

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

L'AGROTOURISME EN MONTÉRÉGIE : LA PARTICIPATION DES ACTEURS
AU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

PAR
ALEXANDRE POULIN

MAI 2019

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Tout d'abord, je tiens à remercier mon directeur, Dominic Lapointe, pour sa rigueur et la pertinence de ses commentaires tout au long de la rédaction. Avoir une personne aussi compétente durant l'ensemble du processus a été inestimable dans la réalisation de cette étude.

Mes remerciements vont aussi à Mathieu Dormaels qui m'a accompagné dans les débuts de mon parcours à la maîtrise et qui m'a grandement aidé à choisir un sujet de recherche près de mes intérêts. Je tiens à remercier tous les participants pour leur ouverture et leur accueil chaleureux lors de mon passage. Les discussions, formelles et informelles, ont été très agréables et je vous souhaite le plus grand succès pour le futur. Merci aussi à tous les intervenants que j'ai eu la chance de rencontrer lors de mes passages en Montérégie.

Finalement, il est hors de question de conclure cette section sans remercier ma si merveilleuse mère Dominique Forgette, ma fantastique Grand-Maman Denise, mes tantes Nathalie et Marie-France, mon oncle André ainsi que mon cher ami Maxime Paquet. L'accomplissement de ce mémoire aurait été beaucoup plus difficile sans votre soutien, votre inspiration, votre intelligence et vos encouragements. Avoir de telles personnes à ses côtés est un rare atout.

De tout cœur, merci !

Pour mon frère Marc-Antoine,

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	ix
LISTE DES TABLEAUX.....	x
LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES	xi
RÉSUMÉ	xiii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I AGROTOURISME ET DÉVELOPPEMENT TERRITOTIAL	4
CHAPITRE II LE DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE	9
2.1 Le territoire	9
2.2 Le développement.....	13
2.3 L'agrotourisme	16
2.4 Le construit institutionnel local	20
CHAPITRE III LES OUTILS DU CHERCHEUR.....	22
3.1 L'approche de terrain : l'entretien ethnographique	22
3.2 L'analyse thématique.....	24
3.3 L'examen phénoménologique	26
CHAPITRE IV ÉCHO DU TERRITOIRE.....	31
4.1 Portrait de l'agrotourisme en Montérégie.....	31
4.2 Examen phénoménologique des données	33
4.2.1 Rôle du participant A	34
4.2.2 Rôle du participant B	35
4.2.3 Rôle du participant C	36

4.2.4	Rôle du participant D	38
4.2.5	Rôle du participant E.....	39
4.2.6	Rôle du participant F.....	40
4.2.7	Rôle du participant G	42
4.2.8	Rôle du participant H.....	43
4.2.9	Rôle du participant I.....	44
4.2.10	Rôle du participant J	45
4.3	Les participants par rapport à l'Union des producteurs agricoles	46
4.3.1	Le participant A et l'UPA	47
4.3.2	Le participant B et l'UPA	48
4.3.3	Le participant C et l'UPA	48
4.3.4	Le participant D et l'UPA	49
4.3.5	Le participant E et l'UPA.....	49
4.3.6	Le participant F et l'UPA.....	50
4.3.7	Le participant G et l'UPA	50
4.3.8	Le participant H et l'UPA	50
4.3.9	Le participant I et l'UPA.....	51
4.3.10	Le participant J et l'UPA	51
4.4	Les participants par rapport au Circuit du paysan	51
4.4.1	Le participant A et le CP	52
4.4.2	Le participant B et le CP	53
4.4.3	Le participant C et le CP	53
4.4.4	Le participant D et le CP.....	54
4.4.5	Le participant E et le CP	54
4.4.6	Le participant F et le CP	55
4.4.7	Le participant G et le CP.....	55
4.4.8	Le participant H et le CP.....	55
4.4.9	Le participant I et le CP	56
4.4.10	Le participant J et le CP	56
4.5	Les participants par rapport à Tourisme Montérégie.....	56
4.5.1	Le participant A et TM.....	57
4.5.2	Le participant B et TM.....	57
4.5.3	Le participant C et TM.....	58
4.5.4	Le participant D et TM.....	58
4.5.5	Le participant E et TM	58
4.5.6	Le participant F et TM	59
4.5.7	Le participant G et TM.....	59
4.5.8	Le participant H et TM.....	60
4.5.9	Le participant I et TM	61
4.5.10	Le participant J et TM.....	61

4.6	Les participants par rapport à Terroir et Saveurs	62
4.6.1	Le participant A et Terroir et Saveur	62
4.7	Les participants par rapport au palier provincial (MAPAQ)	63
4.7.1	Le participant A et le MAPAQ	64
4.7.2	Le participant B et le MAPAQ	64
4.7.3	Le participant C et le MAPAQ	65
4.7.4	Le participant D et le MAPAQ	65
4.7.5	Le participant E et le MAPAQ	65
4.7.6	Le participant F et le MAPAQ	66
4.7.7	Le participant G et le MAPAQ	66
4.7.8	Le participant H et le MAPAQ	67
4.7.9	Le participant I et le MAPAQ	68
4.7.10	Le participant J et le MAPAQ	68
4.8	Les participants et les palliers municipaux	69
4.8.1	Le participant A et le pallier municipale	69
4.8.2	Le participant B et le pallier municipale	70
4.8.3	Le participant C et le pallier municipale	71
4.8.4	Le participant D et le pallier municipale	71
4.8.5	Le participant E et le pallier municipale	72
4.8.6	Le participant F et le pallier municipale	72
4.8.7	Le participant G et le pallier municipale	72
4.8.8	Le participant H et le pallier municipale	74
4.8.9	Le participant I et le pallier municipale	74
4.8.10	Le participant J et le pallier municipale	74
CHAPITRE V DE DISCOURS EN CONCEPTS		76
4.9	Rôles	77
4.9.1	Le rôle éducatif	77
4.9.2	Le rôle identitaire	78
4.9.3	Le rôle coopératif	79
4.10	Interactions et participation	80
4.11	Arrimage au construit institutionnel local	85
4.12	Schématisation	88
4.13	Remontée théorique	91
CONCLUSION		96

ANNEXE A Canevas d'entretien ethnographique.....	98
ANNEXE B Classement des propos types.....	100
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	106
RÉFÉRENCES EN LIGNE	110

LISTE DES FIGURES

Figure		Page
1	Arbre thématique	25
2	La Montérégie municipale.....	31
3	Participation et identification.....	80
4	Participation et institution.....	81
5	Moteur de développement	89

LISTE DES TABLEAUX

Tableau		Page
1	Dimensions et indicateurs du territoire.....	12
2	Dimensions et indicateurs du développement	15
3	Dimensions et indicateurs de l'agrotourisme	19
4	Dimensions et indicateurs du construit institutionnel local.....	21

LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES

ATR – Association touristique régionale

CA – Conseil d’administration

CP – Circuit du paysan

CLD – Centre Local de Développement

MAPAQ – Ministère de l’Agriculture, des Pêcheries et de l’Alimentation du Québec

MRC – Municipalité régionale de Compté

TM – Tourisme Montérégie

TS – Terroir et Saveurs

UPA – Union des producteurs agricoles

RÉSUMÉ

Ce mémoire a comme objectif principal d'analyser la participation des acteurs agrotouristiques au développement territorial. La recherche a été réalisée en Montérégie auprès d'entrepreneurs locaux œuvrant dans le secteur agrotouristique. Les données ont été recueillies par le biais d'entretiens ethnographiques avec les propriétaires des exploitations. Les résultats de la recherche concernent principalement les rôles, les participations ainsi que les interactions des acteurs dans le construit institutionnel local. Plus précisément, à savoir quelle représentation ont-ils de leurs rôles, quelle forme prennent leurs interactions socioprofessionnelles et comment participent-ils au construit institutionnel local. Les conclusions, sans être définitives, ouvrent une fenêtre permettant d'observer et de qualifier maintes articulations et structures à l'échelle locale.

Mots clés : développement territorial, tourisme, construit institutionnel, agrotourisme
collaboration

INTRODUCTION

L'offre de services touristiques en milieu agricole et rural croît considérablement au Québec (Gagnon et al., 2006). L'intérêt des masses urbaines pour ce tourisme expérientiel contribue à sécuriser des afflux de capitaux permettant de maintenir et de dynamiser les tissus socioéconomiques ruraux (Mamdi et al., 2001). L'agrotourisme, dans sa version bien québécoise, fait partie intégrante de cette offre.

Le territoire, sur lequel se déploient les entreprises agrotouristiques, représente une intéressante toile à observer pour mieux comprendre la kyrielle de dynamiques socioéconomiques qui s'y dessinent. Cet espace où foisonnent les initiatives locales est « façonné et occupé par une collectivité, qui est à la fois instrument et milieu de sa reproduction et qui agit comme ciment des liens sociaux entre ceux qui l'occupent » (Klein, 2008 : 42).

Aménagé, géré, occupé et valorisé, les territoires déterminent des représentations tout en dirigeant des actions et des perceptions différenciées chez ses occupants (Klein, 2008). Ces action et perception peuvent ainsi déterminer en partie les interactions qu'on peut y observer.

Ce mémoire a donc pour objectif de comprendre comment s'articulent certaines des dynamiques territoriales de l'agrotourisme en Montérégie. Plus spécifiquement, de mettre au jour les nombreux rôles et interactions des acteurs et des institutions qui œuvrent dans ce secteur croissant de l'économie québécoise.

Le premier chapitre expose l'état des connaissances sur le sujet ainsi que les enjeux théoriques liés à l'étude. Le choix de l'approche du développement territorial est aussi expliqué et détaillé en fonction d'études préalables (Aydallot, 1984 ; Fournis, 2012 ; Gagnon et al., 2006 ; Jean, 2008 ; Rallet, 2007). Il est ainsi question de positionner le projet dans une problématique originale et novatrice qui permet de proposer les questions qui orientent la présente recherche.

Le second chapitre consiste en l'élaboration du cadre théorique et conceptuel qui chapeaute l'étude. Ce dernier découle directement des concepts issus des questions de la recherche. Les concepts de territoire, de développement, d'agrotourisme et de construit institutionnel local sont présentés et définis.

Le troisième chapitre détaille les méthodes de terrain et d'analyse utilisées pour mener à bien le projet de recherche. Il s'agit donc de présenter pourquoi l'approche ethnographique, plus précisément l'entretien semi-dirigé, a été sélectionnée pour appréhender le terrain d'étude. Par la suite, l'analyse thématique ainsi que l'examen phénologique sont détaillés dans l'optique de démontrer leurs pertinences respectives pour s'approprier les matériaux à des fins analytiques.

Le quatrième chapitre donne la parole au participant. En effet, il est principalement question de présenter les données. Des extraits représentatifs des discours, issus des terrains effectués à l'été 2017 mis en lien avec les différents indicateurs conceptuels, y sont donc détaillés. On présente ainsi les rôles intrinsèques des participants ainsi que leurs multiples interrelations avec les institutions qui les concernent.

Le cinquième et dernier chapitre est le théâtre de l'analyse des rôles ainsi que des interactions et participations qui ont été mis au jour dans la présentation des données. Suit ensuite un examen de l'arrimage relatif des participants au construit institutionnel local. Ce chapitre culmine avec une remontée théorique qui propose un

retour sur les concepts utilisés en fonction des observations, analyse et examen issus de l'étude.

1 CHAPITRE I

AGROTOURISME ET DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL

Les recherches portant sur l'agrotourisme ont abordé cet objet d'étude avec différents regards. En effet, des articles portant sur son inscription dans le modèle de l'économie solidaire (Gautrat, 2004) ainsi que par rapport à sa complémentarité dans le paysage économique et agricole (Gagnon et al. 2006) furent proposées. Il a aussi été question d'appréhender ces espaces économiques en vertu du modèle des appellations d'origine contrôlée et du modèle de panier de bien, illustré par Pecqueur (2001). Mamdi (2001) l'a quant à lui abordé en lien avec l'aménagement des territoires ruraux.

Toutes ces approches ont en commun qu'elles offrent des perspectives macrosociales du phénomène agrotouristique. De plus, lorsque ce dernier est étudié en fonction de ses acteurs, on fait davantage référence à des méthodes quantitatives. Celles-ci permettent d'illustrer la capacité des acteurs à diversifier l'économie rurale (Hjalager, 1996) ou de quantifier leur apport économique (Archambault et al., 2001) qui favorise la relance de certaines régions dévitalisées (Bernier et al., 2012). De ce fait, il convient de constater que l'utilisation d'une méthodologie microsociale pour analyser l'agrotourisme permettrait de produire de nouveaux savoirs relatifs à ce domaine. À ce sujet, le concept de néolocalisme semble très pertinent pour approcher l'agrotourisme dans une perspective d'acteur. Ce dernier est défini par le chercheur Wes Flack (1997 : 38) comme étant une : « self-conscious reassertion of the distinctively local ». La facette identitaire, bien présente dans ce concept, permet

d'appréhender les modes de production agroalimentaire. Cependant, pour comprendre les dynamiques territoriales, qui sont centrales à cette étude, il est nécessaire d'intégrer les volets institutionnels et relationnels pour rendre intelligible les perspectives d'acteurs et leurs interactions territoriales.

C'est donc dans cette optique que l'approche du développement territorial a été sélectionnée pour mettre en lumière les logiques d'acteurs de l'agrotourisme de façon qualitative.

Le développement territorial se veut un courant de recherche composite et interdisciplinaire qui pose un regard nouveau sur les articulations entre acteurs et structures à l'échelle locale (Jean, 2008 ; Fournis, 2012). Il « exprime la reconnaissance de liens forts entre les dynamiques de développement et les caractéristiques multiples des territoires sur lesquels elles se déploient » (Jean, 2008 : 296). Étant considéré par plusieurs comme un paradigme en émergence (Aydallot, 1984 ; Fournis, 2012 ; Gagnon et al., 2006 ; Jean, 2008 ; Rallet, 2007), ce courant fait appel à diverses disciplines qui proposent d'aborder le territoire dans ses maintes réalités matérielles et symboliques. C'est ainsi que :

[l]es sciences du développement redécouvrent les lieux, car c'est de là que naissent l'action collective, les spécificités locales et régionales, l'unicité du social. Il devient possible, à travers le local, de saisir les trajectoires spécifiques des sociétés dans leur adaptation aux espaces supranationaux de la globalisation (Klein, 2008 : 46).

C'est donc dans cette optique qu'il est pertinent d'analyser les articulations du développement sur des espaces symboliquement liés à ceux qui y œuvrent.

Dans un ligné similaire, le géographe Guy Di Méo soulève la complexité de définir le concept de territoire où se mêlent « la polysémie des termes (territoire, territorialité) et la complexité des phénomènes à la fois psychologiques, sociaux et spatiaux qui interfèrent dans son contenu sémantique » (1998a : 37). Le chercheur illustre sa réflexion du concept d'espace géographique et de ses catégories (espace produit, espace perçu, espace représenté, espace vécu et espace social). Celles-ci correspondent à différentes facettes de l'espace géographique.

L'auteur retient deux composantes principales du concept de territoire, l'espace social et l'espace vécu. L'espace social s'apparente aux « lieux de la biosphère tissés par l'entrelacs des rapports sociaux et spatiaux caractéristiques des groupes humains qui les occupent, les produisent ou simplement les convoitent » (Di Méo, 1998b : 107). L'espace vécu, quant à lui, représente le « rapport existentiel, forcément subjectif, que l'individu socialisé établit avec la terre. Il s'imprègne de valeurs culturelles reflétant pour chacun l'appartenance à un groupe localisé » (Di Méo, 1998b : 107). L'approche de cet auteur s'intègre adéquatement le courant de recherche sélectionné pour mener cette étude à terme.

Dans une même optique, Gagnon et al. (2006 : 601) soulignent que les territoires sont composés d'enjeux autant économiques que sociopolitiques et environnementaux. Ils affirment qu' :

[e]n ce sens, l'adoption d'une approche territoriale du développement sous-tend l'intégration de facteurs historiques, géographiques, culturels, sociaux, selon une nouvelle pensée contemporaine systémique, intégrée ou interdisciplinaire.

Le développement territorial peut donc se mesurer par la capacité des acteurs à maîtriser les dynamiques de développement qui les concernent, tout en reconnaissant l'importance du territoire comme une construction sociale (Jean, 2008 ; Gagnon et al.,

2006). Le mémoire présenté ici se pose dans la lignée des travaux qui prônent l'approche du développement territorial.

Il s'agit donc de mettre en lumière des dynamiques et des processus de développement qui sont territorialement ancrés, puis de les décrire, de les identifier, de les analyser, bref, de les rendre intelligibles. Ainsi, ce courant s'impose « non comme un dogme ou un ensemble de certitudes, mais comme une perspective de réarticulation, tant des savoirs (issus de plusieurs disciplines) que des territoires » (Jean, 2008 : 299).

L'adoption de cette approche dans le cadre d'une étude de l'agrotourisme amène à s'interroger sur les interactions territoriales des acteurs. Une analyse de ces interactions permettrait donc de comprendre comment les acteurs participent à la construction du territoire qui les concerne. C'est donc dans cette perspective que la recherche répondra à la question suivante : « Comment les producteurs agrotouristiques de la Montérégie participent-ils au développement du territoire ? » Pour ce faire, cette interrogation se décline en trois sous-questions :

1. Quelles représentations les acteurs ont-ils de leurs rôles ainsi que de ceux des principaux acteurs territoriaux ?
2. Quelles formes prennent leurs interactions socioprofessionnelles ?
3. Comment participent-ils au construit institutionnel local ?

De ces dernières questions découlent les principaux concepts qui guideront la recherche, soit le territoire, le développement, l'agrotourisme ainsi que le construit institutionnel local. Après l'illustration du choix de chacun des concepts et de leur définition respective, des avenues d'opérationnalisation seront suivies des stratégies

qui ont été sélectionnées pour la collecte de données et l'analyse. L'optique est d'observer la présence ou l'absence des indicateurs conceptuels dans les discours des acteurs sélectionnés. Ces derniers sont donc centraux à l'étude. Dans les prochains chapitres, il sera principalement question d'illustrer leurs actions ainsi que leurs représentations dans les divers espaces de sens qui les concernent.

2 CHAPITRE II

LE DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE

2.1 Le territoire

La manière dont le concept de territoire est conçu et défini est intimement liée aux différentes disciplines des chercheurs. Dans le cadre de ce mémoire, les approches étudiées s'inscrivent dans les perspectives qualitatives et constructivistes qui découlent de l'optique du développement territorial.

Ainsi, la majorité de la littérature explorée pour appréhender les territoires porte davantage sur leurs constructions sociales et symboliques (Fournis, 2012 ; Gagnon et al. 2006 ; Jean, 2008), sans toutefois faire fi des réalités spatiales, biophysiques et tangibles qui confèrent aux exploitations agrotouristiques une partie non négligeable de leurs ancrages territoriaux (Boifin, 2007 ; Rallet, 2007).

À ce sujet, Jean (2008 : 283) affirme qu'« [u]n territoire sert de puissant référent dans la formation de l'identité individuelle et sociale en se posant comme l'un des piliers structurants de ces identités ». Cet auteur reconnaît donc une relation bidirectionnelle entre le territoire et les individus qui l'habitent. C'est dans ce contexte qu'il appréhende les territoires comme « des entités sociospatiales qui sont en lien avec les activités humaines sur un espace et ils reflètent donc une démarche de construction politique » (Jean, 2008 : 283). Lorsque l'accent est mis sur la construction politique

des territoires, on reconnaît intrinsèquement le dynamisme inhérent à ceux-ci ainsi qu'aux activités humaines qui les construisent.

En outre, il est aussi possible de concevoir le territoire en termes de réseaux internes. Rallet (2007 : 80) souligne que « [l]e contenu définit le contenant : les frontières du territoire sont les bornes (mouvantes) de réseaux socioéconomiques. Là où s'éteint le réseau se termine le territoire ». Cette définition a comme principal avantage de proposer une conception dynamique des frontières du territoire, sans nécessairement seulement prendre en compte les limites institutionnelles. On comprend donc que cette définition de Rallet est aussi fondamentalement relationnelle.

Pour ce qui est des réseaux, il est possible d'avancer qu'ils ont aussi été pensés par Jean (2008 : 283) lorsqu'il fait référence aux « entités sociospatiales », sans toutefois affirmer que celles-ci pourraient faire état de frontière ou d'unité de mesure d'un territoire donné. De façon plus détaillée, Boifin (2007 : 203) soutient que :

[l]a notion de territoire dans son acception la plus complète englobe à la fois les ressources, le cadre de vie, les activités, les acteurs, leurs interrelations, la conscience qu'ils ont d'appartenir à une même entité de développement, enfin les projets qu'ils conçoivent et mettent en œuvre collectivement pour assurer cette dynamique.

Cet auteur se veut toutefois très exhaustif dans son énumération des composantes territoriales. Ces dernières pourraient très aisément être résumées par le terme « activités humaines », avancé par Jean (2008 : 283). Pour le géographe Di Méo (1998 : 38), « le territoire témoigne d'une appropriation à la fois économique, idéologique et politique de l'espace par des groupes qui se donnent une représentation particulière d'eux-mêmes, de leur histoire, de leur singularité ». En effet, par l'appropriation économique, idéologique et politique de l'espace par des groupes, cette définition reconnaît l'importance des « réseaux » de Rallet (2007), ce que Jean (2008) résume à l'aide des termes « entités sociospatiales ».

De plus, par l'inclusion des représentations, de l'histoire et de la singularité des groupes, on reconnaît en quelque sorte le dynamisme ainsi que la diversité des communautés. Cependant, bien que le dynamisme soit implicite à la définition de Di Méo (1998 : 38), celle proposée par Jean (2008 : 283) est plus inclusive et possède l'avantage de reconnaître clairement le caractère dynamique et construit des territoires. En effet, « [c]e sont les acteurs qui font le territoire » (Kahn, 2010 : 629). Qu'ils soient publics, privés ou associatifs, ces acteurs participent donc à la production de territorialité.

Pour la présente recherche, la définition de Jean (2008) a été sélectionnée. Elle permet, entre autres, de concevoir que des caractéristiques locales, telles des patois, des traditions ainsi que des savoir-faire, peuvent être mobilisées dans une optique de valorisation socioéconomique et identitaire d'un territoire. Ainsi, les communautés territoriales peuvent rendre opérationnelles des ressources immatérielles ou cognitives localement partagées. Cette optique permet de comprendre que le territoire épouse, dans ses facettes symboliques et matérielles, des dimensions relationnelles et physiques.

De ce fait, l'adoption d'une approche territoriale du développement permettra de faire émerger diverses logiques d'acteurs en lien avec ces composantes. Il est principalement question de déceler la présence et la nature des interactions, des activités ainsi que des participations territorialement ancrées.

Certaines parmi ces dernières sont ici considérées comme étant des indicateurs favorables de la construction territoriale. Elles prennent la forme d'activités, d'initiatives, de collaborations, de participations ou de partenariats qui s'inscrivent localement. Il est donc question de qualifier ces interactions socioprofessionnelles. C'est-à-dire d'étudier la perception que les acteurs de l'agrotourisme en Montérégie ont des espaces territoriaux qui les concernent ainsi que de voir si et comment ils

contribuent à la construction de ceux-ci. Avant de passer au concept de développement, le tableau suivant illustre les indicateurs relatifs aux dimensions identifiées dans la définition choisie.

