prestataires sont élus dans leur commune. Un des AMM fait partie du réseau départemental « École et Nature », réseau qui fédère les acteurs impliqués dans l'éducation à l'environnement. « C'est un réseau qui permet de rencontrer d'autres personnes, de discuter et d'échanger sur ce qu'on fait comme action d'éducation à l'environnement. » Il est donc en lien avec d'autres acteurs du territoire issus d'horizons divers et pas seulement du monde sportif. Ainsi, ces prestataires veulent être plus actifs dans la gestion de leur quotidien et souhaitent participer aux activités associatives et politiques de leur lieu de vie. On retrouve ici les écrits de Ray et Anderson (2001) sur les créatifs culturels qui envisagent des implications associatives et politiques dans leur vie quotidienne. On quitte ainsi l'univers des prestataires de première génération pour lesquels l'ancrage territorial est associé à un repli sur soi lorsque l'on observe « une aspiration à une « montagnité » acquise [qui] recouvre une dimension de quête de liberté et d'expression de soi en dehors des contraintes urbaines et sociales » (Corneloup et Bourdeau, p. 36).

8. Un renouvellement des pratiques professionnelles

- 27 Il apparaît que nous sommes en présence d'un renouvellement des pratiques professionnelles chez les prestataires sportifs interrogés avec un ancrage de leur offre dans le développement durable. Les formes pédagogiques et relationnelles, les pratiques proposées, les formes organisationnelles choisies et les stratégies marketing employées, ainsi que la relation avec le local, le lieu et la nature s'inscrivent dans un autre projet professionnel que les techniciens du sport et les marketeurs de services sportifs (Corneloup et Bourdeau, 2002). L'offre qu'ils proposent se caractérise par une approche non prioritairement sportive de la prestation et met davantage l'accent sur la préservation de l'environnement et la découverte du patrimoine local. Cette notion de découverte se détache de la simple action de visiter au profit d'une démarche compréhensive et d'apprentissage par la sensibilisation, voire l'éducation. Dans cette perspective, les prestataires privilégient les activités douces et de proximité et construisent leur offre à partir des ressources locales. Par ailleurs, la priorité est donnée à l'aspect personnel et relationnel de la prestation dans une logique de partage. Il ne s'agit plus d'une simple transmission de connaissances ou de compétences techniques, mais davantage d'un échange par le biais duquel ils sensibilisent leurs clientèles. Cela demande au prestataire d'être disponible et à l'écoute et de s'adapter dans une certaine mesure à la personnalité de son client, ce qui participe à une ré-humanisation de la relation marchande. Dans ce cadre, les prestataires se situent davantage dans une logique de développement modeste et limité plutôt que dans une stratégie marketing offensive de conquête de nouveaux marchés et de croissance économique. Enfin, l'offre proposée est liée à une inscription des acteurs dans le développement local avec la construction de réseaux d'acteurs touristiques ayant des activités complémentaires et un ancrage territorial qui se traduit par une implication dans des activités associatives et/ou politiques du territoire.
- 28 Il est donc possible d'observer des différences entre les prestataires interrogés dont les pratiques professionnelles s'inscrivent davantage dans la culture trans-moderne

(Corneloup, 2011) et que l'on peut qualifier d'éco-développeurs récréatifs et les professionnels de première et deuxième génération, étudiés par Corneloup et Bourdeau (2002).

Tableau 1. Les cultures professionnelles des métiers sportifs de la montagne

	<u>Le technicien</u> (culture professionnelle moderne)	<u>Le marketeurs des services sportifs</u> (culture professionnelle post-moderne)	<u>L'éco-développeur récréatif</u> (culture professionnelle trans-moderne)
Trajectoire	Professionnel issu du monde paysan ; puis d'origine urbaine à la recherche d'une intégration locale	Urbain issu de formations universitaires professionnalisantes	Ruraux ou néo-ruraux en reconversion professionnelle
Logique sportive	Effort et rigueur	Émotions et sensations	Découverte de l'environnement proche
Logique pratique	Pédagogie directive	Animation	Transmission de connaissances
Logique organisationnelle	Aucune stratégie commerciale	Stratégie offensive de conquête de nouveaux marchés	Développement d'une économie locale
Logique sociale	Ancrage territorial associé à un repli sur soi	Nomadisme professionnel	Ancrage et participation à la vie locale

Source : adapté des travaux de Corneloup et Bourdeau (2002).

