

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LES NOUVEAUX SPORTS ESTIVAUX DANS LE
DÉVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME DE MONTAGNE :
APPLICATION AUX PAYS DU SUD – LE CAS DU MAROC

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

PAR
ANAS MAAROUFI

NOVEMBRE 2016

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

À mes parents à qui je dois beaucoup, mes plus profonds remerciements pour vos prières, votre soutien et vos encouragements...

Après deux ans de recherche, de lecture, de dissertation... après d'obscurs moments mélancoliques confronté au cruel désamour d'une page nivéenne... mais aussi après ces instants inestimables d'effervescence quand m'apparaît l'évidence d'une illumination intellectuelle salvatrice... après tant de hauts... et après tant de bas... voici que je m'apprête à tourner la page sur cette belle et tumultueuse aventure qu'aura été la rédaction de mon mémoire de recherche.

Il serait, cependant, inconvenant de m'attribuer ingratement ce mérite quand mon succès repose en grande partie sur le soutien très estimé de mes parents, professeurs et amis. Je tiens donc à amorcer mon mémoire en prenant le temps d'adresser mes plus sincères remerciements à toutes ces personnes qui ont partagé mon quotidien (rose et moins rose) et soutenu l'ambition de me rendre jusqu'au bout du projet.

Mes premiers remerciements vont vers mon directeur de mémoire, monsieur Alain. A. Grenier, qui a assisté l'envol de ce projet, a supervisé son développement et s'est impliqué consciencieusement dans sa structuration et sa correction. Monsieur Grenier, vos méthodes de corrections et de supervisions sont irréprochables. Elles impliquent une revue intégrale et foncière du texte (dans son fond comme dans sa forme) où vous

prenez le temps et le grand soin d'apporter vos commentaires et vos précieuses suggestions. Cette rigueur et ce souci du détail témoigne de la passion manifeste que vous portez à votre fonction de professeur dans laquelle vous excellez. Cela a été un réel plaisir d'être sous votre direction durant ces deux dernières années. Pour votre bienfaisante implication dans mon projet de recherche, je vous remercie.

Pareillement, je témoigne de toute ma gratitude envers mes parents qui m'ont encouragé à poursuivre mes études de second cycle, et bien qu'à l'autre bout du monde, n'ont cessé de me soutenir psychologiquement et financièrement au cours de ce cursus universitaire. Une pensée amicale et pleine de reconnaissance pour mes très chers cousins et amis Mehdi Maaroufi, Youssef Agoumi et Zineb Fatehi qui ont su se montrer attentifs, empathiques, encourageants et patients durant les moments difficiles, mais qui étaient là aussi pour célébrer avec moi l'atteinte de mes objectifs de rédaction.

Je remercie également tous les intervenants touristiques et sportifs qui, par amour sincère aux disciplines qu'ils régissent, ont contribué à l'avancement de la recherche scientifique sur le développement du tourisme sportif de nature au Maroc.

Les derniers mais non les moindres, j'adresse mes plus profonds remerciements à monsieur Boualem Kadri ex-directeur du programme d'études urbaines et touristiques et à notre formidable agente de gestion madame Chantal Gaboriau pour avoir administré un dossier aussi compliqué que le mien et sans qui, au final, cette fabuleuse immersion dans le monde la recherche n'aurait jamais eu lieu.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	viii
LISTE DES TABLEAUX.....	ix
AVANT-PROPOS	x
RÉSUMÉ.....	xi
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
CONTEXTE DE L'ÉTUDE ET PRÉSENTATION DU TERRAIN DE RECHERCHE.....	5
1.1 La montagne et le tourisme sportif.....	9
1.2 Les nouveaux sports de montagne déconsidérés dans les politiques de développement touristique des pays du Sud.....	13
1.3 Discipline de recherche (survol)	18
1.4 Survol de la méthodologie de recherche	19
1.5 Organisation du mémoire	20
1.6 Présentation de l'étude de cas	22
1.6.1 État des lieux sur les politiques de développement touristique de montagne au Maroc	24
1.6.2 État des lieux sur le développement du tourisme sportif au Maroc	32
CHAPITRE II	
MÉTHODOLOGIE	39
2.1 Pôle épistémologique de la recherche	40
2.1.1 Orientation épistémologique	41
2.1.2 Orientation ontologique	42
2.2 Pôle technique de la recherche.....	43
2.2.1 La méthode de l'analyse de contenu	46