Tableau 1 Dimensions et indicateurs du territoire

DIMENSIONS	INDICATEURS	EXEMPLES
Relationnel	• Interaction socioprofessionnelle collaborative • Construction d'espace interactionnel • Participation active à des prises de décision concernant la région	• Activité et initiative collective • Collaboration • Partenariat • Réseau de proximité • Coopérative • Liens avec les différentes organisations : UPA, Terroir et Saveurs, Circuit du Paysan, Union Paysanne, etc. • Initiatives et programmes éducatifs • Participation active à des tables de concertation instiguées par les différents paliers gouvernementaux. • Participation active à des réunions de la MRC et MAPAQ ou d'autres paliers gouvernementaux
Physique	• Activité de production ou de modification d'espace tangible • Influence et action	• Instigateur d'activité gourmande/de village/sociale • Participation à

	sur l'espace tangible	l'esthétique du territoire
--	-----------------------	----------------------------

2.2 Le développement

L'adoption d'une définition du développement qui s'inscrit en adéquation avec le regard proposé par le développement territorial est nécessaire pour orienter la sélection des dimensions et des indicateurs qui permettront de répondre aux questions de départ. Pour l'économiste Perroux (1991 : 90), le « développement est la combinaison des changements mentaux et sociaux d'une population qui la rendent apte à faire croître, cumulativement et durablement, son produit réel global ». Cette définition, qui met l'accent sur le changement, a clairement une tangente économique et productiviste puisque qu'il est directement affirmé que la finalité du développement est l'accroissement du produit. Perroux semble donc faire partiellement abstraction d'une partie primordiale du développement dans une approche territoriale, soit l'acteur.

Aux antipodes de cette conception, la vision du développement de Disez (1999 : 40) « s'intéresse davantage au rôle de l'individu et aux réseaux de proximité qu'à l'influence des variables politiques (locales ou globales) et socioprofessionnelles [...] ». En misant davantage sur l'individu, Disez (1999) se rapproche d'une définition qui pourrait s'inscrire en adéquation avec le cadre du développement territorial.

Cependant, cette recherche se veut principalement une étude de l'agrotourisme et des interactions de ses acteurs dans le territoire, il est alors primordial de noter l'importance des caractéristiques socioprofessionnelles des acteurs à l'étude. Dans une perspective plus inclusive, Fortin et Gagnon (1999 : 202) appréhendent le développement comme « a global, integrated process in which the empowerment of communities and individuals is promoted within collective territorially based projects,

the goal of which is to improve the conditions and quality of life ». Selon ces auteurs, les communautés territoriales peuvent donc s'illustrer par des volontés collectives qui prennent forme dans les projets de développements. L'accroissement du produit global de Perroux (1991 : 90) est remplacé tout en se retrouvant dans l'ensemble identifié comme « l'amélioration des conditions et de la qualité de vie » (Fortin et Gagnon, 1999 : 202, traduction de l'auteur).

La définition de Fortin et Gagnon (1999 : 202) relève l'imbrication des facteurs socioéconomiques, identitaires et territoriaux dans un contexte fondamentalement dynamique. Cela permet donc de centrer le développement dans une perspective d'acteur tout en prenant compte des ramifications de ces derniers aux groupes, aux territoires ainsi qu'aux sphères économiques et politiques. Comme le souligne Kahn (2010 : 634), « [l]e projet qui concerne le groupe social et son rapport au lieu, a pour effet de transformer les individus du groupe social, en acteur ».

L'approche de Fortin et Gagnon (1999 : 202) permet de comprendre que le développement se réfère à un espace géographique construit par des histoires, des cultures ainsi que par les réseaux socioéconomiques qui en dessinent les limites changeantes et poreuses. C'est donc cette dernière définition qui est choisie pour conceptualiser le développement des territoires en lien avec l'agrotourisme.

Les dimensions de participation, de qualité de vie ainsi que de devenir collectif émergent de cette définition. Ils permettent effectivement de déceler les indicateurs du développement. La recherche a pour objectif de mettre en lumière si les activités, les initiatives, les collaborations et les partenariats, préalablement identifiés comme exemple d'indicateurs d'interaction favorisant la construction du territoire, s'inscrivent dans des projets communautaires et collectifs, territorialement ancrés. À savoir si la présence de ces indicateurs favorise le développement d'institutions collaboratives, communautaires ou coopératives.

La recherche vise entre autres à comprendre comment les acteurs de l'agrotourisme participent et perçoivent les projets et les institutions qui les concernent et qui ont des incidences sur leur qualité de vie, leur devenir ainsi que leurs opérations agrotouristiques. Il sera donc question de comprendre la présence des acteurs au sein d'associations, de groupe ou de tables de concertation traitant du tourisme (MRC, ATR, OGD, coopérative, etc.) ainsi que dans les espaces collectifs et communautaires (Centre local d'emploi, CLD, Chambre de commerce, etc.). Le tableau suivant illustre l'opérationnalisation de ce concept.

Tableau 2 Dimensions et indicateurs du développement

DIMENSIONS	INDICATEURS	EXEMPLES
Participation	• Participation aux institutions • Participation aux projets territoriaux • Participation au développement identitaire	• Présence active des acteurs au sein d'associations, de groupe ou de tables de concertation traitant du développement touristique (MRC, ATR, OGD, coopérative, etc.) • Présence active des acteurs dans les espaces collectifs et communautaires traitant du développement touristique (Centre local d'emploi, CLD, Chambre de commerce, etc.) • Représentation ou sentiment de participation au développement identitaire local

Devenir collectif	• Représentation du futur • Action tangible sur le devenir collectif.	• Sentiment (discours) illustrant la mainmise sur le développement de l'entreprise/du contexte agrotouristique local. • L'expression, positive ou négative, du devenir à long terme.
Qualité de vie	• Représentation et réflexion sur la qualité de vie	• Affirmation de bénéfices qu'apporte l'agrotourisme dans le quotidien des acteurs et des populations locales

2.3 L'agrotourisme

Pour ce qui est de l'agrotourisme, une revue de littérature a permis de constater une certaine ambiguïté conceptuelle en ce qui a trait à une définition opérationnelle du terme. En effet, les concepts utilisés pour caractériser l'activité et les produits qui lui sont relatifs est très variable (Marcotte et al., 2006 : 59). Aussi :

[...] non seulement les définitions utilisées pour décrire l'activité et les produits agrotouristiques diffèrent-elles d'un pays à l'autre, mais les conceptions entre le milieu agricole et touristique sont parfois si divergentes qu'il est difficile d'obtenir une mesure commune et d'élaborer un portrait statistique commun de l'agrotourisme » (Marcotte et al., 2006 : 59).

Dans l'optique de lever cette ambiguïté et à l'image de Mamdi et al. (2001), la présente analyse conçoit l'agrotourisme comme étant un concept plus inclusif et considérera que l'agritourisme en fait partie. Il convient cependant de constater qu'une analyse de nature sémantique permettrait probablement de marquer quelques

nuances définitionnelles des termes présentés « en référence aux logiques qui animent ceux qui les emploient » (Marcotte et al., 2006 : 45).

Ainsi, l'agritourisme, surtout utilisé dans la littérature européenne, est considéré par Bazin (1993) comme correspondant à des activités d'accueil, d'hébergement, de restauration et de loisirs, dont le siège est l'exploitation agricole. Le tourisme à la ferme, terme fréquemment utilisé par les auteurs francophones, est entendu comme l'offre du gîte sur les lieux de production agricole (Mamdi et al., 2001). Ces concepts sont donc considérés comme étant des sous-produits de l'agrotourisme (Mamdi et al., 2001).

Plusieurs définitions de l'agrotourisme qui circulent au Québec sont proposées par différents chercheurs, associations ainsi que divers paliers gouvernementaux. Le ministère de l'Agriculture des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) affirme que l'agrotourisme est caractérisé par

[d]es producteurs agricoles qui mettent en valeur la production agricole et ses dérivés et qui adoptent une pratique d'animation et d'accueil. Ce sont des gîtes, des camps de vacances ou d'autres formes d'hébergement, de restauration ou de visites offertes sur l'exploitation agricole. Il s'agit aussi de producteurs qui font la vente de produits agroalimentaires avec accueil et/ou visite à la ferme ainsi que de nombreuses autres activités combinées : sites d'autocueillette, centres équestres, serres, pépinières, érablières, vignobles, etc. (MAPAQ, 2005c : 40).

Cette définition caractérise majoritairement et de façon exhaustive la logique de l'offre d'expérience. Cependant, il serait aussi nécessaire de déterminer quelle est la demande pour les produits agrotouristiques. Plus spécifiquement de préciser que le produit agrotouristique le devient aussi par effet de qui le consomme. Il est entendu ici qu'un produit agrotouristique puisse ne pas être qualifié ainsi si la logique qui anime l'individu désirant se le procurer s'inscrit dans une optique qui est autre que la caractérisation du touriste ou de l'excursionniste. À cet égard, le Groupe de

concertation sur l'agrotourisme au Québec (GCAQ, 2001 : 7) définit l'agrotourisme comme étant :

[...] une activité touristique complémentaire à l'agriculture ayant lieu sur une exploitation agricole. Il met en relation des producteurs(trices) agricoles avec des touristes ou des excursionnistes, permettant ainsi à ces derniers de découvrir le milieu agricole, l'agriculture et sa production à travers l'accueil et l'information que leur réserve leur hôte : [...] Il convient de souligner que ce sont les services d'accueil et de diffusion d'informations à caractère agricole qui en spécifient l'aspect agrotouristique.

La définition du GCAQ a pour bénéfice principal de bien cerner la dimension des acteurs qui participent à la construction de ce phénomène touristique. Elle bonifie en quelque sorte celle proposée par le MAPAQ. Dans une approche similaire, Marcotte et al. (2006 : 69) affirment que l'agrotourisme est :

[u]ne expérience touristique réalisée dans le milieu agricole. Cette expérience repose sur la relation entre une organisation agricole, les services qui accompagnent le produit agricole et le touriste (excursionniste). La demande pour ce type de services est conçue dans une perspective d'agrément.

Cette approche inclusive du phénomène agrotouristique permet donc de prendre en compte le déplacement du touriste ainsi que de l'excursionniste vers les lieux choisis. La définition de Marcotte et al. (2006 : 69) favorise une conception holistique des expériences touristiques en généralisant l'offre aux produits agrotouristiques ainsi qu'aux informations et aux animations qui lui sont relatifs.

Il convient aussi de souligner que cette conception de l'agrotourisme intègre adéquatement les descriptions précédentes relatives à l'agritourisme ainsi qu'au tourisme à la ferme. En outre, à la manière du développement territorial, elle s'inscrit adéquatement dans une logique d'acteurs. À la lumière de ces concepts, la définition de Marcotte et al. (2006 : 69) est retenue pour l'étude.

L'opérationnalisation de ce concept sert à cibler le type d'exploitation dont il est question dans la recherche. En effet, la définition permet d'identifier quels acteurs ou entreprises sont agrotouristiques et de déterminer lesquels ne le sont pas. Les indicateurs principaux qui seront recherchés s'inscrivent donc dans une optique relationnelle. À cet égard, observer et comprendre la nature de la relation, entre l'exploitation agricole et les services touristiques offerts, est primordial pour affirmer que l'exploitation sélectionnée est bel et bien agrotouristique.

Transformé ou non, le produit agricole doit donc être accompagné d'un service touristique. Ainsi, partant de la vulgarisation des méthodes de production ou de transformation, en passant par des explications ludiques, le produit agricole doit être pourvu d'un service qui lui confère sa qualité agrotouristique.

Les types de service qui accompagnent les produits agricoles doivent aussi s'inscrire dans une perspective d'agrément. C'est ainsi qu'à l'aide de ces indicateurs, il sera possible de qualifier les entreprises sélectionnées selon la définition choisie. Le tableau qui suit démontre les différents indicateurs et dimensions identifiés dans la définition choisie.

Tableau 3 Dimensions et indicateurs de l'agrotourisme

DIMENSIONS	INDICATEURS	EXEMPLES
Milieu	• Agricole	• Ferme • Verger • Vignoble • Acériculture • Fromagerie

Tourisme	• Service touristique • Perspective d'agrément	• Vulgarisation • Explication de procédures • Contexte ludique • Visite de l'exploitation • Dégustation de produits
Touriste/excursionniste	• Perspective d'agrément • Déplacement temporel/spatial	• Présence sur les lieux d'une clientèle venant d'ailleurs et se déplaçant dans une optique de consommation de produits agrotouristique

2.4 Le construit institutionnel local

Dans cette recherche, le concept de construit institutionnel local sert à comprendre si et comment les modes de prise de décision territoriale concertent les points de vue des acteurs de l'agrotourisme. Il s'agit de déterminer comment ces derniers s'arriment-ils aux diverses institutions formelles autant qu'informelles. La définition conceptuelle sélectionnée pour l'étude a été construite à partir d'un article publié par Pecqueur (2001).

Les construits institutionnels locaux sont donc des espaces de concertation qui, à l'échelle d'un territoire, réunissent divers producteurs de biens ou de services privés et les producteurs de biens et services publics locaux au sein d'institutions plus ou moins permanentes (Pecqueur, 2001). Ce concept peut illustrer la volonté des acteurs sociaux, politiques et économiques d'intervenir dans les processus de développement qui ont lieu dans leurs territoires (Klein, 2008). Les indicateurs principaux de ce

concept sont donc la prise en compte par les institutions ainsi que la participation des acteurs aux prises de décision qui les concernent.

Ces indicateurs pourraient, entre autres, prendre la forme de consultation des acteurs par les décideurs publics ou de réglementation locale par rapport à la participation des acteurs à la logistique territoriale. Cela permettra aussi d'élucider s'il y a adéquation ou inadéquation entre les perceptions et réalités des producteurs agrotouristiques et les réalités administratives des institutions locales. Le tableau suivant déconstruit la définition choisie en dimensions et indicateurs observables.

Tableau 4 Dimensions et indicateurs du construit institutionnel local

DIMENSIONS	INDICATEURS	EXEMPLES
Décisionnelle	Participation aux processus décisionnels dans les institutions	Participation des acteurs à des audiences publiques, des tables de concertation, etc.
Consultative	Prise en compte par les institutions	Consultation des acteurs par les décideurs publics

En somme, les concepts choisis, définis et déconstruits permettent de guider les étapes subséquentes de la recherche. En effet, l'identification des dimensions et indicateur a permis de cibler adéquatement les besoins méthodologiques pour ainsi tenter de répondre aux questions qui guide cette étude. Les exemples proposés seront donc des pistes à suivre pour identifier la présence ou l'absence de ces concepts dans les discours des participants.

3 CHAPITRE III

LES OUTILS DU CHERCHEUR

3.1 L'approche de terrain : l'entretien ethnographique

C'est donc dans une approche constructiviste que le cadre du développement territorial a été sélectionné pour appréhender le phénomène agrotouristique de manière qualitative.

Dans le but de répondre aux questions proposées et ainsi résoudre la problématique de cette étude, l'approche ethnologique est utilisée pour mener des enquêtes de types ethnographiques sur le terrain, auprès d'acteurs préalablement sélectionnés. À ce sujet, Fourcade (2012 : 56-57) affirme qu'en tant que :

[...] science humaine qui a pour objet les sociétés, l'ethnologie vise la compréhension de celles-ci sous leurs multiples facettes, leur fonctionnement et leur développement [...] elle cherche à analyser l'individu dans son rapport au temps, à l'espace, à l'autre, à lui-même, au matériel et à l'immatériel.

La collecte de donnée s'est donc déroulée sur le terrain, en Montérégie, en compagnie de producteurs agrotouristiques sur les lieux de leurs entreprises respectives. Ces participants ont été sélectionnés dans le but d'offrir un riche panorama de l'agrotourisme en Montérégie. À cet effet, acériculteur, fromager, producteur cidricole, vigneron, pomiculteur et agriculteur maraîcher ont eu la générosité de répondre favorablement aux demandes d'entretiens.

Ces travaux de terrains ont été orientés par des entretiens ethnographiques qui ont permis d'obtenir, à travers le discours des acteurs, un portrait de l'agrotourisme et de ses maintes articulations territoriales.

Par rapport à la forme qu'ont prise ces types d'entretiens, Beaud et Weber (2010 : 155) soulignent que :

[I]es entretiens que vous allez effectuer sur le terrain sont des entretiens longs et enregistrés au magnétophone au cours desquels les enquêtés parlent à la première personne et s'adressent à vous personnellement. On les appelle entretiens ethnographiques parce qu'ils ne sont pas "isolés" ni autonomisés de la situation d'enquête. Les enquêtés sont restitués dans leurs milieux d'interconnaissance (qui sont aussi vos milieux d'enquête).

Dans un but de diversification des propos et des données, il a été question de sélectionner des acteurs œuvrant dans différents secteurs de l'agrotourisme. C'est ainsi que des acériculteurs, des vigneron, des pomiculteurs, des exploitations cidricoles et fromagères ont été approchés pour atteindre une certaine saturation de données et tenter d'illustrer adéquatement le relief agrotouristique de la région choisie. Parmi ces derniers, dix acteurs ont été sélectionnés pour l'étude. La pertinence de l'optique microsociale de l'ethnologie est justifiée par le fait que le développement territorial reconnaît le caractère localisé des acteurs ainsi que leurs interactions (Gagnon et al. 2006).

Effectivement, une telle approche a permis d'appréhender les nombreuses réalités relatives aux acteurs de l'agrotourisme par rapport à leur participation aux processus de développement territorial. Une compréhension adéquate des hôtes, de leurs interactions, de leurs mobilisations stratégiques, de leurs perceptions du monde ainsi que de leurs structures sociales, a émergé de cette approche méthodologique.

Le canevas d'entretien ethnographique (Annexe 1) a permis d'orienter la discussion avec les exploitants agrotouristiques sélectionnés. Cependant, les entretiens ont été menés avec une grande flexibilité. C'est-à-dire que les échanges furent semi-dirigés. En outre, une durée moyenne d'une heure a été atteinte pour les entretiens. Ceux-ci ont « restitué les acteurs dans leurs milieux d'interconnaissance » (Beaud et Weber, 2010 : 155) et ont illustré les divers thèmes liés à la problématique de départ.

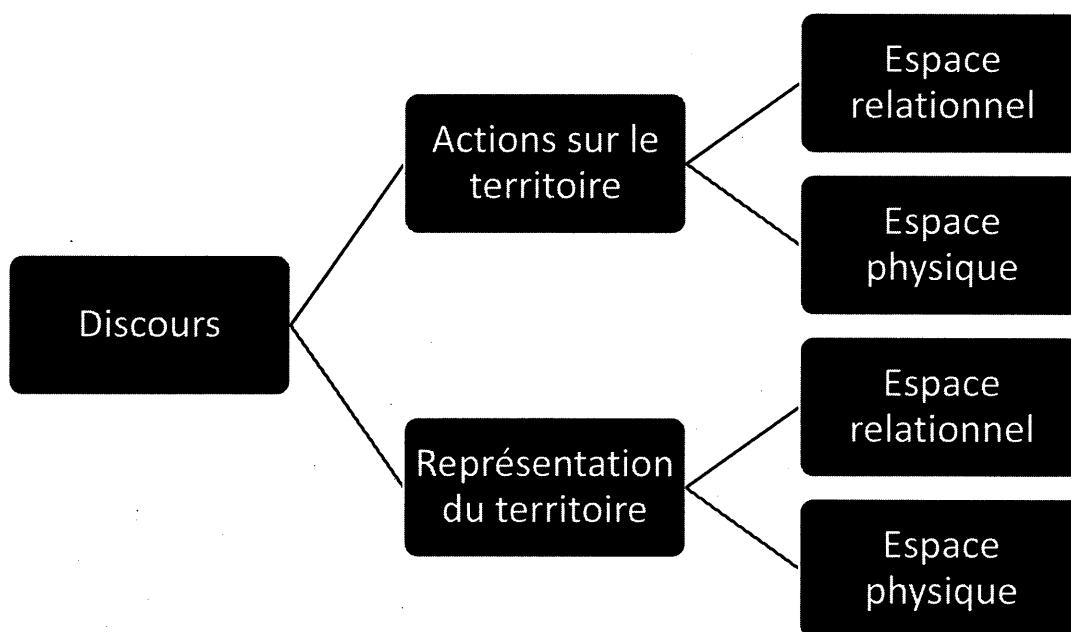
3.2 L'analyse thématique

L'analyse thématique a offert la possibilité de faire émerger des matériaux accumulés, les extraits pertinents pour l'étude. Cette analyse « offre la possibilité de traiter de manière méthodique des informations et des témoignages qui présentent un certain degré de profondeurs et de complexités » (Campenhoudt et Quivy, 2011 : 206). Les discours qui ont émergé des entretiens ont été retranscrits et codés pour ensuite être classés à l'aide des dimensions et des indicateurs conceptuels qui proviennent des questions qui orientent la recherche.

En effet, il a été question d'observer « les choix, fréquences et modes d'agencement des termes » (Campenhoudt et Quivy, 2011 : 206) dans la construction du discours. De cette analyse a aussi émergé une compréhension des conditions sociales dans lesquelles le discours est produit. Le systématisme qu'impose cette méthode a permis de saisir la nature des propos tenus tout en favorisant un recensement exhaustif du corpus. Les discours ont permis de générer des contenus qui ont facilité la compréhension des logiques d'acteurs et de leurs perceptions. En effet, « [l]es aspects formels de la communication sont alors considérés comme des indicateurs de l'activité cognitive du locuteur, des significations sociales ou politiques de son discours » (Campenhoudt et Quivy, 2011 : 207). En somme, dans les étapes subséquentes, il est question d'illustrer la présence ou l'absence des indicateurs conceptuels dans les contenus issus des entretiens ethnographiques.

L'arbre thématique qui suit a orienté le codage des entretiens. Un extrait du tableau de classement est présenté en Annexe II dans le but d'introduire le corpus et d'illustrer le schéma de pensée suivi pour en arriver à la discussion.

Figure 1



Arbre thématique

Élaboré par l'auteur, 2017

Cette figure représente la décomposition des discours en rubrique et en thème. Ces derniers ont émergé directement de l'opérationnalisation des concepts présentés au

chapitre 2. En effet, les indicateurs liés aux différents concepts ont permis d'élaborer cet arbre thématique. Celui-ci a ensuite été utilisé pour coder et classer les discours provenant des entretiens ethnographiques qui ont été effectués sur le terrain à l'été 2017.

3.3 L'examen phénoménologique

Après avoir amassé les données de terrain et les avoir classés en lien avec leur pertinence face aux dimensions et aux indicateurs conceptuels, le but principal de l'étude est de faire rayonner l'essence des propos. L'analyse thématique a permis de faire ressortir les thèmes représentatifs des réalités des acteurs sur le terrain. Par la suite, l'examen phénoménologique a été choisi pour donner parole aux participants et ainsi être à même d'illustrer les relations, les similitudes ainsi que les désaccords entre les différents discours. Ceci a évidemment été fait en gardant en tête les questions de recherche et l'optique du développement territorial.

L'examen phénoménologique a été sélectionné, car « elle concerne nommément l'expérience du monde à partir de l'expérience qu'en font les sujets » (Paillé et Mucchielli, 2012, p.140). Dans le cas à l'étude, ces expériences ne sont accessibles que par l'entremise des extraits provenant des entretiens ethnographiques.

L'examen phénoménologique des données d'entretien permet donc d'extraire la trame principale des actions et des représentations formulées par les participants. Le but étant de synthétiser le contenu correspondant aux divers indicateurs conceptuels, et ce, après le codage des discours et la classification des extraits pertinents.