Conclusion

- 29 En définitive, des changements sont observables dans les pratiques professionnelles des acteurs touristiques et sportifs en moyenne montagne avec une inscription de plus en plus forte de leur offre dans la perspective du développement durable ; un tourisme durable qui « *passse par la création de produits touristiques spécifiques (produits de qualité, authentiques, bien intégrés dans leur environnement et valorisant les ressources locales) et la mise en œuvre d'opérations de sensibilisation du public par l'éducation à l'environnement* » (Clarimont et Vlès, 2006, p. XXVI).
- 30 Il s'agirait désormais de mener des observations participantes au cours de séjours proposés par les acteurs pour saisir, au-delà de leur discours, le type de contact avec la nature qu'ils proposent à leurs clients : s'agit-il d'une simple relation esthétique de surface ou d'une véritable relation sensorielle et expérientielle à travers une immersion

dans ses profondeurs ? Cela permettrait également de saisir la manière dont les acteurs utilisent la force pédagogique des loisirs sportifs de nature dans la protection de l'environnement. Ces observations participantes permettraient également d'analyser de manière fine les interactions prestataires/clients et de déterminer comment celles-ci participent au changement de regard sur la nature et au changement de comportement souhaité par les acteurs. Il s'agirait alors de mener une étude empirique auprès des clients pour analyser la manière dont ils vivent leurs expériences au contact de la nature, et la manière dont ils la chargent de sens à travers un processus de trajection (Berque, 2000). Cela permettrait de comprendre en quoi le vécu au cours du séjour touristique peut être un déclencheur (ou non) d'un changement (durable) de comportement chez le touriste.

BIBLIOGRAPHIE

- Amblard H., Bernoux P., Herreros G., Livian Y-F., 2005, *Les nouvelles approches sociologiques des organisations*, Paris, Seuil.
- Anaba, V., Bodet, G. et Bouchet, P., 2013, « L'écotourisme à l'épreuve du divertissement sensoriel : le cas des hébergeurs atypiques », *RIMHE*, n° 10, p. 58-83.
- Bérard, R., 2010, *Culture transmoderne et tourisme durable en moyenne montagne. Mémoire de Master 1 Ingénierie du développement territorial, Institut de Géographie Alpine, Université Joseph Fourier, Grenoble I.*
- Bessy O. 2008, « Le développement durable, un concept ambivalent », in Bessy O. (dir.), *Sport, loisirs, tourisme et développement durable des territoires*, Voiron, Presses universitaires du sport, p. 29-49.
- Bon, V., Lacroux, A., Teller, P. et Van der Yeught, C., 2013, « Les pratiques de développement durable et de RSE en région PACA : la spécificité des petites entreprises en question », *Recherches en Sciences de gestion*, n° 96, p. 179-197.
- Bouhaouala M., 2001, « Relations inter-entreprises dans un marché local : le cas des PE-TPE du tourisme sportif en Vercors », *Espaces et Sociétés*, n° 105-106, p. 229-251.
- Bouhaouala, M., 2007, « Micro-mentalités et logiques d'action des entrepreneurs dirigeants de petites entreprises », *Revue Internationale PME*, vol. 20, n° 2, p. 123-149.
- Bouhaouala M. et Bouchet P., 2007, « Labellisation sectorielle et développement durable des territoires : Approche théorique et opérationnelle dans le secteur du tourisme sportif de nature », *Revue Gestion 2000*, n° 2, p. 127-160.
- Bouhaouala M. et Chifflet, P., 2001, « Logiques d'action des moniteurs des sports de pleine nature : entre passion et profession », *STAPS*, n° 56, p. 61-74.
- Bourdeau P., 2013, « Interroger les mutations et recompositions en cours » in François H., Bourdeau P., Perrin-Bensahel, L. (dir.), *Fin (?) et confins du tourisme. Interroger le statut et les pratiques de la récréation contemporaine*, Paris, l'Harmattan, collection « les idées et les théories à l'épreuve des faits ».
-