Il est donc question de restituer ce qui se présente, tel qu'il se présente. Cette méthode entend relater à l'aide d'énoncés conscrits et précis les phénomènes présentés par les participants, peu importe leur partialité, leurs erreurs apparentes, leurs biais, leurs préjugés ou leur marginalité. En d'autres mots, la phénoménologie ne permet pas d'extraire des propos objectifs des discours en question. Ces phénomènes font directement référence à des réalités propres aux participants.

Cette méthode offre en quelque sorte un médium d'accès aux perceptions conscientes et inconscientes ainsi qu'aux expériences relatives des participants. Cela permet donc de repenser la relation sujet-objet. À cet égard, Giorgi (2010, 237) souligne qu'en phénoménologie :

[t]here are not two independent entities, objects and subjects, existing in themselves which later get to relate to each other, but the very meaning of subject implies being related to subjectivity. Thus, the subject-object relationship must be understood structurally and holistically.

Pour se faire, le chercheur doit adopter une position ou une attitude de réduction phénoménologique. Cela signifie que :

[...] (a) one also bracket past knowledge about the phenomenon encountered, in order to encounter it freshly and describe it precisely as it is intuited (or experienced) and (b) to withhold the existential index, which means to consider what is given precisely as it is given, as presence, or phenomenon. No work can be considered to be phenomenological if some sense of the reduction is not articulated and utilized (Giorgi, 2010 : 240).

C'est ainsi qu'en relatant de la façon la plus fidèle possible la perception, l'intuition ou l'expérience livrée par les participants en des mots accessibles à la recherche, le chercheur peut adopter l'attitude ou la posture phénoménologique. Ces reformulations, qui sont appelées énoncés phénoménologiques, servent

principalement à illustrer l'essence des propos tenus par les acteurs (Paillé et Mucchielli, 2012 : 146).

Dans le cadre de l'examen des données, l'essence est considérée comme « the most invariant meaning for a context » (Giorgi, 2010 : 240). Il s'agit donc de traduire le plus fidèlement possible les dires des participants dans un langage permettant l'analyse subséquente des propos. Cette opération permet de contextualiser et de synthétiser les discours dans la perspective du développement territorial, appréhender ici en tant que discipline et paradigme.

La réduction des discours en énoncé phénoménologique est, en effet, une forme de préanalyse ou du moins une synthèse analytique. On en comprendra que la présence et la portée de l'examen phénoménologique dans la section de la présentation des données est fondamentalement descriptive et sert de lien avec la discussion subséquente. L'examen phénoménologique n'entre qu'à titre utilitaire dans la présentation des données. Elle sert principalement à isoler les phénomènes qui seront mis en relation lors de la discussion. L'approche phénoménologique postule qu'une « descriptive approach would limit itself to what is given, and the argument is that a sufficiently rich description would include an intrinsic account of the phenomenon » (Giorgi, 2010 : 242).

Les interactions théoriques, qui font partie intégrante de la discussion, permettront d'articuler les données en fonction du cadre théorique et conceptuel précédemment illustré au chapitre 2 et ainsi de répondre aux questions de la recherche. Le Tableau 5 (Annexe II) illustre comment l'examen phénoménologique a permis d'isoler certains propos pour ensuite les traduire en énoncé complémentaire favorisant la discussion.

Subséquemment, il sera question de traiter les conclusions de l'examen phénoménologique des données d'entretiens en fonction du cadre théorique et

conceptuel illustré au chapitre II. Malgré la primauté de l'approche inductive dans la majorité de l'étude, ce retour à la théorie permettra de nuancer les phénomènes observés et d'étendre la compréhension des réalités des participants. En outre, la remontée théorique finale permettra de juger de la pertinence du développement territorial en tant que paradigme pour comprendre, expliciter et rendre intelligible les réalités des acteurs agrotouristiques sur le terrain. De plus, la remontée théorique permet de souligner que si les résultats sont fortement influencés par le contexte du territoire à l'étude, les formes de relations identifiées dans la recherche ont une portée théorique à même d'être applicable pour d'autres territoires au contexte différents. Il y a donc une volonté d'opérer un allé retour du particulier au général, de la situation idiosyncratique à la généralisation.

4 CHAPITRE IV

ÉCHO DU TERRITOIRE

Il est ici question d'élaborer un bref portrait de la Montérégie agrotouristique pour ensuite offrir les riches perspectives des acteurs qui s'y trouvent. En effet, ce chapitre a comme optique principale de donner parole aux participants pour illustrer de façon compréhensible et exhaustive leurs réalités respectives en lien avec les questions de recherche.

Les données mobilisées émergent directement de l'analyse thématique des entretiens ethnographiques. Elles ont été sélectionnées à l'aide des dimensions et indicateurs conceptuels élaborés dans le cadre théorique de cette recherche. Les tableaux conceptuels présentés au chapitre II rappellent et résument ce cadre tout en permettant de suivre le schéma analytique utilisé dans cette recherche.

Lesdits indicateurs ont été utilisés pour qualifier les extraits pertinents provenant des matériaux analysés. C'est ainsi que la présentation des données permettra d'ouvrir la porte à la discussion subséquente.

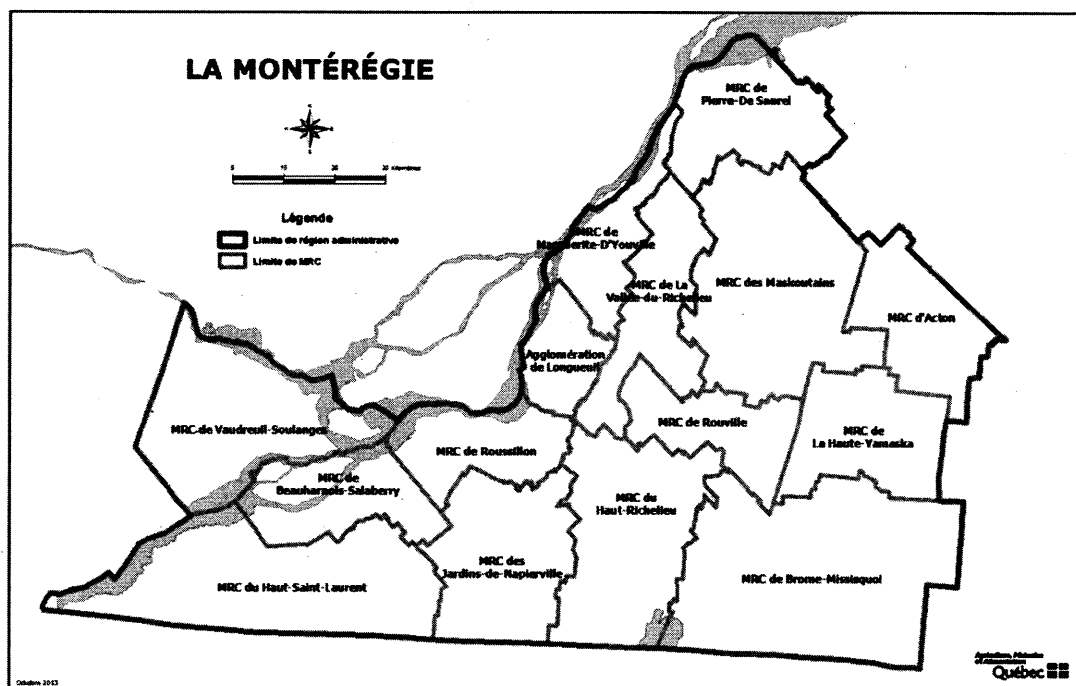
4.1 Portrait de l'agrotourisme en Montérégie

La Montérégie est majoritairement composée de plaines s'étendant entre l'État de New York et le fleuve Saint-Laurent, dans le sud-ouest du Québec. Elle couvre un territoire de 11 112 km², où l'on compte 14 municipalités régionales de comté (MRC), une agglomération et deux réserves autochtones (Gouvernement du Québec, 2017).

Selon le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), le territoire de la Montérégie comporte « plus de 7000 fermes et 400 entreprises de transformation alimentaire » (MAPAQ, 2017).

Avec 83 000 emplois, 60 % des surfaces cultivées, 35 % de la production agricole totale du Québec et une des offres de produits les plus diversifiées de la province, le secteur de l'alimentation est non seulement le premier secteur d'activité de la Montérégie, mais c'est également le plus important de tout le Québec (MAPAQ, 2017). Parmi ces fermes, le MAPAQ en recensait 240 à vocation agrotouristique en 2012, soit 28,7 % de la totalité de l'agrotourisme québécois.

Figure 2



La Montérégie municipale

Source : MAPAQ, 2017

4.2 Examen phénoménologique des données

Cette section présente les données tirées des terrains effectués avec dix producteurs agrotouristiques à l'été 2017. Les enregistrements d'entretiens ethnographiques ont été codés de façon thématique à l'aide du logiciel en ligne Dedoose (Dedoose, 2017). Par la suite, il a été question d'extraire les fichiers codés et d'associer différents énoncés phénoménologiques aux extraits classés par thème (Annexe II).

On rappelle que ces énoncés, abordés au chapitre trois, sont des reformulations de portions d'extrait qui permettent d'exprimer de façons concrète et concise les représentations et actions territoriales des participants. Cette méthode a facilité l'accès aux informations qui ont ensuite permis d'aborder les questions de recherche et ultimement d'y répondre lors de la discussion.

Cette section a donc pour principale fonction de donner la parole aux acteurs dans l'optique d'élaborer un relief compréhensible de leur réalité en lien avec les questions de recherches. La parole « appartient d'abord à l'acteur, elle est l'occasion pour lui d'une action sur le monde. Il ne peut y avoir analyse de phénomène sans la prise en compte du sujet et surtout, de son intention de communication » (Paillé et Mucchielli, 2017 : 141). On fait donc référence à des constructions qui émanent des participants. Comme l'écrit Schutz (1987 : 31), « Seul l'acteur sait quand son action commence et quand elle finit ; c'est-à-dire, pourquoi elle aura été menée ». C'est pour cette raison qu'il est primordial de présenter et de systématiser leurs paroles avant de se les approprier à des fins analytiques.

Dans un même ordre d'idée, le codage et le classement des discours ont simultanément permis de faire émerger certaines institutions et organisations comme œuvrant en tant qu'acteurs principaux sur la scène agrotouristique de la Montérégie. Ces acteurs ont été sélectionnés pour permettre de brosser un canevas illustrant les relations, les participations et les interactions territoriales des participants. Ces

diverses articulations sont présentées à l'aide des extraits d'entretiens ethnographiques et des énoncés phénoménologiques précédemment discutés et illustrés dans le tableau 5 (Annexe II).

En premier lieu, il est question d'élaborer un portrait des représentations des participants par rapport à leurs propres rôles et participations territoriales. En second lieu, chaque institution et acteur sont présentés en lien avec leurs missions et leurs fonctions respectives sur le territoire pour ensuite illustrer les interactions que les participants entretiennent avec celle-ci. Cela ouvrira une fenêtre permettant d'observer les dynamiques territoriales de l'agrotourisme en Montérégie. Par souci de références anonymes, les lettres de A à J ont été attribuées aux dix participants. Ce classement est aussi utilisé pour l'ensemble de la recherche.

4.2.1 Rôle du participant A

En tant que petite entreprise maraîchère, le participant A soutient qu'un des rôles principaux des exploitations agrotouristiques est la revendication de leur pertinence par rapport à l'agro-industrie à grande échelle. Ces revendications visent les institutions, car les décideurs : « [n]e comprennent souvent pas ce que c'est d'être une petite entreprise agricole. C'est pas la même agriculture. Mais on est présent beaucoup, on revendique » (Verbatim A, 2017). Il se conçoit comme étant dans un système qui le représente peu : « on doit un peu se battre. C'est pas le même genre de culture. On est comme à contre-courant de ce que les grandes cultures font. C'est pas toujours facile. C'est deux mondes différents. » (Verbatim A, 2017). Il soutient aussi que la force de l'agrotourisme se situe dans la coopération, tant à des fins de marketing que de développement de produits. En outre, l'agriculteur affirme que « [c]'est sûr qu'il y a une mise en valeur du territoire quand on fait de l'agrotourisme » (Verbatim A, 2017).

Dans un même ordre d'idée, le rôle coopératif fait aussi surface dans le discours de l'agriculteur :

[o]ui, bien avec le Mas des Patriotes aussi. Ils nous envoient des gens, nous aussi. On a aussi des liens avec la fromagerie Au Gré des Champs. Ils ont nos produits en boutique et on fait des publicités communes et des campagnes de financement. Quand ils montrent leur fromage, il y a nos tartinades à côté. C'est le maillage et la coopération là (Verbatim A, 2017).

Le cadre conceptuel et théorique de l'étude permet de comprendre que ce discours manifeste un manque d'arrimage au construit institutionnel local qui prend la forme de lacune consultative au niveau de la prise en compte par les institutions. Cela ne semble cependant pas nuire à la participation aux institutions, car l'entrepreneur souligne qu'il est présent et qu'il revendique (Verbatim A, 2017). En outre, la contribution de l'agrotourisme à la mise en valeur du territoire est effectivement la reconnaissance d'une forme d'activité de production ou de modification de l'espace tangible ayant une influence sur cette espace, ici l'esthétique territoriale, indicateur de la dimension physique du territoire de Jean (2008). Cette même esthétique peut aussi être conçue comme une action tangible sur le devenir collectif, car ces productions spatiales pourraient ultimement contribuer à la diversification des espaces ainsi qu'à l'agrobiodiversité. De plus, les liens détaillés par le participant sont des formes d'interactions socioprofessionnelles collaboratives, indicateur de la dimension relationnelle du territoire (Jean, 2008).

4.2.2 Rôle du participant B

Le rôle éducatif domine dans la perception du participant B :

[l]e contact avec le producteur est primordial. Quand on fait le petit parcours, bien, on explique. Tout ce qui est de la raison pour laquelle on fait ça, les différences entre un bleuet bio, bleuet sauvage, etc. Donc on donne le bleuet 101. Beaucoup de différences pour vendre un peu notre salade et leur parler du pourquoi on fait attention à l'environnement et pour qu'ils comprennent l'impact qu'on a. Pour le futur entre autres. On leur montre comment cueillir, on leur parle des variétés, les différences selon le moment dans la saison. Et vu qu'on est déjà autour, beaucoup nous posent des questions. Par rapport à la culture, notre philosophie, etc. C'est très éducatif comme approche (Verbatim B, 2017).

Il souligne cependant qu'il est aussi de son devoir de faire rayonner la région dans laquelle il se trouve. Selon lui, cela passe par une coopération et un bon référencement des autres producteurs qui occupent aussi le territoire.

À travers ses méthodes éducatives, le participant contribue à la construction d'espaces interactionnels, indicateur de la dimension relationnelle du territoire (Jean, 2008). L'accent mis sur la coopération et le référencement apporte aussi un autre indicateur de cette importante dimension, soit les interactions socioprofessionnelles collaboratives.

4.2.3 Rôle du participant C

Le participant C conçoit premièrement son rôle comme identitaire :

[j]'aime le fait qu'on soit régional, que quelqu'un de Québec dise que la prochaine fois qu'il vient en Montérégie il sache que c'est juste ici qu'on peut se procurer mes produits. Que ça reste typé à ma région. On crée des souvenirs, l'expérience du territoire. [...] Je veux qu'il y ait une identification territoriale, liée à l'occupation des territoires. Le produit qui a une identité, tu sais, je veux que quand les gens pensent à ce produit-là, bien qu'ils pensent à [nous] et à toute l'équipe (Verbatim C, 2017).

Il présente son entreprise et les produits qui en émergent, comme étant des porte-étendards régionaux.

En second lieu, il souligne l'importance du rôle éducatif de l'agrotourisme :

[o]n avait aussi comme but de partir la roue dans la région. Le côté éducation, vérité et honnêteté est très présent dans notre entreprise. On fait goûter, on revient aux bases que notre produit est fermier, pas standardisé. On éduque notre clientèle et c'est ça notre approche éducative. Éducative et circuit court. Notre relation à l'aliment n'est pas là même quand on connaît les personnes ou on sait où c'est produit. Ça permet aussi un effet d'aller-retour entre les besoins des clients et la production (Verbatim C, 2017).

L'optique éducative prend aussi forme dans les visites de classes, provenant d'écoles environnantes où le temps des sucres est couplé aux mises-bas dans la chèvrerie :

[i]l y a aussi un côté citoyen ou social là-dedans, les enfants connaissent rien de l'agriculture ou comment s'occuper d'un arbre. Je crois aussi que c'est une révolution dans les pensées et dans la relation aux aliments qui peuvent sauver les petites exploitations comme la nôtre, du moins le modèle qu'on préconise. C'est donc l'urbain qui nous donne la possibilité d'être campagnards, les marchés fermiers nous font vivre (Verbatim C, 2017).

L'artisan fromager affirme que son rôle coopératif passe principalement par le référencement et le maillage :

[o]n a fait des cartes rabais pour les clients d'ici qui souhaitent aller acheter du vin au vignoble de Mercier. On commence aussi à faire ça avec les autres. Le gros lien principalement est avec le Circuit du Paysan. Tous les employés et moi, on fait le tour du circuit une fois par année, pour être sûre qu'ils s'y connaissent. C'est super important d'être ambassadeur de sa région. Je me dis que si je réussis à meubler la journée des clients, bien, il aura le goût de revenir dans la région. Tandis que si c'est juste moi la vedette, je ne suis pas sûre que ça laissera un souvenir aussi profond. Le but, ou la philosophie, c'est de bien connaître le territoire pour mieux renseigner les gens (Verbatim C, 2017).

Dans les extraits du discours de ce participant, il est aisé de remarquer l'indicateur de développement qu'est la participation au développement identitaire, issu de la définition de Fortin et Gagnon (1999). En effet, l'accent mis sur l'identification territoriale liée à l'occupation des territoires et la reconnaissance du développement identitaire des produits (Verbatim C, 2017) confirment la présence de l'indicateur. Au surplus, l'approche éducative qui domine dans la pratique agrotouristique de l'artisan fromager souligne la présence de la dimension relationnelle du territoire à travers la construction d'espace interactionnel.

En offrant des services éducatifs aux enfants, il est aussi possible de voir émerger une action tangible sur le devenir collectif et la représentation du futur, tous deux indicateurs de développement. À travers la participation au Circuit du Paysan, la

coopération et le référencement, le territoire (Jean, 2008) se fait sentir. En effet, ces activités sont comprises comme étant des interactions socioprofessionnelles collaboratives.

4.2.4 Rôle du participant D

En tant que vigneron, le participant D affirme que son rôle est principalement identitaire :

[u]n vignoble doit être dans un contexte agricole évidemment. Je pense qu'on met en valeur notre village. Tu sais, un vignoble c'est noble. On apporte un certain patrimoine, pour avoir revitalisé une ferme abandonnée, planté un vignoble ça prend 10 ans. Pour nous, c'était hyper important de respecter notre identité, on ne voulait pas ressembler à la France. On ne voulait pas subir cette influence-là. En fait, on cultive des cépages nordiques adaptés à notre climat, donc encore davantage. On exprime la nordicité sur nos bouteilles de vin et on est les seuls à faire ça. On a toujours eu une identité forte, on est fier d'être québécois, de nos racines. On est fier de notre langue. On est ouvert sur le monde, sur les autres. Quand on assume ses propres racines, c'est plus facile d'aller vers les autres, d'être curieux (Verbatim D, 2017).

Par ailleurs, le participant conçoit aussi son rôle comme étant éducatif :

[j]'ai besoin du contact avec les gens, qu'on en parle. Il y a le côté éducatif aussi beaucoup. On informe beaucoup les gens, on parle aussi de mouvement planétaire, parce qu'il y a un mouvement planétaire par rapport au localisme. Se réapproprier le local. La valorisation du terroir et des pratiques (Verbatim D, 2017).

Le référencement, qui s'insère dans le rôle coopératif, a aussi été mentionné comme rôle secondaire de l'entreprise agrotouristique (Verbatim D, 2017).

Dans ces extraits, le vigneron se positionne donc comme participant au développement identitaire et tend à favoriser les interactions socioprofessionnelles collaboratives (Verbatim D, 2017). Il est aussi important de constater que son rôle

éducatif est une manifestation de l'indicateur du devenir collectif (Fortin et Gagnon, 1999) et de celui de construction d'espace interactionnel (Jean, 2008).

4.2.5 Rôle du participant E

Le participant E affirme que l'agrotourisme a pour rôle éducatif d'humaniser la production agricole à travers des méthodes d'apprentissage et de vulgarisation des pratiques :

[j]e vois que ça amène un côté plus humain à la production. Tandis que les gens qui font juste produire en barils et l'expédier à la fédération, bien, t'as pas le côté humain et l'apprentissage. Les gens viennent ici et pensent connaître ça parce qu'il reste au Québec. Mais après la visite, ils comprennent réellement d'où ça vient tout ça. Ça amène de l'eau au moulin. [...] Nous, c'est le côté éducatif qu'on prône. D'où ça vient, le travail derrière ça, comment on garde les arbres en santé. Il y a des techniques, il y a la classification du sirop d'érable (Verbatim E, 2017).

Le producteur acéricole soutient aussi que son rôle est aussi coopératif à travers le maillage avec d'autres producteurs de la région :

[m]oi ce que je prône beaucoup dans le Circuit du Paysan, c'est de s'envoyer des clients un l'autre et de connaître sa région. [...] On fait aussi des paniers de produits locaux. Ça promeut beaucoup la région. Je vais chez les autres producteurs du territoire et on s'entend (Verbatim E, 2017).

Le participant souligne que les réalités du travail de terrain des producteurs agrotouristiques doivent être communiquées aux différentes organisations chapeautant l'agriculture au Québec. Ce rôle revendicateur permettrait, entre autres, d'être plus à même de favoriser le futur de la région et du développement agrotouristique :

[b]ien moi, je suis dans le syndicat acéricole de ma région. J'ai tout le temps dit que la meilleure façon de savoir et de changer les choses, bien, c'est de s'impliquer. Fait que depuis 2004, je suis sur le CA et maintenant je suis

deuxième vice-présidente. J'aime ça, parce que t'es au courant. Moi j'ai toujours aimé mieux être dans le changement que d'être en arrière et chialé que ça change pas. C'est efficace si tu proposes des affaires. Il y en a qui sont moins proactifs. C'est malheureux, moi j'appelle ça des pions. C'est pas juste d'être là et de seconder ou d'approuver. Si tu veux du vrai changement, il faut que tu sois là et que tu participes. Que tu apportes des résolutions qui sont avec ta réalité. Parce que le producteur est sur le terrain. C'est bien beau de chialer en arrière, mais tu dois aller au front pour changer les choses. C'est fait pour un ensemble de producteurs. C'est pas toujours rapide par contre. Moi je travaille pour les générations futures. C'est difficile. Mais quand je suis là, je me donne à ça (Verbatim E, 2017).

Dans ces extraits il est possible de déceler la présence des interactions socioprofessionnelles collaboratives et de la construction d'espace interactionnel (Jean, 2008) à travers des méthodes éducatives. De plus, la participation aux institutions (Fortin et Gagnon, 1999) prend forme dans l'arrimage au construit institutionnel local (Pecqueur, 2001), tant dans sa dimension décisionnelle que consultative. On décèle aussi les dimensions de qualité de vie et de devenir collectif à travers la représentation du futur ainsi qu'avec de concrètes représentations et réflexions sur la qualité de vie (Fortin et Gagnon, 1999).

4.2.6 Rôle du participant F

En tant que propriétaire de jardin maraîcher et de verger d'autocueillette, le participant F affirme que son rôle principal est d'offrir une diversité de produits et de services de première qualité à une clientèle qui se déplace souvent de loin pour passer du temps chez lui. En effet, il souligne que :

[l]a propriété au grand complet est ouverte au public. C'est un peu ça le concept, les gens viennent ici soit pour cueillir, soit pour acheter cueillit et on fait du transformé. Pis à travers tout ça, il y a un paquet d'activités qui sont offertes, peut-être embryonnaires, mais tout de même bien. Il pourrait en avoir plus. La propriété a le tiers en verger, les deux tiers en terre nue. [...] On offre pratiquement en tout temps une culture à l'autocueillette. Framboise, asperge, fraise, pomme, tomate, des variétés d'aubergines et une vingtaine de variétés de piments forts. Ça, ça répond à des besoins ethniques. [...] On est au marché

Jean-Talon depuis mon grand-père. On était spécialisé et on l'est encore pour la tomate italienne depuis 60 ans. Tout Saint-Léonard vient chercher ses tomates. Ça ne lâche pas [...] Nous autres aussi on est spécialisé dans la tomate heirloom. Tomate photosensible qui mûri pas si elle a une feuille dessus, piment vide en dedans, c'est assez "flyé". C'est vieux comme la lune ces affaires-là. La génétique c'est pas nous autres qui a inventé ça, la diversité c'était là avant nous autres, là (Verbatim F, 2017).

Il soutient aussi que le rôle coopératif de l'entreprise agrotouristique consiste, entre autres, à faire rayonner le territoire et, par le fait même, les commerces qui s'y trouvent (Verbatim F, 2017). À ce sujet, l'agriculteur affirme que :

[b]en ça fait beaucoup de redirection sur le rang, vers les autres business comme Lavoie. Pis je trouve ça le fun [...] C'est complémentaire. Mais là, je suis chanceux parce que fraise, tomate, maïs sucré, il n'avait pas cette offre-là à Rougemont. C'est là que lui il dit crime, avec l'offre qu'on vient d'amener, ça aide un peu tout le monde. Tu parlais du rôle de notre entreprise, j'imagine que ça a un rayonnement plus large et moi je veux que ça fasse ça aussi (Verbatim F, 2017).

Le participant conçoit aussi le rôle éducatif comme étant un pilier de l'approche agrotouristique. La transmission de savoir se passe principalement aux champs lors des interactions avec la clientèle :

[t]u vois, il y a un paquet de pomiculteurs à la retraite dans la région et là, j'en ai engagé une coupe sur les tracteurs pour les balades. Fait que quand les gens vont en balade et ils ont des questions sur les pommes, ben il connaît ça. Pis les pomiculteurs à la retraite sont tous contents de faire ça. Pis ils savent quoi répondre. [...] Écoute, j'ai eu des messages et des courriels, j'ai des preuves "esti". Le monde, ils étaient en amour avec les baladeurs de tracteurs, parce qu'il débarque, il explique. Nous autres, une balade en tracteur il n'y a rien là, mais les gens de la ville par contre, c'est une fois par année. Ça doit être "LA" balade. Le volet éducatif est important (Verbatim F, 2017).

Ainsi, l'offre d'une diversité de produit consiste en une influence sur l'espace tangible, indicateur du territoire physique (Jean, 2008). En outre, l'optique éducative favorise la construction d'espaces interactionnels et la conception complémentaire de

son entreprise par rapport à ses voisins indique la présence d'interactions socioprofessionnelles collaboratives (Jean, 2008).

4.2.7 Rôle du participant G

Armé de son expertise cidricole et pomicole, le participant G maintient qu'il lui revient en partie de faire rayonner le territoire à travers des actions et des représentations concrètes issus du narratif de l'entreprise ainsi que de ses produits (Verbatim G, 2017). Cette affirmation illustre un rôle à la fois identitaire et coopératif :

[o]n a toujours été très très pro-Rougemont. Surtout avec les instances, si on va à la MRC, à tourisme Montérégie, on parle toujours de Rougemont même avant de parler du [X]. On a l'impression que Rougemont c'est une destination principale et prioritaire à faire quand tu fais de l'agrotourisme dans la région ici. On travaille à développer l'image de Rougemont. Sur les canettes de [X], on a mis le mot Rougemont bien en évidence. Mon père a aussi été fondateur des week-ends gourmands. C'est de la promotion des activités communes des vergers agrotouristiques de Rougemont de septembre à octobre. Ça peut être aussi des vignobles ou des cidreries. Par exemple, il y a aussi une savonnerie au village qui fait partie des week-ends gourmands. On est assez pro-Rougemont. Mon père a été fondateur et président quelques années. Moi, j'ai embarqué dans le comité il y a trois ans. Là, c'est moi le président du comité (Verbatim G, 2017).

L'entrepreneur souligne aussi qu'il revient aux producteurs agrotouristiques de favoriser le référencement et la coopération locale :

[c]e n'est pas tant une compétition, parce que je pense qu'on est bien d'adon pour se donner un coup de main s'il y a un besoin. J'ai l'impression que si le client passe une belle journée à Rougemont, bien il y a plus de chance qu'il en parle à d'autres personnes. Donc je suis mieux de référer mon voisin, qui est peut-être en compétition directe parce qu'on vend les mêmes types de produits, plutôt que de référer un autre vignoble qui est aussi un compétiteur direct finalement dans une autre ville. Donc les gens peuvent rester à Rougemont et faire le tour. [...] Ben là cette année je me suis donné le mandat de trouver une boulangerie, à Rougemont si possible. On sinon je vais aller dans la région ici.

Une boulangerie qui pourrait me faire mes pains aux pommes le vendredi et je les aurais pour la fin de semaine pis créer ce momentum-là autour de différents produits. Cette boulangerie-là pourrait me référer des clients parce qu'on est partenaire. Ça crée un réseau (Verbatim G, 2017).

La priorité accordée au rayonnement régional expliqué par le participant G consiste en une manifestation de la participation au développement identitaire (Fortin et Gagnon, 1999) ainsi qu'au développement de certaines interactions socioprofessionnelles collaboratives (Jean, 2008). L'accent mis sur la coopération et le référencement place aussi ces extraits dans l'optique des interactions socioprofessionnelles collaboratives (Jean, 2008).

4.2.8 Rôle du participant H

Pour le participant H, le rôle de l'entreprise agrotouristique est de dynamiser le territoire à travers la coopération avec d'autres acteurs et décideurs (Verbatim H, 2017). Il a d'ailleurs souligné ses diverses participations et actions sur son territoire :

[...] je fais partie du conseil d'administration de la fête des vendanges et on est en train de penser à quelque chose comme ça là. Dans le but d'identifier davantage les régions auprès des clientèles. On a envie de se faire connaître, tu sais, d'être connu pour notre façon de faire, nos vins et notre personnalité et notre région. Chacun a des régions différentes géographiquement parlant et ils ont tous des attraits. Et c'est important de mettre de l'avant ça aussi. [...] Je fais le salon de Noël de Longueuil, je suis à Magog, je suis ici. Je me suis beaucoup impliqué au niveau régional. J'ai lancé le marché des agriculteurs et de Noël à Saint-Jean. L'agrotourisme est une forme de mise en marché exceptionnelle. [...] D'ailleurs, j'ai initié la route des vins du Sud-Ouest, avec mes voisins, dont Jean. Il existait déjà avec les gens de Dunham, la route des vins des Cantons-de-l'Est. Qui s'était installé et ça fonctionnait. Il y avait une demande pour ça. Alors nous autres, on a créé la route des vins du Sud-Ouest (Verbatim H, 2017).

Sans être central dans son approche, il affirme tout de même un certain rôle éducatif transcendant ses actions sur le territoire : « [o]n va aussi au Salon du printemps à

Saint-Jean depuis 15 ans pour faire goûter une petite frange de la population qui connaissent pas. Éduquer le monde » (Verbatim H, 2017).

Le vigneron participe sans l'ombre d'un doute aux institutions ainsi qu'aux projets territoriaux (Fortin et Gagnon, 1999), tout en s'arrimant au construit institutionnel local dans ses dimensions décisionnelles et consultatives (Pecqueur, 2001). Il convient de souligner que ces participations s'inscrivent dans un contexte d'interactions socioprofessionnelles collaboratives favorisant la construction d'espace interactionnel (Jean, 2008).

4.2.9 Rôle du participant I

L'identité et l'esthétique territoriale dominant dans le discours du participant I. En effet, étant un vignoble en périphérie urbaine :

[i]l y a beaucoup plus d'interactions avec le public, car on fait des produits voués à la consommation directement. Il y a un sentiment d'appartenance aussi, surtout pour les gens de Varenne. Les gens s'identifient à ça. C'est esthétique, les gens nous le disent en tout cas (Verbatim I, 2017).

L'artisan confie aussi que cette même proximité urbaine permet aux exploitants agrotouristiques environnants d'offrir une alternative adéquate à l'achat en magasin (Verbatim I, 2017). Il conçoit donc son rôle comme pourvoyeur de diversité pour les habitants du territoire.

Bien que l'optique de coopération territoriale soit moins présente dans son discours, le vigneron souligne qu'il procède à un maillage avec les autres producteurs lors des événements locaux à thématiques agricoles : « on fait les marchés publics. L'année passée, on en a fait cinq. Tous dans la région ici » (Verbatim I, 2017).

On remarque donc la construction d'espace interactionnel (Jean, 2008) qui favorise le développement identitaire (Fortin et Gagnon, 1999). L'esthétisme, avancé par le vigneron, consiste en une manifestation du territoire physique à travers son influence sur l'espace tangible (Jean, 2008).

4.2.10 Rôle du participant J

En tant que pomiculteur offrant l'autocueillette, le participant J conçoit son rôle comme étant principalement éducatif. Il affirme effectivement que la transmission de savoir domine dans son approche :

[o]n a souvent des groupes scolaires aussi. Les enseignantes leur font remplir des lettres au producteur souvent avec des belles questions innocentes. Comme "Qu'est-ce qu'on mange en hivers?". Ha! Ha! C'est éducatif l'agrotourisme. J- En termes d'éducation, c'est pour ça qu'aux portes ouvertes, moi je veux offrir aux gens et expliquer tout l'aspect hybridation et développement de variété (Verbatim J, 2017).

Il convient aussi de rapporter que le participant affirme que le référencement et la coopération sont aussi importants dans le rôle d'un exploitant agrotouristique : « On a aussi le panier de dépliants pour les autres producteurs locaux. Pis c'est pas gênant, moi je suis client là-bas. Il se développe une manière de réseau » (Verbatim J, 2017). De ce fait, il affirme aussi favoriser la coopération territoriale en participant à des initiatives de maillage entre les différents types de productions :

[m]ais là, il y a un projet qui va décoller dans pas long. Avec deux autres producteurs de produits agricoles différents. On aurait comme point de vente la boucherie ici à Mont-Saint-Grégoire. Depuis un an, ils veulent diversifier leur offre et la clientèle répond bien. Ce qui est le plan, c'est que les gens aillent à la boucherie et se procurent plusieurs produits locaux, des pommes, des maïs, des bleuets, concombres, ails et charcuterie. On va voir comment ça va fonctionner. Tout le monde est bien crinqué. Toute du monde de Saint-Grégoire (Verbatim J, 2017)

L'approche éducative du pomiculteur lui permet d'avoir des actions tangibles sur le devenir collectif (Fortin et Gagnon, 1999) à travers la construction d'espace interactionnel (Jean, 2008) visant les écoliers et les visiteurs. Le référencement favorisant la création de réseau est une forme concrète d'interaction socioprofessionnelle collaborative (Jean, 2008).

4.3 Les participants par rapport à l'Union des producteurs agricoles

L'Union des producteurs agricoles (UPA) est une organisation syndicale professionnelle à laquelle les producteurs agricoles québécois se doivent de contribuer. En effet, la loi qui définit le statut de producteur agricole, ne reconnaît qu'une association accréditée pour représenter les producteurs au Québec et lui confère, suivant le respect de certaines exigences, « le droit de percevoir des cotisations et des contributions obligatoires » (UPA, 2017).

Cette organisation qui a été instaurée comme monopole de la représentation des producteurs agricoles québécois a pour mission principale :

[...] de promouvoir, de défendre et de développer les intérêts professionnels, économiques, sociaux et moraux des productrices et des producteurs agricoles et forestiers du Québec, sans distinction de race, de nationalité, de sexe, de langue et de croyance. Enfin, l'UPA reconnaît que l'agriculture et la foresterie québécoises se situent dans un contexte d'interactions mondiales et qu'en conséquence, elle peut s'associer à l'action collective des regroupements de productrices et de producteurs agricoles et forestiers, tant au Canada qu'à l'étranger (UPA, 2017).

De ce fait, avec sa portée provinciale, l'UPA représente près de 42 000 producteurs regroupés séparés dans 91 syndicats locaux, 12 fédérations régionales, 130 syndicats et 25 groupes spécialisés (UPA, 2017). Pour le classement de ses divers sous-groupes, cette union de producteurs agricoles et forestiers suit une double structure, soit géographique et de type de production (UPA, 2017).

Étant donné son statut obligatoire, tous les participants de l'étude ont inévitablement des liens multiples avec l'UPA. Cela fait de cette organisation un des acteurs principaux du développement territorial relatif à l'agrotourisme. Il convient ici de souligner que les propos qui suivent proviennent directement des entretiens semi-dirigés. En outre, les reformulations proposées sont issues des énoncés phénoménologiques qui résument et verbalisent le sens et l'essence des différents discours.

4.3.1 Le participant A et l'UPA

Le participant A est un agriculteur maraîcher à petite échelle de la Montérégie. Selon ce dernier, l'UPA ne comprend pas ce que c'est d'être une petite entreprise agricole (Verbatim A, 2017). Les petites fermes sont sous-représentées dans cette organisation, cependant la participation des acteurs agrotouristiques aux assemblées leur permet une meilleure représentativité (Verbatim A, 2017). Le participant A relève aussi que certaines frictions entre l'UPA et les producteurs agrotouristiques émergent de l'occupation parfois non agricole de territoire agricole, comme le contexte événementiel, entre autres (Verbatim A, 2017). Son discours par rapport à l'UPA se termine en signifiant l'importance de l'organisation pour la défense des producteurs agricoles face à certaines décisions de l'État (Verbatim A, 2017).

Le manque d'adéquation de l'UPA avec les réalités agrotouristiques fait en sorte que le participant ne se sent pas pris en compte. Cela nuit à sa participation au construit institutionnel local (Pecqueur, 2001). Cependant, selon l'entrepreneur, la participation accrue des acteurs agrotouristiques aux assemblées de l'UPA permettrait une meilleure représentativité et ainsi un arrimage plus adéquat à ce même construit. Cela porte à croire que le participant A contribue au développement territorial par sa participation aux institutions (Fortin et Gagnon, 1999) à travers des interactions

socioprofessionnelles collaboratives (Jean, 2008) qui influencent le devenir collectif (Fortin et Gagnon, 1999).

4.3.2 Le participant B et l'UPA

Le participant B, qui est producteur de bleuets biologiques, affirme qu'il « se fait aussi approcher par l'UPA pour faire des rencontres, pour voir comment ça marche pour les petites entreprises dans les petits fruits. On nous offre des formations » (Verbatim B, 2017). De plus, il souligne que malgré les frais élevés de l'adhésion à l'UPA pour une petite entreprise, elle demeure tout de même pertinente pour le secteur : « ça nous permet d'avoir une chasse gardée pour le territoire » (Verbatim B, 2017).

Ici, l'agriculteur souligne sa participation à l'institution (Fortin et Gagnon, 1999) à travers les dimensions décisionnelles et consultatives du construit institutionnel local (Pecqueur, 2001). De ce fait, sa participation se situe dans les interactions socioprofessionnelles collaboratives, indicateur de la dimension relationnelle du territoire (Jean, 2008).

4.3.3 Le participant C et l'UPA

En tant que fromager, le participant C n'a pas l'impression que cette organisation le représente (Verbatim C, 2017). En effet, le désir de rester local n'est pas compris et valorisé par l'UPA (Verbatim C, 2017). L'UPA va à contre-courant de petits producteurs qui souhaitent rester locaux (Verbatim C, 2017). Les bourses et les subventions sont très peu accessibles aux entreprises qui ne souhaitent pas exporter leurs produits. L'UPA (et le MAPAQ) constitue pour lui « des bâtons institutionnels dans les roues des petites entreprises locales » (Verbatim C, 2017).

Le participant critique un manque d'arrimage au construit institutionnel local (Pecqueur, 2001). En effet, les dimensions décisionnelles et consultatives semblent lui faire défaut.

4.3.4 Le participant D et l'UPA

Le participant D, qui est vigneron artisanal, sent que l'UPA souhaite valoriser la production vinicole au Québec, mais travaille peu à mettre de l'ampleur sur la visibilité de ce type d'exploitation (Verbatim D, 2017).

On relève de cette représentation mitigée un certain manque de prise en compte par l'institution, dimension consultative du construit institutionnel local (Pecqueur, 2001).

4.3.5 Le participant E et l'UPA

En tant que producteur acéricole, le participant E affirme que l'UPA et ses sous-groupes peuvent être utiles, mais qu'il revient aux producteurs d'être actifs aux assemblés et faire de constantes revendications (Verbatim E, 2017). En revanche, les changements sont parfois lents et il faut être patient pour admirer le fruit de ses efforts (Verbatim E, 2017). Par rapport aux assemblées, ce producteur souligne que

[c]'est efficace si tu proposes des affaires. Il y en a qui sont moins proactifs. C'est malheureux, moi j'appelle ça des pions. C'est pas juste d'être là et de seconder ou d'approuver. Si tu veux du vrai changement, il faut que tu sois là et que tu participes. Que tu apportes des résolutions qui sont avec ta réalité. Parce que le producteur est sur le terrain. C'est bien beau de chialer en arrière, mais tu dois aller au front pour changer les choses (Verbatim E, 2017).

On remarque donc une bonne prise en compte par l'institution ainsi qu'une place adéquate pour la revendication à travers la participation aux processus décisionnels (Pecqueur, 2001).

4.3.6 Le participant F et l'UPA

Exploitant une jeune ferme maraîchère qui favorise l'autocueillette, le participant F admet son manque d'information à ce sujet, car il possède son entreprise depuis seulement un an et demi. Il croit pouvoir répondre à ces questions après quelques années d'opération (Verbatim F, 2017).

4.3.7 Le participant G et l'UPA

Le participant G est un vigneron, producteur cidricole et opère un verger d'autocueillette. Cet entrepreneur affirme que L'UPA ne reconnaît pas le travail des producteurs agrotouristiques dans la filière pomicole classique (Verbatim G, 2017). Il a tendance à s'éloigner de l'organisation, car le volet agrotouristique n'est pas assez substantiel (Verbatim G, 2017). Pour ce qui est de la mise en marché de ses produits, le participant G affirme que :

[...] l'UPA, sa faille c'est la commercialisation et la mise en marché. Ils vont en faire beaucoup pour le grain, le porc, le lait et veau de lait, mais la difficulté avec les alcools au Québec c'est qu'on est régis par la SAQ ou le ministère des Finances. Il y a plusieurs paliers ministériels qui rentrent en compte pour les produits alcoolisés. Là, je te dirais que l'UPA ils ne savent pas trop quoi faire (Verbatim G, 2017).

De ce fait, le producteur se trouve constamment surpris du statisme de l'UPA face à une industrie à forte croissance (Verbatim G, 2017). Cela illustre qu'un manque de prise en compte par l'institution peut nuire à l'arrimage au construit institutionnel local (Pecqueur, 2001).

4.3.8 Le participant H et l'UPA

Propriétaire d'un vignoble en Montérégie, le participant H soutient que l'UPA n'apporte pas le même support aux petites fermes, particulièrement aux vignobles,

qu'aux fermes de grandes cultures (Verbatim H, 2017). Aussi, du fait de naviguer entre le tourisme et l'agriculture, le producteur a l'impression d'être assis entre deux chaises dans cette organisation (Verbatim H, 2017).

Ici aussi, un manque de prise en compte émerge (Pecqueur, 2001). Cela contribue à défavoriser la participation à l'institution (Fortin et Gagnon, 1999).

4.3.9 Le participant I et l'UPA

Dans un même ordre d'idée, le participant I souligne qu'à part les cotisations obligatoires, il maintient peu ou pas de lien avec l'UPA au niveau de l'agrotourisme (Verbatim I, 2017). Cependant, il affirme que l'organisation constitue en quelque sorte un « chien de garde pour l'agriculture » (Verbatim I, 2017).

L'absence de liens concrets avec l'institution est un exemple de déficit consultatif qui freine la participation au construit institutionnel local. (Pecqueur, 2001).

4.3.10 Le participant J et l'UPA

Pour ce qui est de la production de pomme, le participant J souligne seulement son appartenance à l'UPA à travers son syndicat régional (Verbatim J, 2017). Il soulève aussi l'importance de l'organisation dans la gestion des divers syndicats de pomiculteur partout dans la province (Verbatim J, 2017). Il est donc possible de concevoir un arrimage adéquat à l'institution.

4.4 Les participants par rapport au Circuit du paysan

Depuis 1998, le Circuit du Paysan (CP) regroupe divers attraits touristiques et agrotouristiques sur un trajet signalisé de 194 km (CP, 2018). Celui-ci s'étend à l'ensemble du territoire de la vallée du Haut-Saint-Laurent et du Haut-Richelieu tout en longeant la frontière américaine entre la rivière Richelieu et le Lac Saint-François

(CP, 2018). Tous les membres arborent le logo à l'entrée de leur site ou de leur entreprise. L'appartenance au CP nécessite d'être ouvert minimalement à partir du 24 juin, 3 jours par semaine incluant les fins de semaine, et ce jusqu'à l'Action de grâce (CP, 2018) ou au début du mois d'octobre. Cependant, l'association reste flexible quant aux productions saisonnières qui vivent un achalandage sur une courte période. De plus, les principaux produits vedettes sont l'« autocueillette de petits fruits, les pommes, les vignobles, les cidreries, les fromageries et charcuteries, les miels et hydromels, les fermes d'élevage et la production de lavande » (CP, 2018), bien que certains producteurs acéricoles et boulangers portent aussi le logo du CP et en sont membres actifs (Verbatim E, 2017).

4.4.1 Le participant A et le CP

Le participant A, qui œuvre dans le contexte maraîcher et les petits fruits, souligne que les producteurs sont bien écoutés dans les réunions du CP (Verbatim A, 2017). Il affirme aussi que « les producteurs participent au mouvement décisionnel dans le Circuit du Paysan » (Verbatim A, 2017). Cependant, il associe en partie cette ouverture à un changement dans la gestion de l'organisation, soit la venue de Maude Saint-Hilaire (Verbatim A, 2017). En effet, il a été fait mention que cette écoute ne fut pas toujours au rendez-vous et que « [d]ans ces organismes-là, c'est souvent dû aux philosophies de gestion » (Verbatim A, 2017). L'entrepreneur souligne aussi que les réunions du CP représentent souvent des occasions de réseautage et d'échange de savoir entre les membres (Verbatim A, 2017).

Ces extraits permettent d'affirmer qu'il y a une bonne participation au processus décisionnel ainsi qu'une adéquate prise en compte de l'entreprise agrotouristique par le CP (Pecqueur, 2001). La participation à l'institution favorise aussi des interactions socioprofessionnelles collaboratives (Jean, 2008).