- Bourdeau P. et Berthelot L., 2009, « La décroissance pour repenser le tourisme », *L'autre voie*, n° 5 [En ligne], URL : <http://www.deroutes.com/AV5/bourdeaulib5.htm>.
- Bourdeau P. ; Corneloup, J. et Mao, P., 2006, « Cultures, espaces et métiers sportifs de la montagne : changements et enjeux d'avenir », in Bourdeau P. (dir.), *La montagne terrain de jeux et d'enjeux*, Fournel, L'Argentière la Bessé, p. 11-28.
- Chanvallon S et Héas S., 2011, « L'Homme et la Nature : enquête/enquête sensible », *Natures Sciences Société*, n° 19, p. 355-364.
- Clarimont S. et Vlès V., 2006, *Tourisme durable en montagne. Entre discours et pratiques*, La Plaine Saint Denis, AFNOR.
- Corneloup J., 2010, « Les sentiers de l'imaginaire. Une créativité embryonnaire », in : Corneloup J. et Mao P. (dir.), *Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature*, L'Argentière-La-Bessé, Éditions du Fournel.
- Corneloup J., 2010, « Innover par la forme transmoderne » in Corneloup J. et Mao P. (dir.), *Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature*, L'Argentière-La-Bessé, Éditions du Fournel, p. 72-98.
- Corneloup J., 2011, « La forme transmoderne des pratiques récréatives de nature », *Développement durable et territoires*, vol. 2, n° 3, [en ligne] URL : <http://developpementdurable.revues.org/9107>
- Corneloup J., 2012, « Migrations géographiques et formes culturelles des pratiques récréatives », in Martin N., Bourdeau P. et Daller J-F. (dir.), *Les migrations d'agrément, du tourisme à l'habiter*, Paris, l'Harmattan, p. 97-113
- Corneloup J. et Bourdeau, P., 2002, « Culture professionnelle et métiers du tourisme sportif de la montagne », *Téoros*, vol. 20, n° 3, p. 32-44.
- Deprest F., 1997, *Enquête sur le tourisme de masse. L'écologie face au territoire*, Paris, Belin, Collection Mappemonde.
- Dubar C., 1991, *La socialisation. Construction des identités professionnelles*, Paris, Armand Colin.
- Granjou C. Mauz I. et Cosson A., 2010, « Les travailleurs de la nature : une professionnalisation en tension », *SociologieS* [en ligne], URL : <http://sociologies.revues.org/3296>.
- Guyon F., 2009, « Une accroche locale dans le réseau Internet. Les accompagnateurs en montagne ou la création de services "nature-culture-sport" ». *Téoros*, vol. 28, n° 2, p. 63-72
- Haschar-Noé N. 2008, « Action publique et reconversion durable d'une friche industrielle. L'exemple de Cap'Découverte », in : Bessy O. (dir.), *Sport, loisirs, tourisme et développement durable des territoires*, Voiron, Presses universitaires du sport, p. 109-122.
- Hergli S., Sahut J-M. et Teulon F., 2012, « Politiques et stratégies de développement durable dans le secteur hôtelier : le cas d'ACCOR », *Management et Avenir*, n° 56, p. 154-168.
- Julhe S. et Haschar-Noé N., 2010, « Trajectoires et stratégies professionnelles dans le secteur de l'animation sportive : le cas des enseignants d'arts martiaux », *Sociétés contemporaines*, n° 77, p. 7-29.
- Kalaora B., 2001, « À la conquête de la pleine nature », *Ethnologie française*, vol. 31, n° 4, p. 591-597.
- Labelle F. et Saint-Pierre, J., 2010, « Les déterminants institutionnels, organisationnels et individuels de la sensibilité des PME au sujet du développement durable », *10^{ème} congrès international francophone en entrepreneuriat et PME*, 27-29 octobre 2010, Bordeaux, Université Montesquieu