4.4.2 Le participant B et le CP

Le participant B a, quant à lui, quitté le CP cette année pour ne faire affaire qu'avec Tourisme Montérégie (Verbatim B, 2017). Il est affirmé que le CP représente trop peu le nord de la Montérégie, région où se trouve l'exploitation de bleuet biologique du participant (Verbatim A, 2017). De plus, il souligne que les coûts allaient doubler cette année, donc un choix devait être fait quant à l'ATR qui allait représenter l'entreprise dans les années futures (Verbatim A, 2017).

Le déficit de représentativité de l'entreprise à l'intérieur du CP et la décision subséquente de quitter l'ATR permettent de constater une certaine lacune en ce qui a trait à la prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001).

4.4.3 Le participant C et le CP

Pour le participant C, le CP représente le lien majeur qu'il entretient avec les autres producteurs agrotouristiques du territoire. Il affirme que « [t]ous les employés et moi, on fait le tour du circuit une fois par année, pour être sûre qu'ils s'y connaissent. C'est super important d'être ambassadeur de sa région » (Verbatim C, 2017). Il est aussi affirmé, à la manière du participant A, que la venue de Maude Saint-Hilaire aux rennes de l'ATR a favorisé la participation des producteurs (Verbatim C, 2017).

La bonne prise en compte couplée à la participation au processus décisionnel (Pecqueur, 2001) favorise considérablement la participation à l'institution (Fortin et Gagnon, 1999) et contribue au développement des interactions socioprofessionnelles collaboratives (Jean, 2008).

4.4.4 Le participant D et le CP

Le participant D a choisi de se retirer du CP au bénéfice du réseau Terroir et Saveurs. En effet, il affirme que désormais, plus du tiers des membres n'étaient pas agrotouristiques ou n'avaient pas raison d'être sur ce circuit (Verbatim D, 2017). En outre, l'augmentation de la cotisation annuelle a motivé le producteur à se retirer et à choisir une autre organisation pour aider à véhiculer l'image de son vignoble (Verbatim D, 2017).

Le manque d'adéquation avec le monde agrotouristique constitue en effet un déficit de prise en compte par l'institution nuisant à la participation à l'institution (Fortin et Gagnon, 1999).

4.4.5 Le participant E et le CP

En tant qu'acériculteur, le participant E affirme que le CP est une ATR très adéquate pour le représenter (Verbatim E, 2017). Allant à presque toutes les réunions du CP, le producteur affirme que c'est une minorité des membres qui y participent (Verbatim E, 2017). Cela le désole beaucoup, car ces réunions représentent des occasions idéales de développer un maillage entre les diverses productions agrotouristiques en Montérégie (Verbatim E, 2017). Il est aussi fait mention de Maude Saint-Hilaire et de ses facultés à rassembler et à écouter les membres (Verbatim E, 2017).

Un bon arrimage au construit institutionnel local (Pecqueur, 2001) favorise la participation à l'institution (Fortin et Gagnon, 1999) et contribue à la dimension relationnelle du territoire (Jean, 2008) en favorisant les interactions socioprofessionnelles collaboratives.

4.4.6 Le participant F et le CP

Le participant F est un jeune entrepreneur tout juste sorti d'une école de commerce. Du fait que sa ferme d'autocueillette maraîchère en était seulement à sa première année d'exploitation lors de l'entretien, le producteur n'avait pas encore créé de liens avec L'ATR (Verbatim F, 2017).

4.4.7 Le participant G et le CP

Pour ce qui est du participant G, il se trouve tout juste hors de la limite est du territoire couvert par le CP (Verbatim G, 2017). Ce producteur n'a donc aucun lien avec cette organisation.

4.4.8 Le participant H et le CP

Étant membre du CP depuis sa fondation en 1998 (CP, 2018), le participant H affirme que cette organisation est salubre pour les producteurs qui se retrouvent dans des coins à faible densité agrotouristique (Verbatim H, 2017). Leur présence sur le site web interactif de l'ATR leur permet d'atteindre davantage de clientèle (Verbatim H, 2017). De plus, les nombreuses rencontres avec les autres membres permet des échanges de savoir très bénéfiques, tant au niveau de la production que de la mise en marché (Verbatim H, 2017). Ce vigneron pionnier est sûr que le CP contribue grandement à la visibilité ainsi qu'au développement agrotouristique du territoire (Verbatim H, 2017).

La bonne prise en compte par l'institution favorise la participation de l'entrepreneur et, par le fait même, permet le développement d'interactions socioprofessionnelles collaboratives (Jean, 2008).

4.4.9 Le participant I et le CP

Lors de l'entretien, le participant I a affirmé que la position géographique particulière de son vignoble, en périphérie d'importants centres urbains, fait en sorte qu'il a besoin de peu de publicité ou de maillage territorial pour atteindre la clientèle voulue (Verbatim I, 2017). En effet, il souligne que :

[o]n n'est pas avec le Circuit du Paysan ou Terroir et Saveurs. Tu sais, je ne vois pas quel intérêt qu'ils auraient ici ; on est déjà pas mal visible. Mais bon, dans ma tête on n'en a pas besoin. Ici, je crois que c'est voué à rester des grandes cultures mécanisées, je pense pas qu'il y aura plus d'agrotourismes (Verbatim I, 2017).

En étant un des seuls vignobles de sa région et bénéficiant déjà d'une bonne réputation, le vigneron ne sent pas le besoin de cotiser à un ATR (Verbatim I, 2017).

4.4.10 Le participant J et le CP

En tant que pomiculteur opérant un verger d'autocueillette, le participant J affirme aussi ne pas avoir besoin d'ATR pour la promotion de ses produits (Verbatim J, 2017). Pour ce qui est de l'échange de savoir et du réseautage, il est confiant que son syndicat pomicole lui convient (Verbatim J, 2017).

4.5 Les participants par rapport à Tourisme Montérégie

Tourisme Montérégie (TM) est un des principaux ATR sur le territoire à l'étude. Cet organisme à but non lucratif regroupe près de 350 entreprises évoluant dans le tourisme ou des domaines connexes (TM, 2018). La mission de l'organisme est d'« [a]ssurer notre rôle de leader de l'industrie touristique de la Montérégie en mettant notre savoir-faire au service des membres et partenaires avec passion, le tout dans un climat de confiance et de respect. » (TM, 2018). Les principaux champs

d'action de TM sont le développement et la planification, la publicité, promotion et commercialisation, l'accueil et l'information touristique, la communication et le service aux membres ainsi que la gestion et l'administration (TM, 2018).

4.5.1 Le participant A et TM

Le participant A raconte, qu'au tout début du développement de son entreprise, plusieurs producteurs agrotouristiques de la région lui avaient suggéré de faire affaire avec TM, mais qu'à l'époque il n'en voyait pas l'intérêt. Plus tard, lorsqu'il avait besoin d'un véhicule publicitaire pour son entreprise, il a remarqué que tous ceux qui lui avaient proposé d'en faire partie avaient désormais quitté l'ATR. De plus, il souligne que TM :

[s]ont bons pour faire des belles grosses bâtisses et avoir bien des employés. Tu regardes à la télé et il y a des annonces de Tourisme Cantons-de-l'Est, mais nulle part Montérégie. [...] Même nous, quand on restait à Candiac, on venait pas ici. On sait qu'il y a des pommes et du sirop d'érable par-là, mais bon.

Bien qu'il ne soit pas membre de TM, sa représentation de l'ATR illustre un manque d'adéquation avec ses membres.

4.5.2 Le participant B et TM

Le participant B a récemment quitté le Circuit du Paysan pour faire affaire avec TM. De ce fait, il n'a pas encore d'opinion par rapport au fonctionnement de l'ATR, mais semble optimiste quant à la pertinence de son choix (Verbatim B, 2017). En effet, il croit que la représentativité de son exploitation de bleuets sera accrue par rapport au Circuit du Paysan. Il soutient que sa position géographique aux limites du territoire du Circuit du Paysan nuisait à l'affluence de touristes et d'excursionnistes.

4.5.3 Le participant C et TM

TM est vivement critiqué par le participant C. Le producteur considère sa cotisation comme une taxe déguisée et souligne que TM est « un beau château vide » (Verbatim C, 2017). Il affirme qu'il y a beaucoup de parti pris dans le conseil d'administration et que l'ATR fait peu pour ses membres : « Tourisme Montérégie, c'est de la représentation et aucun service. Ça ne permet pas d'être dynamique ou d'apprendre quoi que ce soit. Ce n'est pas pertinent. » (Verbatim C, 2017).

Le manque de prise en compte (Pecqueur, 2001) des réalités agrotouristiques par TM se traduit par une absence de participation (Fortin et Gagnon, 1999) de la part de l'agriculteur.

4.5.4 Le participant D et TM

Le participant D affirme que TM manque d'initiative et que c'est ce qui a « sonné le glas de la Route des Vins de Montérégie » (Verbatim D, 2017). Le vigneron souligne que TM n'a pas la volonté de mettre en valeur l'agrotourisme. Le grand problème de l'ATR est qu'il est majoritairement composé d'hôteliers, selon le participant, cela nuit considérablement au dynamisme de TM.

Le vigneron dénonce le manque de représentativité de son secteur d'activité dans TM. Cela illustre un manque de prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001).

4.5.5 Le participant E et TM

Le participant E souligne d'emblée qu'il est plus écouté par le Circuit du Paysan que par TM (Verbatim E, 2017). Cependant, il affirme aussi que la campagne marketing pour le temps de sucres fonctionne bien, mais que davantage d'efforts devraient être faits pour mettre en valeur l'agrotourisme sur le territoire.

Le manque d'écoute de la part de TM se traduit par un déficit dans la prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001).

4.5.6 Le participant F et TM

Suffit qu'il en est à sa première année d'exploitation, le participant F n'a pas encore d'opinion par rapport à TM, mais affirme avoir entendu des échos provenant de ses pairs qui indiquaient à un manque de pertinence de l'ATR pour son secteur d'activité (Verbatim F, 2017).

4.5.7 Le participant G et TM

Opérant un vignoble, une cidrerie et un verger d'autocueillette, le participant G fait affaire avec TM à différents niveaux. Il affirme qu'il existe un manque de cohésion et d'adéquation entre les différentes campagnes publicitaires régionales. Selon le producteur, TM devrait mieux coordonner son approche marketing pour éviter d'entrecouper les diverses campagnes qui visent le territoire. Il souligne que

[t]ourisme Montérégie, je les ai rencontrés l'année passée et je leur ai dit écoutez-moi là, je trouve que je paye beaucoup trop cher pour les campagnes de promotion. Une de mes difficultés aujourd'hui, c'est que le [X] c'est un vignoble, une cidrerie et avec [X], un verger d'autocueillette. Ça fait plusieurs campagnes pour lesquelles on peut payer, pis vignoble et cidrerie c'est principalement la même clientèle pis là tu payes deux campagnes. Finalement, tu n'as pas nécessairement plus de visibilité que celui qui a fait juste vignoble. Plus de créneaux, plus tu payes. C'est ça la grosse lacune par rapport à Tourisme Montérégie (Verbatim G, 2017).

En outre, le participant G soulève que TM devrait mieux mailler l'agrotourisme au tourisme hivernal pour augmenter la visibilité des entrepreneurs du territoire (Verbatim G, 2017).

Le manque de cohésion des diverses campagnes de TM peut être compris comme une lecture erronée de l'organisation territoriale de la Montérégie agrotouristique. Ceci consiste en un déficit de la prise en compte par l'institution, indicateur de la dimension consultative du construit institutionnel local (Pecqueur, 2001).

4.5.8 Le participant H et TM

Le participant H est très critique à l'endroit de TM. En sa qualité de vigneron, qui opère depuis plus d'une décennie, il se permet de souligner divers manquements au niveau du développement de la Route de vins de la Montérégie (Verbatim H, 2017). En effet, issue d'un sondage auprès des membres de TM, la route en question vint à remplacer la préexistante Route des vins du Sud-Ouest dont le participant H faisait partie en tant que membre fondateur (Verbatim H, 2017).

Après deux ans d'opération, le vigneron a constaté un relâchement constant qui fait en sorte que des 26 vignobles participants, aujourd'hui il n'en reste qu'une dizaine (Verbatim H, 2017). Il affirme aussi que lors de diverses revendications du milieu par rapport à l'efficacité et la pertinence de la Route des vins de Montérégie, TM faisait la sourde oreille ou demandait des cotisations supérieures. À cet égard, il constate que :

[t]ourisme Montérégie est sclérosé. C'est un conseil d'administration qui est là depuis 100 ans. Et qui sont dépassés. Eux n'ont que deux objectifs : le tourisme à vélo et les hôtels [...] Presque la moitié des sièges du conseil d'administration sont des hôteliers [...] de sorte que, si on prend le dépliant de Tourisme Montérégie, on voit bien que c'est l'hôtellerie qui domine et dans toutes les publicités qu'ils publient aussi (Verbatim H, 2017).

Pour sa part, le participant H souligne qu'il s'est « retiré carrément de Tourisme Montérégie. Par gaspillage d'argent, ça ne donne rien, il n'y a pas de résultats concrets. On a revendiqué souvent. Ma conjointe a même été membre du conseil ! » (Verbatim H, 2017).

L'exode des membres vinicoles de TM semble être issu d'un vide consultatif (Pecqueur, 2001) de la part de l'ATR. En effet, n'ayant que très peu de représentativité dans l'organisation les vignerons ont remis en question la pertinence de TM et ont quitter en grand nombre.

4.5.9 Le participant I et TM

Le participant I affirme quant à lui que son entreprise participe aux campagnes de TM et est présent sur leur site web. À la question « Est-ce que vous voyez Tourisme Montérégie comme étant un organisme essentiel à votre développement ? » (Verbatim I, 2017), le participant a affirmé que « [m]oi, je dirais partenaire complémentaire à cause de notre situation privilégiée d'être en pleine ville je pense. 90 % de nos ventes sont local local local. » (Verbatim I, 2017).

Sans signifier avoir grand besoin de leurs services, le vigneron croit que TM lui fait une « belle promotion » (Verbatim I, 2017) et qu'« [i]ls ont un beau site et des beaux dépliants. La base est là, mais sans plus. » (Verbatim I, 2017).

Tout en reconnaissant la complémentarité offerte par l'ATR, le vigneron reste perplexe quant à sa portée.

4.5.10 Le participant J et TM

En tant que pomiculteur opérant un verger d'autocueillette, le participant J souligne que la saison de cueillette des pommes est déjà, et depuis longtemps, très bien médiatisée et que les clientèles sont fidèles et constantes. Cependant, il est tout de même membre de TM pour conserver un lien agrotouristique avec d'autres types d'exploitations. Par contre, il affirme que :

[d]u côté agrotourisme puis tout ça, les gens sont pas mal tout seul. Chacun fait ses petites affaires, il n'y a pas de bon réseau agrotourisme. Il y a

Tourisme Montérégie, bien on est membre. Mais il me semble qu'ils ne font pas grand-chose. On paye notre cotisation pour être dans leur bottin, mettons, mais on a jamais vu quelque chose (Verbatim J, 2017).

TM ne semble pas livrer les résultats escomptés par le participant J. L'agriculteur fait état d'un manque de prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001).

4.6 Les participants par rapport à Terroir et Saveurs

Terroir et Saveurs (TS) est un réseau gourmand représentant les artisans du terroir québécois. Cette organisation fut créée en 2010 à l'initiative de l'Association de l'Agrotourisme et du Tourisme Gourmand du Québec (AATGQ). Le réseau de TS est :

[...] né du regroupement des populaires bannières d'hébergement, de restauration et d'agrotourisme que sont : Gîte du Passant, Auberge du Passant, Table Champêtre, Table aux Saveurs du Terroir, Ferme Découverte et Relais du Terroir. Depuis près de 40 ans à travailler à la mise en valeur des produits régionaux et du terroir québécois, la volonté de l'AATGQ de créer une seule bannière distincte et innovante s'est imposée (TS, 2018).

C'est ainsi que près de 400 établissements certifiés arborent la bannière du réseau TS et sont visibles sur leur site web. Le réseau est aussi une certification qui assure la qualité des divers produits offerts par ses membres autant dans un contexte d'hébergement, de restauration que de production agricole. Les participants A et D participent au circuit Terroir et Saveurs, mais seulement le participant A expose une opinion relative à l'organisation.

4.6.1 Le participant A et Terroir et Saveur

Le participant A souligne que Terroir et Saveurs était entré dans une certaine léthargie dans les dernières années, mais qu'avec une nouvelle subvention gouvernementale que le réseau a reçue l'année dernière « ça semble être mieux cette année » (Verbatim A, 2017). L'exploitant agrotouristique soutient que les réunions

proposées par cette organisation créent des moments idéaux pour les occasions de réseautage. Cependant, il demeure « difficile d’assister aux réunions du circuit Terroir et Saveurs, elles sont souvent dans des dates inadéquates par rapport au calendrier agricole, surtout pour les petites exploitations où les producteurs portent tous les chapeaux » (Verbatim A, 2017).

Les occasions de réseautage proposées par TM consistent en des manifestations de la dimension relationnelle du territoire (Jean, 2008). À travers ces interactions socioprofessionnelles, le participant se voit contribuer à l’institution (Fortin et Gagnon, 1999). Cependant, le manque d’adéquation avec la temporalité agricole peut être conçu comme une lacune au niveau de la prise en compte par l’institution (Pecqueur, 2001).

4.7 Les participants par rapport au palier provincial (MAPAQ)

Les principales et plus pertinentes relations que les participants entretiennent avec le gouvernement provincial se font à travers le Ministère de l’Agriculture, des Pêcheries et de l’Alimentation du Québec (MAPAQ). Ce ministère a pour mission de « [f]avoriser la prospérité du secteur bioalimentaire et veiller à la qualité des aliments dans une perspective de développement durable » (MAPAQ, 2018). Ce ministère :

[...] constitué de sous-ministériats et de directions générales. [...] Sur le plan administratif, le MAPAQ est sous la responsabilité du sous-ministre, qui veille à la réalisation de sa mission et de ses orientations. Il est assisté de sous-ministres adjoints ou d’associés responsables des sous-ministériats. Les différentes directions du MAPAQ ont des mandats spécifiques. Elles jouent des rôles précis dans l’application des politiques nécessaires au développement du secteur agroalimentaire (MAPAQ, 2018).

Les producteurs agricoles québécois ont donc de multiples liens avec le MAPAQ. Ces derniers se situent autant au niveau de la mise en marché, des certifications, des subventions que de la production et la transformation des produits.

4.7.1 Le participant A et le MAPAQ

Le participant A reconnaît la pertinence des initiatives de formations offertes par le MAPAQ à différents moments dans l'année. Plus particulièrement lors des Journées horticoles (Verbatim A, 2017). Ces dernières offrent des occasions de formation et de réseautage pour les individus œuvrant en agriculture au Québec (Verbatim A, 2017).

On constate donc que l'arrimage au construit institutionnel local passe par la bonne prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001). Ces formations sont aussi des interactions professionnelles collaboratives, indicateur de la dimension relationnelle du territoire (Jean, 2008).

4.7.2 Le participant B et le MAPAQ

Selon le participant B, le MAPAQ est très utile pour ses programmes de microcrédit qui visent les petites et moyennes fermes (Verbatim B, 2017). Pour sa part, le producteur a été épaulé par le ministère dans le cadre d'une réorientation vers des pratiques et des méthodes orientées vers le développement durable (Verbatim B, 2017).

L'aide du MAPAQ, comme décrite par le producteur de bleuets, est une forme concrète d'action sur le devenir collectif tout en favorisant la participation à l'institution (Fortin et Gagnon, 1999). On peut aussi comprendre cet accès à la formation (Verbatim B, 2017) comme une bonne prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001) qui favorise des constructions d'espaces interactionnels où évoluent des interactions socioprofessionnelles collaboratives (Jean, 2008).

4.7.3 Le participant C et le MAPAQ

Lors de l'entretien avec le participant C, une forte amertume a émergé quand il était sujet du MAPAQ. En effet, le fromager souligne que « [l]e MAPAQ et l'UPA constituent des bâtons institutionnels dans les roues des petites entreprises locales » (Verbatim C, 2017). Lorsque questionné sur l'accessibilité aux subventions provenant de divers organismes gouvernementaux, le producteur a affirmé que « [m]ême au niveau du MAPAQ, si tu ne fais pas d'exportation et si ton désir n'est pas d'exporter, bien ça te coupe la moitié des possibilités de bourses et de subventions » (Verbatim C, 2017). Malgré qu'il affirme avoir une bonne compréhension des logiques économiques qui animent de telles décisions, le participant encourage à militer pour organiser des petites structures viables et locales qui auraient de meilleures perspectives des réalités territoriales auxquelles les producteurs agrotouristiques font face (Verbatim C, 2017).

Des manques d'adéquation avec les réalités agrotouristiques du fromager émergent de ces extraits. En effet, un déficit dans la prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001) semble empêcher toute participation de l'entrepreneur à l'institution.

4.7.4 Le participant D et le MAPAQ

Le participant D fait seulement référence à un manque de volonté politique au sein du ministère par rapport au développement agrotouristique (Verbatim D, 2017).

Ici aussi, il est possible de relever un manque de prise en compte par l'institution, indicateur de la dimension consultative du construit institutionnel local (Pecqueur, 2001).

4.7.5 Le participant E et le MAPAQ

Pour le participant E, « [l]a MRC et le MAPAQ offrent assez de formations pas mal pertinentes pour les petits producteurs » (Verbatim E, 2017). En contrepartie, le

producteur acéricole souhaiterait que le ministère ait davantage d'initiative dans le développement d'espaces coopératifs et éducationnels qui pourraient favoriser le développement agrotouristique sur le territoire (Verbatim E, 2017).

La pertinence des formations offertes par le MAPAQ semble indiquer une bonne prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001). Cependant, certaines lacunes présentées par l'acériculteur pourraient ultimement nuire à participation à l'institution (Fortin et Gagnon, 1999).

4.7.6 Le participant F et le MAPAQ

Le producteur F affirme que la bureaucratie du ministère est trop lourde lors de l'acquisition et du démarrage d'une entreprise agrotouristique (Verbatim F, 2017). Cependant, il reconnaît qu'il n'a pas encore évolué assez longtemps dans le milieu pour offrir une position adéquate (Verbatim A, 2017).

Ce frein au démarrage peut constituer un manque de compréhension des réalités agrotouristique. Cela illustre une forme de carence dans la prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001).

4.7.7 Le participant G et le MAPAQ

En tant que vigneron et producteur cidricole, le participant G souligne qu'il y a trop de paliers ministériels investis dans le milieu de la production d'alcool au Québec. « Ça complexifie l'accès au financement. C'est difficile pour les demandes de subvention par rapport au ministère des Finances et la MAPAQ » (Verbatim G, 2017). De ce fait, il affirme que ces multiples fonctions séparées en plusieurs paliers et disséminées dans différentes organisations nuisent considérablement à l'accès au financement et au sain développement des milieux agrotouristiques québécois (Verbatim G, 2017).

Les complexités bureaucratiques qui culminent en un frein au financement sont directement liées à un manque de prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001). Cela bloque inévitablement les différentes dimensions du développement.

4.7.8 Le participant H et le MAPAQ

Le participant H remarque un manque de cohérence entre les volontés du MAPAQ de développer l'agrotourisme vinicole et la capacité d'écouler la production à travers le principal médium qu'est la Société des alcools du Québec (SAQ). À cet effet, il affirme que :

[j]' aime bien leur vantardise aussi (SAQ), ils disent qu'ils ont doublé leur vente de produits québécois, je dis, moi, que doubler deux piasses c'est pas bien bien difficile. Le vin, si on l'avait mis sur les tablettes de la SAQ, tous les Québécois passent là. Ils auraient été vus, on aurait quintuplé nos ventes. Juste par la présence de nos bouteilles sur les tablettes de la SAQ. C'est une roue, hein. Les quelques vignobles qui sont là font de bonnes affaires, mais sans marge. La marge est corrigée par la subvention que le MAPAQ donne, ce qui fait qu'on n'a même pas de marge globale intéressante. En plus, la cerise sur le gâteau, la marge qui est payée par le MAPAQ est payée deux fois par année. Qui supporte les factures entre temps ? T'es obligé d'emprunter pour couvrir ton compte de banque. C'est des plans pour mettre des gens dans la rue. La bureaucratie puis un manque de volonté politique. Les politiciens sont frileux, puis moi je pense que c'est les lobbys qui jouent un rôle important. Les lobbys internationaux dans le vin. On a développé dans les quelques années des importations privées pour la restauration, ça, c'est carrément des entreprises privées qui ont créé des magasins à part. Pourquoi on ne nous a pas donné l'opportunité, on vient de changer la loi, mais on aurait aimé être capable de faire comme la Colombie-Britannique, l'Ontario et la Nouvelle-Écosse, d'avoir des magasins de vin et de produit québécois, bien non, on n'a pas encore le droit, parce que la SAQ pense que ça va trop lui nuire (Verbatim H, 2017).

C'est ainsi que le participant H conçoit que la capacité d'aide au développement vinicole du MAPAQ est freinée par les politiques de reventes de la SAQ (Verbatim H, 2017). En outre, il soutient que le ministère devrait soutenir l'industrie agrotouristique autant que les grandes cultures de soya et de maïs (Verbatim H, 2017).

En effet, le vigneron affirme qu'il est difficile pour des petites productions de pouvoir se payer des assurances, c'est ainsi qu'en cas de difficulté ou d'aléas climatiques, plusieurs petits producteurs se retrouvent à la rue (Verbatim H, 2017).

Le manque d'adéquation entre les politiques ministérielles et les réalités quotidiennes du producteur agrotouristique illustre un manque de prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001). En outre, les législations décriées par le vigneron semblent contribuer à freiner le développement agrotouristique vinicole dans la région. On parle donc d'actions tangibles qui freinent le devenir collectif et la participation (Fortin et Gagnon, 1999).

4.7.9 Le participant I et le MAPAQ

Le participant I affirme que le MAPAQ « [c]'est très bon. Je pense qu'ils sont bien fiers qu'on existe. Je pense que si on voulait avoir de l'aide on en aurait dans une certaine mesure. Mais je ne veux pas rien devoir à personne » (Verbatim I, 2017). Cependant, il affirme avoir eu de la difficulté avec le ministère en question lors du zonage de son vignoble au moment début du projet : « [q]uand on a parti le vignoble ici on a eu beaucoup de misère à cause du zonage. C'est-tu commercial, agricole, le système n'est pas habitué à ça. Là, j'ai monté les escaliers et je suis allé aux étages supérieurs. C'est bien frileux, le climat politique » (Verbatim I, 2017).

Le manque de compréhension et la frilosité de la classe politique sont ici décrits comme des manques de prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001).

4.7.10 Le participant J et le MAPAQ

Le participant J affirme avoir peu de liens avec le MAPAQ. Récemment, le pomiculteur a fait partie des consultations relatives au Plan de développement de la zone agricole (PDZA) orchestré par le MAPAQ. Ce plan est un document de planification qui vise à mettre en valeur la zone agricole d'une municipalité régionale

de comté (MRC) en favorisant le développement durable des activités agricoles (MAPAQ, 2018). Il repose sur un état de situation et sur la détermination des possibilités de développement des activités agricoles. Il est réalisé par une MRC, « en concertation avec les acteurs du milieu » (MAPAQ, 2018). Lors de l'entretien, il a affirmé que lui et ses collègues qui œuvrent dans l'agrotourisme attendent beaucoup de cette initiative du ministère (Verbatim I, 2017). Cependant, le MAPAQ doit transférer l'application du Plan aux municipalités. De ce fait, le participant affirme douter de la bonne prise en charge des mesures d'application dudit Plan (Verbatim I, 2017).

Ces doutes peuvent se traduire par un certain manquement dans la prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001), mais le participant demeure ouvert à constater de son propre chef.

4.8 Les participants et les palliers municipaux

Il est ici question de présenter les liens et les représentations que les participants entretiennent avec leurs municipalités respectives.

4.8.1 Le participant A et le pallier municipale

Le participant A affirme qu'il y a souvent des manques d'adéquation par rapport aux réalités agrotouristiques au niveau des paliers municipaux (Verbatim A, 2017). En effet, il soutient que dans « les municipalités, les gens comprennent pas tout le temps ce que c'est que l'agrotourisme » et que « [c]'est difficile auprès des municipalités et de l'UPA aussi. Ils ne comprennent souvent pas ce que c'est d'être une petite entreprise agricole » (Verbatim A, 2017). Cependant, il souligne aussi qu'une certaine part de responsabilité provient des milieux agrotouristiques, qui selon le participant A, devraient s'organiser et s'impliquer davantage dans l'arène politique.

De fait, le producteur affirme que « [v]eux, veux pas, au niveau municipal il faut s'impliquer aussi. On y va quand on s'aperçoit qu'il se passe quelque chose. Ça se parle » (Verbatim A, 2017). En revanche, le manque d'adéquation et de compréhension des paliers municipaux peut émerger du fait qu'

[...] il n'y a aucun élu qui est agriculteur. Il devrait y avoir dans les petites municipalités un ou deux élus qui sont agriculteurs. On est 98 % agricole ici ! Mais bon, je comprends, j'ai déjà été conseillère, mais on n'a pas le temps et c'est difficile. Les élus souvent c'est des gens du village, qui, en plus, n'ont jamais fait le tour de la municipalité tellement c'est grand. Ce qui se passe dans un silo ou dans un séchoir, ils n'en ont aucune idée ! Il y a un grand besoin d'adaptation. Il devrait y avoir une règle pour qu'il y ait un agriculteur au moins ou du moins qu'ils s'impliquent. Il se prend des décisions des fois qu'il n'a aucun bon sens (Verbatim A, 2017).

On dénote donc un manque de prise en compte par l'institution municipale (Pecqueur, 2001). Cependant, la faute de ce déficit incombe aussi en partie aux producteurs agrotouristiques qui devraient s'impliquer davantage et revendiquer une meilleure représentativité dans les institutions qui les concernent (Verbatim A, 2017).

4.8.2 Le participant B et le pallier municipale

Lorsque questionné par rapport aux liens entretenus avec le palier municipal, le producteur B a répondu que :

[o]n fait partie de leur site Internet, mais ce qui est un peu triste c'est qu'on n'a jamais eu la visite du maire. En plus, on est juste trois entreprises de ce genre sur le terrain de la municipalité. Je pense que ça aurait été d'adon. Il n'y a pas beaucoup d'intérêt, ils ne savent pas ce qu'on fait. Au niveau de Rigaud qui est la municipalité d'à côté, ils sont 100 fois plus structurés qu'on ne l'est. Mais bon, ils ont plus de budgets aussi (Verbatim B, 2017).

Le producteur de bleuets biologiques est donc peu soutenu par sa municipalité. Cela se traduit par un manque de prise en compte par ce palier (Pecqueur, 2001).

4.8.3 Le participant C et le palier municipale

Le participant C affirme avoir créé beaucoup de liens au cours des années entre sa fromagerie fermière et le palier municipal, tant d'un point de vue événementiel que publicitaire. Cependant, l'artisan demeure déçu de l'impact de son implication dans les couloirs de l'hôtel de ville :

[b]ien, ils sont fiers qu'on soit là, mais sans plus. Je suis sur le comité agroéconomique, je pensais changer plein d'affaires, mais finalement c'est de la politique. Donc très statique. J'ai l'impression d'avoir été acheté, ils sont bien fiers que je sois sur le comité, mais ça va prendre du temps, c'est long (Verbatim C, 2017).

Le producteur perçoit donc que son image est exploitée tout en déplorant le manque de vision de la municipalité face à sa participation active dans ce palier.

Malgré sa participation active dans l'institution municipale (Fortin et Gagnon, 1999), le producteur souligne qu'il existe concrètement un grand manque de prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001).

4.8.4 Le participant D et le palier municipale

Pour le participant D, la municipalité semble manquer de cohésion avec son secteur d'activité (Verbatim D, 2017). Lorsqu'il a été fait mention de ce palier, le vigneron a été catégorique et bref : « Claude revient d'une rencontre et le maire savait à peine c'était quoi l'agrotourisme. Il n'y a pas d'initiative au niveau municipal » (Verbatim D, 2017). Selon le vigneron, ce manque au niveau municipal prend racine dans une carence de prise en compte (Pecqueur, 2001) du palier municipal face à son industrie (Verbatim D, 2017). Malgré sa participation (Fortin et Gagnon, 1999), le statisme de l'institution ne semble pas vouloir changer (Verbatim D, 2017).

4.8.5 Le participant E et le pallier municipale

Le participant E souligne que la municipalité fait peu pour le développement agrotouristique :

[a]u niveau municipal, moi je ne suis pas très active aux assemblées. C'est un petit patelin et ils ne sont pas très ouverts aux changements. Pas ouvert à l'agrotourisme non plus. Ils refusent quasiment tous les projets que les gens proposent. Il ne faut pas trop changer dans la petite région d'Havelock. C'est beaucoup des gens qui sont là depuis des années. Déjà qu'il y a beaucoup de passants, ils ne veulent pas avoir une entreprise qui va recevoir plein de monde, ça va nuire à leur bien-être. Il ne voit pas ça en termes de développement. Ils n'ont pas toujours des points de vue pour l'ensemble de la municipalité. Fait que moi, quand c'est de la résistance au changement comme ça, bien, je me retire (Verbatim E, 2018).

L'acériculteur remarque donc un manque d'adéquation entre les visées du monde agrotouristique et celles de la population locale. Cela fait en sorte qu'il y a un manque de prise en compte par l'institution municipale (Pecqueur, 2001).

4.8.6 Le participant F et le pallier municipale

En tant qu'agriculteur maraîcher qui œuvre dans le domaine depuis moins de deux ans, le participant F se garde de tout commentaire relativement au palier municipal (Verbatim F, 2017).

4.8.7 Le participant G et le pallier municipale

Le participant G affirme que la municipalité doit gérer deux groupes d'influence distincts lorsqu'il est question du développement agrotouristique :

[l]'autre chose qui arrive, je ne suis pas sûr que ce soient toutes les municipalités qui veulent développer l'agrotourisme. Ici à l'automne c'est très difficile de circuler à cause des touristes. Ça bloque. Évidemment les citoyens de Rougemont qui n'ont pas de revenu tiré de l'agrotourisme, pour eux autres

c'est plus difficile. Pendant cette fin de semaine là, leur village est paralysé. Si la municipalité prend le bord de ces gens-là, bien, l'agrotourisme ne se développera pas (Verbatim G, 2017).

Le revers de la médaille du développement agrotouristique dans cette région est donc un achalandage accru en période forte et une certaine friction avec la population locale, qui se voit pris en otage par l'affluent de touriste et d'excursionniste (Verbatim G, 2017). En second lieu, l'entrepreneur affirme que la municipalité devrait développer divers incitatifs pour promouvoir un développement agrotouristique sain et efficace :

[j]e pense qu'à Rougemont, ça prendrait une boulangerie, une fromagerie ou une microbrasserie pour diversifier l'offre. Quelques entreprises qui restent dans l'agrotourisme, mais qui ne sont pas nécessairement axées directement sur la pomme. Qui pourrait amener un autre aspect à la région de Rougemont. Mais comment peut-on faire pour attirer ces entreprises-là à s'établir à Rougemont? Développer des incitatifs, congé de taxe, etc. Il y a des municipalités, qui l'on fait dans des régions plus rurales. Aujourd'hui, les entreprises fleurissent et le tourisme est parti là-dedans. Si on ne fait pas ça, la boulangerie n'arrivera pas à Rougemont. Il faudrait absolument une optique de coopération (Verbatim G, 2017).

De ce fait, le vigneron et cidriculteur affirme que l'avenir du développement local et agrotouristique tient, entre autres, à une meilleure coopération entre les paliers municipaux et les parties prenantes locales.

L'arrimage à la municipalité en tant que construit institutionnel local (Pecqueur, 2001) dépend grandement de l'intérêt de cette dernière à développer le contexte agrotouristique local. En effet, il y a parfois des voies d'intérêts distinctes pour ce qui est de l'achalandage apporté par le développement agrotouristique en période de pointe.

4.8.8 Le participant H et le pallier municipale

Le participant H constate un certain manque de volonté politique en ce qui a trait à son secteur d'activité : « [m]ais il n'y a pas beaucoup d'intérêt pour mon secteur. Quand je parle de volonté politique, ça part d'en bas ! » (Verbatim H, 2017).

Il est donc possible de déceler un manque de prise en compte par l'institution municipale (Pecqueur, 2001).

4.8.9 Le participant I et le pallier municipale

Le participant I affirme entretenir peu de liens avec le palier municipal. Lorsque questionné quant à la pertinence de cultiver ces relations, il affirme que :

[m]ais je ne veux pas rien devoir à personne. Moi la politique je me tiens un peu loin de ça. J'ai l'impression que si je demande des choses et que je les ai, bien il y aura des demandes en retour. Ça marche un peu de même. J'irais plus chercher de l'aide au CLD ou les organismes locaux que d'aller directement à la municipalité. On y va voir le conseiller quand il y a des aberrations réglementaires et c'est déjà arrivé dans le passé. Comme pour les pancartes par commerce. C'est niaisieux. Quand on a parti le vignoble ici on a eu beaucoup de misère à cause du zonage. C'est-tu commercial, agricole, le système n'est pas habitué à ça. Là, j'ai monté les escaliers et je suis allé aux étages supérieurs. C'est bien frileux le climat politique (Verbatim I, 2017).

Dans cet extrait, il est possible de discerner un manque pris en compte par l'institution publique (Pecqueur, 2001). Cela semble empêcher le participant de développer des liens et de participer au palier municipal (Fortin et Gagnon, 1999).

4.8.10 Le participant J et le pallier municipale

Le pomiculteur est mitigé dans son discours par rapport à sa municipalité. Il remarque qu'il reste beaucoup à faire pour arriver à une bonne reconnaissance de son industrie, mais il se sent écouté et un certain optimisme a fait écho dans l'entretien :

[i]l y a pas mal d'autres municipalités qui sont beaucoup plus avancées que nous à ce niveau-là. Reste à voir ce qui va se passer dans les prochaines années. Mais c'est au niveau de la MRC. Ça ne veut pas dire qu'on a le haut du pavé, mais je pense qu'on est écouté. À Saint-Grégoire, notre mairesse vient du monde agricole. Nos relations avec la MRC c'est toujours difficile de savoir où on s'en va. C'est difficile de voir clair dans tout ça. Il y a un certain dialogue, mais ou est-ce qu'on s'en va ? C'est dur à dire (Verbatim J, 2017).

Sans affirmer clairement son mécontentement face au palier municipal, on dénote un certain manque de prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001).

Il est maintenant question de juger de l'adéquation des propositions théoriques qui ont été utilisées dans cette recherche, par rapport à ce qui a émergé avec l'examen du corpus. On aborde donc « l'inextricable question du jeu complexe de la "théorie" et du "réel", et de la compréhension non linéaire » (Paillé et Mucchielli, 2012, p. 378).

CHAPITRE V

DE DISCOURS EN CONCEPTS

L'approche phénoménologique permet d'appréhender des objets à travers leurs rapports à d'autres objets et à leurs présences respectives dans l'acte de conscience d'un sujet (Giorgi 2010 : 237). Ce chapitre est donc le théâtre de l'examen des différents liens mis au jour ainsi que de leurs articulations théoriques en fonction du cadre choisi pour la présente étude.

Les relations entre les entités conceptuelles et les discours des participants sont donc analysés et explicités. Cette mise en relations permettra selon le cas, de postuler, isoler ou approfondir un lien (Paillé et Mucchielli, 2012).

À la lumière des entretiens effectués lors du terrain à l'été 2017, il a été possible d'identifier et de qualifier différents rapports interactionnels intimement liés aux questions qui orientent cette recherche. Le travail d'analyse effectué jusqu'à maintenant a permis de cerner les phénomènes au cœur des expériences des participants.

C'est ainsi que les représentations et interactions illustrées dans la présentation des données ont fait l'objet d'un examen qui a permis la mise en relation avec le corpus conceptuel. Il est donc question de délaisser la catégorisation et d'interpeller les données dans leurs rapports réciproques. On met donc de côté la logique de l'étiquetage pour accéder aux interactions et aux participations révélées au sein du

corpus amassé. L'optique étant d'accéder plus particulièrement au sens qui est révélé au cœur des discours observés.

Ce chapitre se voit donc séparer en 4 sous-sections distinctes. Elles ont pour titre respectif : « Rôles », « Interactions et Participations », « Arrimage au construit institutionnel local » ainsi que « Remontée théorique ». Les trois premières permettent d'élaborer des réponses détaillées aux questions de recherche. Enfin, la dernière élabore sur la contribution de cette recherche au paradigme en émergence qu'est le développement territorial (Aydallot, 1984 ; Fournis, 2012 ; Gagnon *et al.*, 2006 ; Jean, 2008 ; Rallet, 2007).

4.9 Rôles

Les représentations que les participants ont de leur rôle sont multiples et touchent à plusieurs facettes de leurs travaux quotidiens. Parmi ces divers rôles, certains plus marginaux ont été discriminés, car leurs pertinences analytiques étaient trop faibles et peu représentatives pour la présente discussion. C'est ainsi que des rôles principaux ont émergé des discours des participants et ont ainsi pris la forme de missions intrinsèques à l'exercice de leurs professions.

Cette section répondra donc à la première sous-question de recherche soit : « Quelles représentations ont-ils de leurs rôles ainsi que des rôles des principaux acteurs territoriaux ? ». Les rôles éducatifs, identitaires et coopératifs traversent les discours de la majorité des participants quoiqu'avec des niveaux d'importances et d'articulations relatifs à chacun (Verbatim A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, 2017).

4.9.1 Le rôle éducatif

Ce rôle est porté par des méthodes et des lieux servant à la transmission et au partage des savoir-faire et des connaissances (Verbatim A, B, C, D, E, F, H, 2017). En effet,

il semble importer que les services agrotouristiques disponibles sur les lieux des exploitations soient pourvus d'une forte facette éducative.

Que ce soit directement aux champs pour communiquer le choix de certaines variétés de pommiers (Verbatim F, 2017), à travers le vignoble pour discuter des cépages (Verbatim H, 2017), ou bien à la chèvrerie pour observer les mises-bas (Verbatim C, 2017), le rôle éducatif est omniprésent dans les représentations des participants. Il est entendu ici, la création de divers espaces éducatifs sur les lieux de l'exploitation (Verbatim A, B, C, E, F, 2017) ou bien des discours transcendés par d'importantes facettes éducatives (Verbatim A, B, C, D, E, F, H, 2017) tel que la transmission du savoir et des valeurs de conservations des milieux.

Il va de soi que la portée de ce rôle prend aussi forme dans des actions et représentations concrètes qui orientent et guident les interactions territoriales des participants.

4.9.2 Le rôle identitaire

La facette identitaire de l'exploitation agrotouristique, mentionnée directement dans certains discours (Verbatim C, D, G, I, 2017), s'est aussi fait sentir dans d'autres entretiens recensés à l'été 2017 (Verbatim A, B, F, J, 2017).

Lorsqu'il est fait mention du rôle identitaire, on fait principalement référence au lieu (Verbatim C, D, G, I 2017) ainsi qu'aux méthodes de transformation et aux produits (Verbatim C, G, I, 2017). En revanche, sans que le participant ait directement fait référence au concept d'identité, il est possible d'étendre cette conception du rôle identitaire dans le cas du développement de variétés de cultigènes régionaux adaptés au climat du territoire (Verbatim J, 2017) ainsi qu'au niveau des philosophies de production qui favorise la transmission de méthodes et de pratiques (Verbatim A, B, F, 2017).

Phénomènes sociaux pluriels, les identités, individuelles ou collectives se déclinent et s'observent dans plusieurs discours analysés dans cette étude. À ce sujet, Di Méo (2004 : 340) affirme que :

[l]a plupart des identités affichent une composante géographique, une spatialité qui les renforce et les rend plus prégnantes. Elles s'expriment donc, souvent, par ces médiations du social et du spatial que forment les lieux, les territoires, les paysages... En retour, elles contribuent activement à toutes ces constructions sociales d'espaces et de dispositifs géographiques; réels ou sensibles. Les formes spatiales des identités, les dimensions identitaires des espaces s'interpénètrent selon une dialectique subtile.

C'est ainsi qu'il est possible de concevoir le rôle identitaire comme transcendant les espaces physiques pour prendre forme dans les pratiques et les méthodes mises de l'avant par les participants en question.

Il va sans dire que ce rôle s'exprime, entre autres, à travers les représentations qu'ont les participants des positionnements des autres parties prenantes territoriales. Ainsi, selon les situations, les participants vont se reconnaître dans un ATR qui partage leur valeur comme c'est le cas entre les valeurs d'échange et de pédagogie du Circuit du Paysan et les participants A, C, E et H (Verbatim, 2017). De ce fait, les interactions socioprofessionnelles collaboratives des participants sont en partie sculptées par ce rôle.

4.9.3 Le rôle coopératif

Il est fait référence à cet important rôle dans chacun des entretiens (Verbatim A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, 2017). En revanche, les précisions données quant à la portée de ce rôle sont parfois bien différentes.

Il est tout d'abord fait référence à ce rôle à travers le développement de produits et le marketing (Verbatim A, B, F, G, H, 2017). Ces derniers s'arriment au rôle

coopératif à travers une optique de rayonnement régional (Verbatim F, G, H, 2017) comme dans des événements fermiers où les producteurs de la région s'assemblent. Il est aussi fait référence à certain marketing coopératif entre des productions différentes œuvrant sur un même territoire (Verbatim A, B, 2017). Le participant A, fait référence à des kiosques de ventes dans d'autres exploitations à vocation agrotouristique, tandis que pour le participant B, il est question de produits développés et mis en marché conjointement (Verbatim B, 2017).

On peut aussi associer ces interactions socioprofessionnelles collaboratives à un certain maillage, apporté comme un des ancrages principaux de la coopération territoriale. Cette dernière prend principalement forme à travers la participation aux événements à thématiques fermières. Ce maillage territorial est donc exprimé comme une importante facette du rôle coopératif de l'exploitation agrotouristique (Verbatim, C, E, G, H, I, J, 2017).

La quasi-totalité des participants s'entend pour affirmer qu'une des facettes primordiales de ce rôle est le référencement des autres entreprises agrotouristiques sur le territoire (Verbatim A, B, C, D, E, F, G, H, I, 2017). En effet, il est fait référence, dans la forte majorité des entretiens, que la force de l'agrotourisme est la coopération.