- Lapeyre A. et Bonnefont A., 2012, « Quelles sont les évocations du développement durable ? Une approche par la technique projective du collage », *Management & Avenir*, n° 56, p. 34-53.
- Larrère C. 2010, « Les éthiques environnementales », *Natures Sciences Sociétés*, n° 18, p. 405-413.
- Marsac A., Lebrun A.-M. et Bouchet P., 2012, « Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural », *Management et Avenir*, n° 56, p. 134-151.
- Paillé P. et Mucchielli A., 2003, *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, collection « U ».
- Paradas, A., 2007, « Le dirigeant comme levier de la RSE en TPE : Approche exploratoire basée sur l'utilisation de récits et d'une carte cognitive », *Revue internationale PME*, vol. 20, n° 3-4.
- Parra C., 2010, « Tourisme et développement durable », in Zuideau B. (dir.), *Développement durable et territoires*, Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, collection « Environnement et société », p. 375-384.
- Penel N., 2008, « Équipements de loisirs sportifs et développement durable. Éléments de réflexion autour de l'exemple de Loisinord », in Bessy O. (dir.), *Sport, loisirs, tourisme et développement durable des territoires*, Voiron, Presses universitaires du sport, p. 123-133.
- Perrin-Malterre C., 2008, « Le parapente au sommet du Puy de Dôme. Analyse d'un territoire touristique et sportif », *Loisir et Société*, vol. 30, n° 2, p. 443-464.
- Perrin-Malterre C. 2012, « Changements et évolutions des pratiques professionnelles des prestataires touristiques de sports de nature », *Téoros*, vol. 31, n° 1, p. 115-123.
- Perrin-Malterre C., 2013, « Sociologie des logiques d'action des prestataires sportifs et place de la nature dans l'offre touristique », *Colloque La naturalité en mouvement*, 20-22 mars 2013, Le Pradel, CERMOSEM, Université Joseph Fourier.
- Pestre D., 2011, « Développement durable : anatomie d'une notion », *Natures Sciences Sociétés*, vol. 19, p. 31-39.
- Pineau G., Bachelart D. et Cottureau D., 2005, *Habiter la Terre : écoformation terrestre pour une conscience planétaire*, Paris, L'Harmattan.
- Proulx L., 2006, « L'écotourisme : une activité d'épanouissement collectif et individuel ? Impacts sociaux et culturels du tourisme », in Gagnon C. et Gagnon S. (dir.), *L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce : de la conservation au développement viable des territoires*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 13-42.
- Ray P. et Anderson S. R., 2001, *L'émergence des créatifs culturels*, Gap, Yves Michel.
- Sébastien L. et Brodhag C., 2004, « À la recherche de la dimension sociale du développement durable », *Développement durable et territoires* [En ligne], Dossier 3, 2004, URL : <http://developpementdurable.revues.org/1133>.
- Theys J., 2014, « Le développement durable face à sa crise : un concept menacé, sous-exploité ou dépassé ? », *Développement durable et territoires* [En ligne], vol. 5, n° 1, URL : <http://developpementdurable.revues.org/10196>
- Vachée C., Corneloup J., et Soulé B., 2004, « Logiques professionnelles et référents culturels dans les métiers sportifs de montagne », in Sobry, C. (dir), *Le tourisme sportif*, Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, p. 161-189.
- Zaoual H., 2007, « Du tourisme de masse au tourisme situé : quelles transitions ? », *Marché et organisations*, n° 3, p. 155-182.

RÉSUMÉS

L'objet de cet article est d'étudier la manière dont les prestataires sportifs mobilisent le développement durable dans leurs pratiques professionnelles. À travers le concept de logiques d'action, nous privilégions une approche compréhensive de trajectoires individuelles. La méthodologie compréhensive repose sur des entretiens avec les prestataires. Les résultats montrent une offre de pratiques douces axées sur la découverte de l'environnement proche. Les prestataires ont la volonté de partager des expériences relationnelles fortes avec leurs clients. Ce moment d'échange est aussi un moment de transmission. Les acteurs veulent participer au développement local. Enfin, on observe un ancrage territorial avec une implication dans des activités associatives et/ou politiques du territoire.

The object of this article is to study the way of sports' professionals mobilize the sustainable development in their professional practices. Through the concept of logics of action, we favor a comprehensive approach of individual trajectories. The comprehensive methodology rests on conversations with sports' professionals. Results show an offer of soft practices centred on the discovery of the environment. Sports' professionals want to share strong relational experiences with their customers. This moment of exchange is also a moment of transmission. Actors want to participate in the local development. We can show a territorial anchoring with an implication in associative and/or political activities of the territory.

INDEX

Mots-clés : prestataires sportifs, logiques d'action, offre touristique

Keywords : sports' professionals, logics of action, touristic offer

AUTEUR

CLÉMENCE PERRIN-MALTERRE

Clémence Perrin-Malterre est maître de conférences à l'Université de Savoie, laboratoire EDYTEM (UMR 5204). Ses travaux s'inscrivent dans le champ de la sociologie du sport et s'intéressent à la gestion des sports de nature en espace protégé et à l'organisation de l'offre touristique et sportive, Clemence.Malterre@univ-savoie.fr.