4.10 Interactions et participation

Cette section permet d'élaborer des réponses à la deuxième sous questions de recherche : « Quelles formes prennent leurs interactions socioprofessionnelles ? »

La présentation des données a permis d'ouvrir la porte à une compréhension plus exhaustive de la réalité des acteurs agrotouristiques en Montérégie. À mesure que l'examen du corpus a avancé, on a observé que les phénomènes décrits

n'apparaissaient plus comme étant uniquement significatifs en soi, mais bel et bien en relation les uns avec les autres.

Il a donc été possible d'observer et d'identifier différentes formes d'interactions socioprofessionnelles. Ces formes ont évidemment été identifiées à l'aide des dimensions et indicateurs conceptuels qui ont guidé la recherche. On fait ici référence, entres autres, à la construction d'espace interactionnel, à la participation active à des prises de décision concernant la région, aux activités et initiatives collectives, aux diverses collaborations et partenariat, aux réseaux de proximité, à des coopérative, à des initiatives et programmes éducatifs, à la participation active à des tables de concertation instiguées par les différents paliers gouvernementaux, à la participation active à des réunions de la MRC et MAPAQ ou d'autres paliers gouvernementaux, ainsi qu'aux liens avec les différentes organisations : UPA, Terroir et Saveurs, Circuit du Paysan, Union Paysanne, etc. Certains, parmi ces derniers, se sont avérés plus pertinents d'un point de vue analytique pour identifier lesdites formes.

La participation, en tant que dimension du développement (Fortin et Gagnon, 1999), ainsi que les indicateurs conceptuels qui en découlent, se sont posés comme les bases nécessaires à l'identification des interactions socioprofessionnelles. Une fois identifiée, la définition de territoire (Jean, 2008), couplée à ses dimensions et à ses indicateurs, a permis de qualifier les interactions en question.

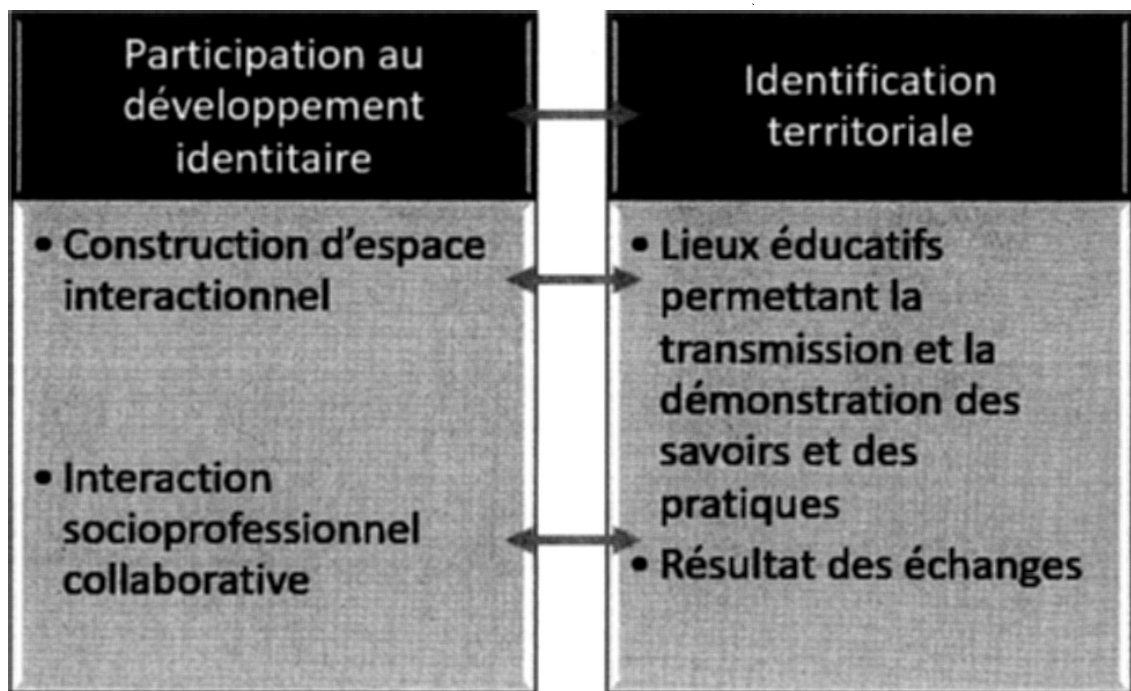
En effet, lorsque la participation aux institutions, aux projets territoriaux ou au développement identitaire a émergé dans le discours des participants, elle a été, dans la forte majorité des cas (Verbatim A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, 2017), identifiée comme une forme d'interaction socioprofessionnelle (Fortin et Gagnon, 1999). Il a ensuite été question de qualifier cette participation à l'aide des indicateurs du territoire de Jean (2008). Ainsi, toutes les formes d'interactions socioprofessionnelles identifiées dans cette étude ont été qualifiées en fonction des quatre indicateurs suivants :

1. Activité de production ou de modification d'espace tangible. (Verbatim A, D, F, I, 2017)
2. Participation active à des prises de décision concernant la région. (Verbatim A, C, E, H, 2017)
3. Construction d'espace interactionnel. (Verbatim B, C, D, E, H, I, J, 2017)
4. Interactions socioprofessionnelles collaboratives. (Verbatim A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, 2017)

Sans être mutuellement exclusifs, ces indicateurs se présentent principalement, à la manière des poupées gigognes, comme faisant partie l'un de l'autre (Verbatim A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, 2017).

Par exemple, dans son discours, le participant C met l'accent sur l'identification territoriale, liée à l'occupation des territoires, et la reconnaissance d'une forte facette identitaire liée à ses produits (Verbatim C, 2017). Il est donc aisé de remarquer sa participation au développement identitaire, en tant qu'indicateur de développement (Fortin et Gagnon, 1999). Reconnaisant son rôle comme fondamentalement éducatif, le fromager a conçu une myriade d'approches pour transmettre la dimension identitaire de ses produits, de ses méthodes ainsi que de ses pratiques (Verbatim C, 2017). Il construit donc des espaces interactionnels facilitant la transmission de sa vision de l'identité territoriale et de l'importance de certains savoir-faire (Verbatim C, 2017). C'est ainsi que ces espaces et moments deviennent le théâtre d'interactions socioprofessionnelles collaboratives. La figure 3 démontre schématiquement cette interrelation. On peut donc constater que la construction d'espaces interactionnels visant à faire rayonner l'identité des produits peu effectivement culminer en un résultat éducatif pour les touristes et excursionnistes de passage.

Figure 3



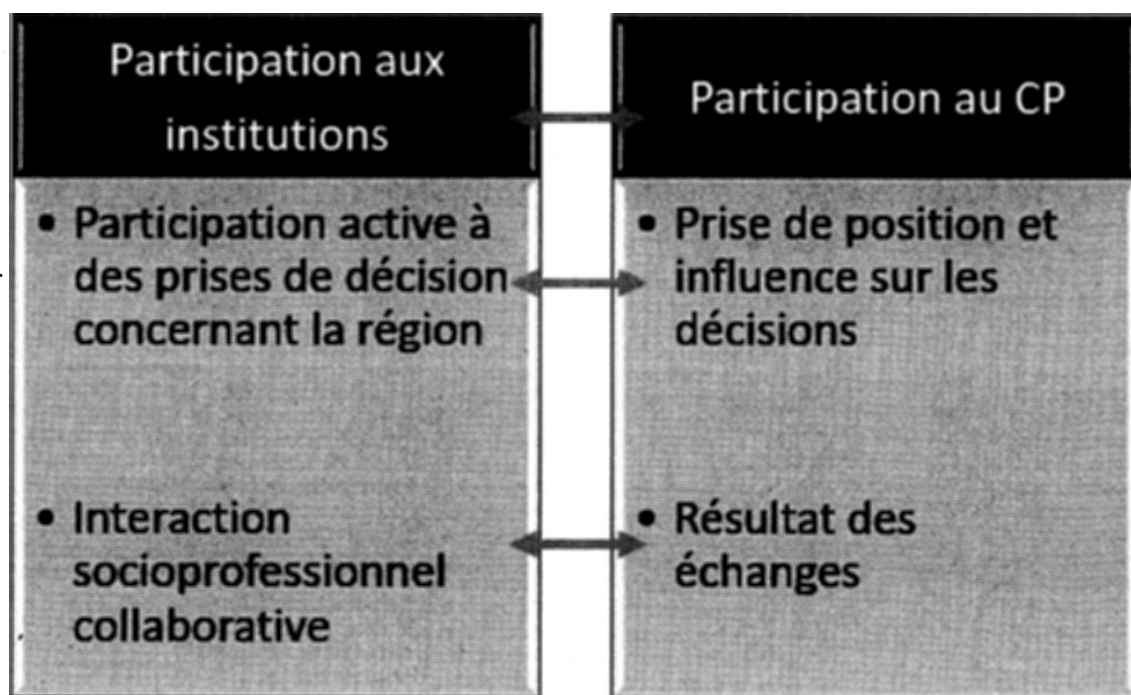
Participation et identification

Élaboré par l'auteur (2018)

Dans le cas du participant E, il est possible de remarquer que sa participation aux institutions, représentée ici par sa présence au Circuit du Paysan, lui permet de prendre position par rapport à des décisions qui le concernent (Verbatim E, 2017). C'est ainsi que se dessine sa participation active à des prises de décision concernant la région dans le cadre d'une institution qui rassemble, à l'échelle d'un territoire, de nombreux producteurs agrotouristiques de la région. Sans être constructeur des

espaces interactionnels, il n'en demeure pas moins que le résultat prend bel et bien la forme d'interactions socioprofessionnelles collaboratives. La figure 4 représente schématiquement ce constat analytique. Les prises de position et les résultats des échanges, tel que présenté dans cette même figure, trouvent ainsi leurs corollaires dans les deux indicateurs de la colonne de droite.

Figure 4



Participation et institution

Élaboré par l'auteur (2018)

Il en va donc de même pour la grande majorité des liens interactions/participations observés dans les discours issus des entretiens ethnographiques.

Il convient aussi de souligner que les participants (Verbatim A, D, F, I, 2017) ont aussi une incidence sur la dimension physique du territoire (Jean, 2008). En effet, les actions concrètes sur l'esthétisme territorial (Verbatim A, D, I, 2017) s'inscrivent

comme des activités de production ou de modification de l'espace tangible (Jean, 2008) qui prennent aussi la forme, quoique dans une moindre mesure, d'interaction socioprofessionnelle.

Par exemple, l'offre d'agrobiodiversité, constamment croissante dans les jardins maraîchers d'autocueillette du participant F (Verbatim F, 2017), permet de créer des moments éducatifs avec des agriculteurs locaux ainsi qu'avec la clientèle de cueilleurs (Verbatim F, 2017). Cette construction d'espaces interactionnels devient donc, par ricochet, vectrice d'interactions socioprofessionnelles collaboratives.

À la lumière de ces constats, il est possible d'affirmer que les interactions socioprofessionnelles des participants sont principalement collaboratives (Verbatim, A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, 2017). Lesdites interactions prennent forme à travers la construction d'espaces physiques ou relationnels ainsi qu'avec des participations différentielles au construit institutionnel local (Pecqueur, 2001).

4.11 Arrimage au construit institutionnel local

La dimension de participation, issue de la définition du développement de Fortin et Gagnon (1999), ainsi que la dimension relationnelle du territoire de Jean (2008), se sont avérées être primordiales pour résoudre la dernière question de recherche soit : « Comment participent-ils au construit institutionnel local ? » En effet, toutes deux ont permis d'observer une panoplie de liens phénoménologiques dans l'univers agrotouristique ici reconstruit.

Il convient aussi de souligner que les construits institutionnels analysés ne sont pas que locaux. Il apparaît, que bien que certaines de leurs articulations sont locales, il est évident que l'UPA et le MAPAQ ont des articulations sectorielles qui transcendent le territoire observé. Ce constat amène à affirmer que, pour favoriser

le dynamisme local et le développement territorial, la proximité spatiale des acteurs doit être combinée avec d'autres formes de proximité, de type relationnel dans les institutions (Klein, 2008). Ces dernières sont donc articulées à diverses échelles selon les types de construits.

Des tendances éloquentes ont émergé lorsque l'analyse des liens entre les participants et les institutions a eu lieu. On constate en effet une forte corrélation entre la bonne prise en compte par les institutions, les participations subséquentes qui peuvent en découler ainsi que l'existence d'interactions socioprofessionnelles collaboratives auxquelles les participants prennent part.

Dans cette étude, la prise en compte par les institutions est un indicateur intrinsèque de la dimension consultative du construit institutionnel local (Pecqueur, 2001). Cet indicateur a principalement émergé comme nécessité préalable aux liens que les participants entretiennent avec les acteurs institutionnels territoriaux dans la forte majorité des cas (Verbatim A, B, C, E, G, H, J, 2017).

De façon générale, lorsque les réalités des participants sont prises en compte, ceux-ci participeront davantage aux institutions ou aux développements identitaires (Verbatim A, B, C, E, G, H, J, 2017). On constate aussi que lorsque ces participations ont lieu, des interactions socioprofessionnelles collaboratives sont souvent présentes (Verbatim A, B, C, E, H, J, 2017).

Par exemple, le participant A soutient qu'il est bien écouté aux réunions du Circuit du Paysan (Verbatim A, 2017). Cela fait en sorte qu'il est plus à même de participer au processus décisionnel et de rester après les réunions pour prendre part aux soirées réseautages qui, selon lui, favorisent l'échange de savoir (Verbatim A, 2017).

En revanche, lorsque l'institution s'arrime moins aux réalités agrotouristiques des participants, on remarque que l'effet contraire se fait sentir (Verbatim A, B, C, D, E,

F, G, H, I, J). En découle donc une participation décriée ou absente qui empêche les interactions socioprofessionnelles collaboratives de prendre forme (Verbatim A, B, C, D, E, F, G, H, I, J).

À titre d'exemple, le participant H soutient que le MAPAQ comprend mal les besoins relatifs au développement vinicole dans sa région (Verbatim H, 2017). Ce manque de prise en compte par l'institution (Pecqueur, 2001) émerge en une frustration qui favorise un manque de participation des viticulteurs sur le territoire (Verbatim H, 2017).

Il convient cependant de nuancer le propos, car dans certains cas, le manque de prise en compte par les institutions stimule les agriculteurs à participer et à revendiquer davantage (Verbatim A, C, D, 2017). De fait, le manque de prise en compte par l'institution peut parfois être vecteur de participation. Quoique marginale, cette observation demeure pertinente pour déceler comment les producteurs agrotouristiques participent au construit institutionnel local (Pecqueur, 2001).

Par exemple, le participant A affirme que les petites fermes sont sous-représentées à l'UPA (Verbatim A, 2017). Cependant, la participation des acteurs agrotouristiques aux assemblées de cette organisation leur permet une meilleure représentativité (Verbatim A, 2017). On en comprend donc que le manque de prise en compte de l'UPA envers ses membres agrotouristiques pourrait ultimement culminer par une plus grande participation revendicatrice de ceux-ci.

À la lumière de ces constats, on remarque que les interactions socioprofessionnelles des participants s'exercent en un premier temps dans le construit institutionnel local et, dans une moindre mesure, dans la coopération entre entreprises de façon plus ou moins informelle.

On peut aussi conclure que l'arrimage au construit institutionnel local ne peut se limiter qu'aux ressources locales. « [e]n mobilisant des ressources privées et publiques, individuelles et collectives, l'action collective établit une relation ascendante entre le local et le global, entre le social et l'économique » (Klein, 2008 : 56). Au final, ce qui importe n'est pas tant la source des ressources mobilisées par les acteurs locaux « que la dynamique sociale qui permet qu'un ensemble de ressources puissent être mobilisées au bénéfice de la communauté locale » (Klein, 2008 : 56). Les politiques de développement territorial devraient très probablement tenter de stimuler et de dynamiser cette réalité.

4.12 Schématisation

La figure 5 illustre le schéma de pensée qui a présidé à la construction de ce chapitre. On remarque donc que les rôles des participants, stimulés par des actions et des représentations précises, permettent, entre autres, d'activer et de mettre en place des interactions et des participations qui font tourner la roue du développement territorial. Il est donc fait référence à diverses actions individuelles et collectives dans les espaces de ses qui concernent les acteurs. Ces actions doivent donc avoir une influence tangible sur le territoire. En effet, l'acteur lui-même sait « quand son action commence et quand elle finit; c'est-à-dire, pourquoi elle aura été menée » (Schutz, 1987 : 31) . Les exemples suivants sont ainsi directement puisés des verbatims à l'étude et permettent d'articuler le schéma suivant.

En tant que producteurs agrotouristiques, les participants A et C conçoivent le rôle coopératif comme étant au cœur de l'agrotourisme en Montérégie (représentation). Cela les apporte à s'associer (interaction socioprofessionnelle) à d'autres exploitations, fromageries, cidreries et vignobles, pour mettre en valeur leurs produits conjointement (action) dans des pratiques de marketing, de référencement ainsi qu'éducatives. Cela a pour effet d'augmenter leur visibilité respective et plus

généralement celle du territoire en soi. De ce fait, les représentations des participants A et C les amènent à poser des actions concrètes qui favorisent diverses interactions qui elles-mêmes contribuent au développement du territoire.

Dans une même optique, le participant C souligne que le rôle identitaire est primordial pour les entreprises agrotouristiques. Il est important pour lui de développer des produits typiques à sa région. De ce fait il souligne que :

[j]'aime le fait qu'on soit régional, que quelqu'un de Québec dise que la prochaine fois qu'il vient en Montérégie il sache que c'est juste ici qu'on peut se procurer mes produits. Que ça reste typé à ma région. On crée des souvenirs, l'expérience du territoire. [...] Je veux qu'il y ait une identification territoriale, liée à l'occupation des territoires. Le produit qui a une identité, tu sais, je veux que quand les gens pensent à ce produit-là, bien qu'ils pensent à [nous] et à toute l'équipe (Verbatim C, 2017).

Cet engouement pour la facette identitaire de sa production fromagère amène l'entrepreneur à revendiquer et à transmettre ses valeurs dans les institutions où il siège (action et participation). Par rapport à sa participation au Circuit du Paysan, il affirme que : « [t]ous les employés et moi, on fait le tour du circuit une fois par année, pour être sûre qu'ils s'y connaissent. C'est super important d'être ambassadeur de sa région » (Verbatim C, 2017)

Il est ainsi possible de conclure que le rôle identitaire du participant le porte à poser certain geste (action) qui oriente sa participation et celle de ses employés (interaction) aux institutions (construit institutionnel local) qu'il sélectionne comme pertinentes pour le développement de sa pratique et de sa région (développement territorial).

En outre, le participant G affirme qu'il est important de faire rayonner l'identité régionale et de représenter sa région avant sa propre entreprise. À cet effet, il souligne qu'

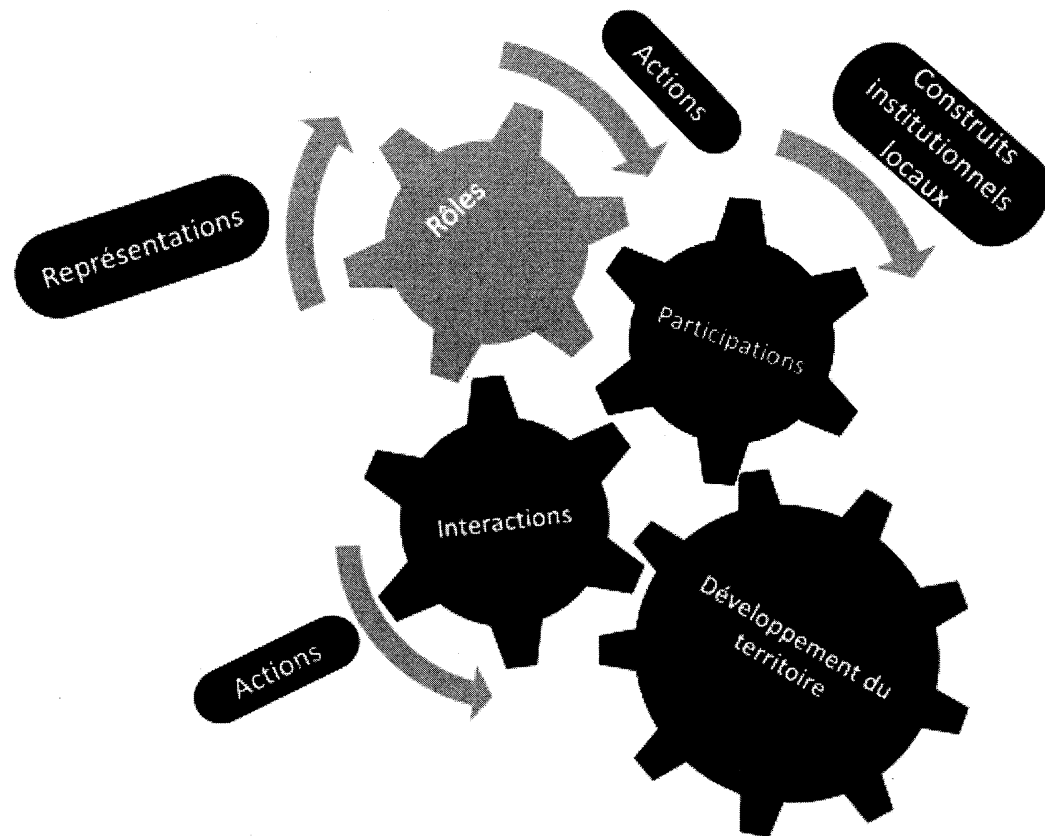
[o]n a toujours été très très pro-Rougemont. Surtout avec les instances, si on va à la MRC, à tourisme Montérégie, on parle toujours de Rougemont même avant de parler du [X]. On a l'impression que Rougemont c'est une

destination principale et prioritaire à faire quand tu fais de l'agrotourisme dans la région ici. On travaille à développer l'image de Rougemont. Sur les canettes de [X], on a mis le mot Rougemont bien en évidence. Mon père a aussi été fondateur des week-ends gourmands. C'est de la promotion des activités communes des vergers agrotouristiques de Rougemont de septembre à octobre. Ça peut être aussi des vignobles ou des cidreries. Par exemple, il y a aussi une savonnerie au village qui fait partie des week-ends gourmands. On est assez pro-Rougemont. Mon père a été fondateur et président quelques années. Moi, j'ai embarqué dans le comité il y a trois ans. Là, c'est moi le président du comité (Verbatim G, 2017).

Il est donc possible d'avancer que le rôle identitaire de l'agriculteur stimule ses implications (participation et interaction) dans le construit institutionnel local. Il parvient ainsi à faire rayonner la région et à favoriser le développement territorial.

En somme, ces exemples puisés sur le terrain permettent de constater comment fonctionne l'agrotourisme en tant que moteur de développement territorial. Dans cette schématisation, le développement territorial est impulsé au contact de la participation et des interactions. Les représentations associés aux divers rôles guide les formes d'interactions et de participations des acteurs territoriaux. Ces dernières sont à la fois produits et résultante du construit institutionnel local.

Figure 5



Moteur de développement

Élaboré par l'auteur 2017

4.13 Remontée théorique

À travers des discours parsemés d'enjeux économiques, politiques, sociaux et environnementaux, l'adoption d'une approche territoriale du développement a facilité l'intégration de facteurs historiques, géographiques, culturels ainsi que sociaux dans cette étude. Selon une nouvelle pensée contemporaine systémique et intégrée (Gagnon *et al.* 2006 : 601), cette approche a ouvert la porte à la qualification des capacités des acteurs à maîtriser les dynamiques de développement qui les concernent

tout en reconnaissant l'importance du territoire comme une construction sociopolitique (Jean, 2008).

La présente étude a observé l'agrotourisme avec les lunettes du développement territorial. Ce courant de recherche composite a permis de poser un regard multidisciplinaire sur les paysages agrotouristiques de la Montérégie. De fait, il a été possible d'exprimer la reconnaissance de liens forts entre les dynamiques de développement et les caractéristiques plurielles du territoire sur lequel elles se déploient. Ces liens ont ainsi pris la forme d'articulations entre acteurs et structures à l'échelle locale.

À cet égard, l'analyse des liens entre les acteurs et les institutions a démontré que le construit institutionnel exprime des territorialités légèrement décalées selon les secteurs dans lesquelles les institutions œuvrent. Ceci apporte à constater que :

[m]anifestement, le développement local ne peut se limiter à l'endogène. Sa mise en marche requiert la combinaison de ressources locales et extérieures, endogènes et exogènes. De plus, ce qui permet à une localité ou à une région de rééquilibrer ses relations avec des régions ou des localités plus centrales est justement sa capacité de mobiliser des ressources extérieures, ce qui comprend bien sûr les ressources de l'État (Klein, 2008 : 54-55).

En effet, l'UPA et le MAPAQ gèrent de multiples facettes des secteurs agricoles québécois telles que la distribution et la sélection des subventions offertes par l'État (MAPAQ, 2017) ainsi que le zonage commercial et agricole en zone agricole (UPA, 2018). Dans le cas de ces institutions provinciales, le manque d'adéquation entre les réalités agrotouristiques et les mesures qu'elles déploient est décrié par plusieurs participants (Verbatim A, C, D, G, H, I, 2017). Cela pourrait ultimement

nuire à la capacité des acteurs à solliciter et à mobiliser les ressources exogènes nécessaire au bon développement de leur activité et de leur territoire.

Ce décalage semble prendre racine dans un déficit de la compréhension et de la prise en compte au niveau des différents secteurs d'activité des acteurs, qui diffèrent, par leur nature touristique, de la forte majorité des membres. Ce décalage sectoriel est aussi avancé par le participant D (Verbatim D, 2017) lorsqu'il justifie la coupure des liens avec le CP. Il affirme effectivement que la majorité des membres du CP ne sont pas agrotouristiques (Verbatim D, 2017). Le propos doit cependant être nuancé, car certains participants affirment le contraire et louange la pertinence du CP pour leurs exploitations agrotouristiques (Verbatim A, C, E, H, 2017). Le décalage pourrait provenir d'une conception différente de l'agrotourisme en soi.

Il importe aussi de souligner que les institutions à vocation principalement touristique, représentées ici par le CP et TM, semblent avoir des conceptions territoriales bien différentes du touriste dans l'espace. Dans le cas du CP, il est entendu que le touriste en tant qu'acteur territorial a des visées agrotouristiques sur le territoire. De ce fait, on tente de promouvoir une approche qui guide le touriste à travers différents parcours expérientiels à vocation agricole, dans le but ultime de mettre sa présence à profit.

En revanche, dans les discours de la majorité des participants (Verbatim A, C, D, E, F, G, H, I, J, 2017), il est affirmé que TM n'est pas un organisme qui les représente adéquatement. Dans la plupart des cas (Verbatim A, C, D, E, F, H, I, 2017), les participants soulignent que les initiatives pour promouvoir l'agrotourisme sont pratiquement absentes et que les budgets sont principalement dirigés vers l'hôtellerie et le tourisme de nature. Il est donc possible de conclure que le touriste n'est pas conçu comme ayant des visées agrotouristiques sur le territoire. Ces conceptions différentes du touriste dans l'espace territorial peuvent, entres autres, être motivées

par la provenance des redevances monétaires qui permettent de financer les institutions en question.

Aussi, le participant H propose une réponse qui pourrait corroborer ces dires en affirmant que le conseil d'administration de TM est principalement composé d'individus provenant des milieux hôteliers (Verbatim H, 2017). Il croit fermement que le pouvoir de lobby de ces derniers est très fort dans l'organisation et que cela bloque inévitablement l'accès au budget pour les producteurs agrotouristiques (Verbatim H, 2017). Il croit fermement que le pouvoir de lobby de ces derniers est très fort dans l'organisation et que cela bloque inévitablement l'accès au budget pour les producteurs agrotouristiques (Verbatim H, 2017).

Ce phénomène peut, entres-autres, s'expliquer par le fait que la concentration de l'offre hôtelière de la Montérégie est située dans la zone urbanisée au nord du territoire (TM, 2019). Cela suggère une polarisation montréalaise de l'offre touristique. Le fait que la demande agrotouristique est principalement composée d'excursionnistes, il est possible de comprendre que le manque d'adéquation entre les systèmes hôtelier et agrotouristique de la Montérégie prend racine dans des visées commerciales diamétralement opposées.

Il affirme aussi avoir été redirigé par TM vers l'UPA et le MAPAQ pour obtenir de l'aide budgétaire, et que ces derniers l'ont renvoyé vers son Centre Local de Développement et vers les ATR régionaux. C'est ainsi qu'il souligne que les producteurs agrotouristiques de la Montérégie doivent s'asseoir « entre deux chaises » (Verbatim H, 2017) et survivre en revendant et en portant de multiples chapeaux.

Cet exemple du participant H permet de comprendre comment la sectorialité des producteurs agrotouristiques est décalée de l'agriculture et du tourisme. À la lumière des données amassées, on peut conclure que ces types d'entreprise ne sont pas

considérés comme pleinement agricoles face à certaines institutions (MAPAQ, UPA) et non plus pleinement touristiques par d'autre (TM).

CONCLUSION

L'objectif premier de ce mémoire était d'exposer et d'expliciter les nombreuses interrelations territoriales d'entrepreneurs agrotouristiques en Montérégie. Cette démarche visait à éclairer comment les acteurs agrotouristiques participent au développement territorial. Afin de répondre à ce questionnement général, il a été nécessaire de s'intéresser à trois aspects spécifiques des réalités socioprofessionnelles des participants : leurs rôles, leurs interactions socioprofessionnelles ainsi que leurs participations au construit institutionnel local.

L'approche ethnographique a permis de recueillir des données riches qui ont mis en relief des éléments clefs des paysages agrotouristiques du territoire à l'étude. En effet, vigneron, acériculteur, fromager, maraîcher, producteur cidricole et pomicoles ont eu la générosité de participer à ce projet de recherche. Ils ont ainsi pu partager de multiples facettes de leurs réalités quotidiennes. C'est ainsi que les relations entre les entités conceptuelles et les discours ont été analysés et examinés dans le but de cerner les phénomènes au cœur des expériences des producteurs agrotouristiques.

Les représentations et interactions ont donc fait l'objet d'un examen qui a permis la mise en relation avec le corpus théorique. Subséquemment, l'analyse thématique et l'examen phénoménologique des données ont brossé un canevas illustrant certaines dynamiques territoriales importantes de l'agrotourisme en Montérégie tout en apportant des réponses aux questions de recherches.

Les résultats les plus saillants ayant émergé de cette étude concernent les optiques de collaborations et de coopérations territoriales. Le rôle coopératif et les interactions

socioprofessionnelles collaboratives ont indéniablement dominé dans les discours analysés (Verbatim A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, 2017). Lesdites interactions prennent ainsi forme à travers la construction d'espaces physiques ou relationnels ainsi qu'avec des participations différentielles au construit institutionnel local (Pecqueur, 2001).

En revanche, cette étude ne mobilise que les discours de dix producteurs agrotouristiques. Il convient donc de nuancer la portée de ses conclusions. Il pourrait être pertinent d'étendre le cadre théorique et les questionnements issus de ce projet à un plus grand éventail de participants. Il serait aussi fort intéressant d'explorer plus en profondeur les relations entre les représentations des rôles respectifs des participants et la modulation de leurs interactions socioprofessionnelles. Cela aurait pour principal avantage de concrétiser la compréhension de l'arrimage différentiel des participants au construit institutionnel local (Pecqueur, 2001).

Il pourrait être très prolifique d'approcher l'agrotourisme et sa capacité de développement territoriale à travers le concept de néolocalisme. À cet égard, on pourrait étudier comment les identités locales se manifestent dans les produits et les méthodes de production agrotouristique sur un territoire donné. Il serait très intéressant de qualifier la manière dont les producteurs mobilisent certaines facettes identitaires pour mettre en marché leur offre de services et de produits. Aussi, en y joignant le concept de construit institutionnel local, le néolocalisme pourrait mettre au jour des facettes clefs des interactions agrotouristique sur le territoire.

Enfin, le concept d'agentivité (Guilhaumou, 2012) pourrait offrir de très fructueuses pistes de recherche pour des travaux futurs qui souhaiteraient analyser l'acteur agrotouristique dans sa capacité à maîtriser les dynamiques territoriales qui le concernent.

ANNEXE A

CANEVAS D'ENTRETIEN ETHNOGRAPHIQUE

-Comment concevez-vous le rôle de votre entreprise dans la région ?

- Parlez-moi du rôle de votre entreprise
- A-t-elle une fonction exclusivement touristique ?

-Quels liens avez-vous avec les autres exploitations agrotouristiques sur le territoire ?

- Est-ce que ça provient de votre initiative ou avez-vous été approché par d'autres entreprises/organisation ?
- Quelles sont les organisations avec lesquelles vous êtes obligé de faire affaire pour opérer sur le territoire
- Faites-vous partie d'une association de producteurs/touristique ?

-Comment vous procurez-vous les marchandises ou denrées d'appoint ?

- Est-ce à travers des coopératives ou de façon indépendante ?

-Participez-vous à des associations et des espaces collectifs officiels ? (Table de concertation, d'échange de savoirs, de pratiques, chambre de commerces ou d'informations relatives à votre domaine, etc.)

- Quelle forme prennent-ils ?
- Sont-ils officiels ?
- Font-ils partie d'une institution régionale ? (ATR, OGD, MRC, etc.)
- Quel est votre rôle dans ces institutions ?

-Quels sont vos liens avec les activités extérieures qui réunissent des producteurs agrotouristiques de la région (foire gourmande, rendez-vous des saveurs, festival brassicole, vinicole, etc.) ?

- Parlez-moi de votre participation à ces événements ?
- Ça vous sert ? Comment ?

-Comment se fait le marketing de votre entreprise ?

- Se fait-il individuellement ou collectivement ?
- Quelle forme prend-il ?
- Si collectif, depuis quand ?
- Est-ce mieux comme ça ?

-Comment les élus municipaux vous abordent-ils lorsque les décisions d'aménagement du territoire sont prises ?

-Comment la MRC participe-t-elle au développement de votre entreprise ou du contexte agrotouristique en général ?

-Parlez-moi des liens que vous entretenez avec les différents paliers gouvernementaux (fédéral, provincial, municipal) ?

-Comment percevez-vous les institutions officielles (UPA, MRC) ?

-Où voyez-vous votre entreprise dans 5 ans ?

-Comment l'agrotourisme en Montérégie évoluera-t-il dans les 5 prochaines années ?

-Avez-vous l'impression de contrôler le devenir de votre entreprise ?

-Qu'est-ce qui, selon vous, influence votre secteur d'activité ?

ANNEXE B

CLASSEMENT DES PROPOS TYPES

Le tableau suivant est une représentation brève et synthétique du classement des extraits en lien avec l'arbre thématique de la figure 1. Il permet, entre autre, de démontrer un certain panorama des réponses apportés aux questions lors des différents entretiens ethnographiques.

<u>Rubriques</u>	<u>Thèmes</u>	<u>Extraits</u>	<u>Énoncés</u> <u>phénoménologiques</u>
Action sur le territoire	Action sur l'espace relationnel	« C'était un peu le but quand on s'est installé à Mercier, on est un peu isolé ici des centres de l'agrotourisme comme Frelighsburg, Dunham ou Saint-Joseph-du-Lac. On avait aussi comme but de partir la roue dans la région. Le côté éducation, vérité et honnêteté est très présent dans notre entreprise [...] » (Verbatim C, 2017). « Bien moi je suis	C - Les producteurs avaient comme objectif d'apporter l'agrotourisme dans la région. - L'aspect éducatif est central dans l'approche agrotouristique du

		dans le syndicat acéricole de ma région. J'ai tout le temps dit que la meilleure façon de savoir et de changer les choses, bien, c'est de s'impliquer. Fait que depuis 2004, je suis sur le CA et maintenant je suis deuxième vice-présidente. J'aime ça, parce que t'es au courant. Moi j'ai toujours aimé mieux être dans le changement que d'être en arrière et chialé que ça change pas. C'est efficace si tu proposes des affaires [...] » (Verbatim E, 2017).	fromager. E • Le producteur est très actif dans le syndicat acéricole de sa région. • Pour avoir des changements institutionnels qui concordent davantage avec la réalité des petits producteurs agricoles, il est primordial de participer, d'écouter et de se faire entendre.
	Action sur l'espace physique	• « Un vignoble doit être dans un contexte agricole évidemment. Je pense qu'on met en valeur notre village. Tu sais, un vignoble c'est noble. On apporte un certain patrimoine, pour avoir revitalisé une ferme abandonnée, planté un vignoble ça prend 10 ans. Pour nous, c'était hyper important de respecter notre	D • L'agrotourisme participe à l'esthétique territoriale. • Le producteur exprime son identité et la nordicité de ses produits à travers ses cépages et son

		identité, on ne voulait pas ressembler à la France. On ne voulait pas subir cette influence-là. En fait, on cultive des cépages nordiques adaptés à notre climat, donc encore davantage. On exprime la nordicité sur nos bouteilles de vin et on est les seuls à faire ça. On a toujours eu une identité forte [...] » (Verbatim D, 2017). • « Ici, on fait beaucoup de vinifera, le deux tiers. On a 13 vins différents. On écoule pas mal, suffit qu'on est près de la ville et que les locaux nous connaissent et nous aiment. C'est pas comme la Route des Vins dans les Cantons-de-l'Est où c'est beaucoup touristique. C'est pas local, c'est des gens de l'extérieur. Eux ils ont avantage, d'après moi, à aller à la SAQ. Nous autres, on a la chance d'être en pleine ville. À 20 minutes de routes, il y a des millions de personnes. [...] » (Verbatim I, 2017).	I marketing. • La demande locale en vin permet de cultiver une plus grande variété de cépages qu'un autre vignoble qui n'écoulerait pas aussi facilement et localement ses produits. • La proximité des marchés permet au vigneron de pratiquer diverses techniques vinicoles
--	--	--	--

Représentation du territoire	Représentation de l'espace relationnel	• « On participe pas mal à toutes les rencontres. Avec Maude Saint-Hilaire, ça roule pas mal. Mais selon moi, il y a un manque de constance ou de fidélisation. C'est surtout bon pour les 3 à 5 premières années, question de visibilité. Dans le cas de Tourisme Montérégie, moi je suis vraiment critique à leur endroit. Pour moi, c'est un beau château vide. Des beaux dépliants, mais ça n'amène personne. On peut nous retrouver sur leur site, mais bon, c'est tout. À part pour les pancartes qu'ils "gèrent", mais même là c'est ridicule. Je considère ça comme une taxe déguisée. Grosso modo, c'est des "crosses", il y a une montagne de parti pris. C'est de la représentation [...] » (Verbatim C, 2017). • « AP- Quels sont vos liens avec l'UPA ? H- 800 \$ par année c'est ça mon lien. Ils font un gros zéro pour nous. Encore une fois, c'est un monopole d'État inefficace. À part	C • Le Circuit du Paysan fonctionne mieux depuis l'arrivée de Maude Saint-Hilaire à la tête de l'ATR • Tourisme Montérégie est considéré comme une taxe déguisée. H • L'UPA est défavorable aux petits producteurs • Le vigneron souhaiterait avoir davantage de liberté quant au choix de l'organisme qui le représente face à l'État.
---------------------------------	--	--	---

		pour quelques secteurs. Les grandes cultures. Mais allez voir les agriculteurs qui ont des petites cultures, ils vont tous critiquer l'UPA. J'ai rien contre le syndicat agricole. C'est qu'on pourrait-tu avoir le choix de l'organisme qui me défend ? S'il y avait de la concurrence entre les organismes qui protège les groupes, il y aurait un gain d'efficacité et de productivité. On a appliqué ici la formule Rand, qui est complètement dépassée. [...] » (Verbatim H, 2017).	
	Représentation de l'espace physique	• « AP- Pensez-vous que l'agrotourisme contribue à la qualité de vie des locaux ? A- Les gens disent ça, "il devrait en avoir plus", mais il faut être réaliste. Ici, c'est les grandes cultures qui dominent. Il y a une culture de kiwis, par contre. Dans le village. En plein champ ! C'est sûr que visuellement c'est bon, mais taxer la beauté ça se fait. Déjà ! Ça fait monter	A • L'agrotourisme contribue à l'esthétisme territorial • L'esthétisme territorial qui résulte des exploitations agrotouristiques contribue à l'augmentation de la valeur des terres environnantes.

		les prix » (Verbatim A, 2017). • « Par rapport au regroupement de producteurs, moi je vois plus des regroupements d'une région très précise. Tu sais, la Montérégie c'est quand même grand. Comme les producteurs de Dunham se sont regroupés, mais ils sont un paquet dans un petit espace. Ici, c'est tellement éloigné l'un de l'autre quand même. Quand t'es 10 vignobles à 15 minutes l'un de l'autre, ça va. Mais je ne suis pas sûr si je crois à une route des vins ici. Moi par contre, faire partir un autobus de Montréal et faire deux trois places, ça je suis d'accord. [...] » (Verbatim I, 2017).	I • Le vigneron souhaiterait avoir des regroupements régionaux précis qui permettraient une meilleure identification territoriale, car la Montérégie est une très grande région avec de multiples vignobles qui ont des identités distinctes. • Le vigneron ne croit pas dans le succès du développement d'une route des vins locaux.
--	--	--	---

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ANGEON, V., (2008), « L'explicitation du rôle des relations sociales dans les mécanismes de développement territorial », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, p. 237-250.

ARCHAMBAULT, M. ; J.P. Waaub et H. huard, (2001). « L'apport économique régional de l'agrotourisme. Le cas de Chaudière-Appalaches au Québec », *Téoros*, 20(2), 26-32.

AYDALOT, P., (1984), « Économie régionale et urbaine », *Économica*, Paris, 487 pages.

BAZIN, G., (1993), « Le développement de l'agritourisme en France, Rencontres Internationales de FEZ sur le Développement des zones défavorisées », Paris, *INRA*, 14 pages.

BEAUD, S. et F. Weber, (2010), « Guide de l'enquête de terrain ». 4^e édition augmentée, Paris : *La Découverte*, 335 pages.

BERNIER, J. ; R. C. R. Bryant et I. Ettabaâ, (2012). « Le rôle social de l'agrotourisme : le cas du Québec », *Tourisme et Territoires*, 101-126.

BOIFIN, J., (2007), « Conclusion et perspectives », dans A. Mollard *et al.*, *Territoire et enjeux de développement régional*, Versailles, p. 220-224.

CAMPENHOUDT, L.V. et R. Quivy, (2011), « Manuel de recherche en sciences sociales », 4^e édition, *Dunod*, 260 pages.

DI MÉO, G., (1998), « Géographie sociale et territoires », *Fac Géographie*, Paris, Nathan, 317 pages.

DISEZ, N., (1999), « Agritourisme, logique d'acteurs ou logique de territoires? », *Économies rurales*, p. 40-46.

FORTIN, M.J. et C. Gagnon, (1999), « An assessment of social impacts of national parks on communities in Quebec, Canada », *Environmental Conservation*, p. 200-211.

FOURCADE, M.B., (2012). « Enquêtes et conquêtes de terrain touristique », *Épistémologie des études touristiques*, Presses de l'Université du Québec, p. 53-69.

FOURNIS, Y., (2012), « Le développement territorial entre sociologie des territoires et science régionale : la voix du GRIDEQ », *Armand Colin, Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, p.533-554.

GAGNON, C. ; S. Gagnon ; L.N. Tellier ; K. D'Almeida et M.J. Fortin, (2006), « Territoires et communautés rurales : une complémentarité de méthodes pour l'étude du développement territorial viable de MRC québécoises », *Recherches sociographiques*. 156 pages.

GIORGI, A. P., Giorgi, B.M., (2003), « The descriptive phenomenological method, Qualitatives research in psychology, Expanding perspectives in methodology and design. » *American Psychological Association*. P.243-274.

GROUPE DE CONCERTATION SUR L'AGROTOURISME AU QUÉBEC, (GCAQ), (2001), « Problématique de développement de l'agrotourisme au regard de l'aménagement et de la protection du territoire agricole » Préparé par P.Chalifour ; C. Binet; M. Gonthier; D.Pepin, et M. Thiboutot, 2e édition, mars, 89 pages.

GUILHAUMOU, j., (2012) « Autour du concept d'agentivité », *Rives méditerranéennes*, p.25-41.

HJALAGER, A.M., (1996) « Agricultural diversification into tourism Evidence of a European Community development programme », *Elsevier science*, p.103-111.

JEAN, B., (2008) « Le développement territorial : une discipline émergente », *Sciences du territoire : Perspectives québécoises Québec*, p. 283-314.

KAHN, R., (2010), « La dimension culturelle du développement territorial », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, p. 625-650.

MAMDI, J.F. ; N. Disez et M. Begon, (2001), « Agritourisme et territoires Le cas du Massif central », *Théoros*, p.44-57.

MARCOTTE, P. ; L.Bourdeau et M. Doyon, (2006), « Agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme ? Une analyse comparative », *Téoros*, p. 59-67.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DES PÊCHERIE ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC, (MAPAQ), (2005c) : « Banques de données des entreprises liées à l'agrotourisme-2005 : Statistiques générales et localisations géographiques », *MAPAQ*, 63 pages.

PAILLÉ P. et A. Mucchielli, (2012), « L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales », *Armand Collin*, 3^e édition, 423 pages.

PECQUEUR, B., (2001), « Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés », *Économie rurale*, N°261, 2001. p. 37-49.

PERROUX, F., (1991), « L'économie du XXe siècle », *Presse de l'université de Grenoble*, 764 pages.

RALLET, A., (2007), « Commentaire du texte d'Olivier Crevoisier », *Territoires et enjeux du développement régional*, Versailles, Édition Quae, p. 80.

SCHUTZ, A., (1987), « Le chercheur et le quotidien », *Méridien Klincksiek*, 290 pages.

RÉFÉRENCES EN LIGNE

DEDOOSE, (2017) <<https://www.dedoose.com/>>. [consulté le 13 septembre 2017].

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, (2017) « La Montérégie »
<<http://www.gouv.qc.ca/FR/LeQuebec/Pages/Monteregie.aspx>>. [consulté le 5 mai 2018].

CIRCUIT DU PAYSAN, (2018) <<http://lecircuitdupaysan.com/>>. [consulté le 18 mai 2018].

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DES PÊCHERIE ET DE L'ALIMENTATION
DU QUÉBEC, (MAPAQ), (2017) « La Montérégie »
<<https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Regions/monteregie/lamonteregie/Pages/lamonteregie.aspx>>. [consulté le 3 mai 2018].

TOURISME MONTÉRÉGIE, (2018), <<https://www.tourisme-monteregie.qc.ca/fr/a-propos>>. [consulté le 8 mars 2018].

UNION DES PRODUCTEURS AGRICOLES, (UPA), (2018)
<<https://www.upa.qc.ca/fr/mission/>>, [consulté le 8 mars 2018].