2.2.2	La méthode de l'entretien semi-dirigé	47
2.3	Analyse de la véracité des résultats.....	50
2.3.1	La fiabilité interne et externe de la recherche	50
2.3.2	La validité interne et externe de la recherche.....	52
2.4	L'éthique de la recherche	53
CHAPITRE III		
LES ENJEUX D'UNE POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT		
TOURISTIQUE DES NOUVEAUX SPORTS DE		
NATURE DANS LES PAYS DU SUD.....		
3.1	Les sports californiens : concept et définition.....	61
3.1.1	Les nouveaux sports estivaux de montagne dans le lexique sportif.....	66
3.1.2	Les nouveaux sports estivaux de montagne dans la sphère touristique	68
3.2	Le modèle de développement touristique des pays du Sud : un sectarisme marquant sur le littoral au détriment des arrières pays.....	72
3.2.1	Le tourisme côtier face au paradigme du développement durable : quelles avenues soutenables.....	75
3.2.2	La montagne comme alternative durable au tourisme côtier ?	81
3.2.3	Dimension touristique-historique du développement du sport dans les montagnes occidentales. Les enseignements à retenir	84
3.2.4	L'agencement des nouveaux sports de montagne pour l'harmonisation du triptyque du développement touristique durable des montagnes.....	90
CHAPITRE IV		
RECONNAISSANCE DES NOUVEAUX SPORTS		
ESTIVAUX DE MONTAGNE EN TANT QUE		
PROJET TOURISTIQUE STRUCTURANT		
4.1	Le projet touristique structurant selon l'Agence française de l'Ingénierie touristique	97
4.2	Les enjeux des nouveaux sports estivaux de montagne : quels bénéfices pour les pays du Sud ?	101
4.2.1	Les enjeux économiques	102

4.2.2	Les enjeux socioculturels	104
4.2.3	Les enjeux environnementaux.....	106
4.2.4	Les enjeux territoriaux	107
4.3	Étude de cas : La fonctionnalité du tourisme sportif de nature au Maroc : point de vue des acteurs sportifs et touristiques Marocains	110
4.3.1	La fonction de levier financier	112
4.3.2	La fonction de développement et de diversification économique	113
4.3.3	La fonction de réseau	114
4.3.4	La fonction développement social et culturel	115
4.3.5	La fonction de protection et de préservation de l'environnement.....	117
4.3.6	La fonction tourisme et loisir et la fonction valorisation de l'image.....	120
CHAPITRE V		
IDENTIFICATION ET ANALYSE DES FREINS AU DÉVELOPPEMENT DES NOUVEAUX SPORTS DE NATURE : LE CAS DU MAROC		
5.1	Les obstacles au développement des nouveaux sports au Maroc	126
5.1.1	La non-compétitivité, l'aspect libertaire et l'imaginaire du risque : trois caractéristiques propres aux nouveaux sports de nature à l'origine de leur faible développement	127
5.1.2	Les obstacles subsidiaires au développement des nouveaux sports de nature au Maroc	134
5.2	Les obstacles au développement du tourisme de montagne au Maroc	147
5.3	Les obstacles à la mise en tourisme des nouveaux sports de montagne au Maroc	155
CHAPITRE VI		
SOLUTION POUR LE DÉVELOPPEMENT MAITRISÉ DU TOURISME SPORTIF DE NATURE		
6.1	Structuration de l'offre du tourisme sportif de nature, le cas de la France	163

6.2	Le développement par concertation : un engagement incontournable pour le tourisme durable des nouveaux sports de montagne.....	167
6.3	Le tourisme sportif de nature au Maroc : les séquelles d'une offre touristique et sportive déstructurée	171
6.4	Les impacts socioculturels, économiques et environnementaux des sports de nature au Maroc : perception des intervenants marocains	174
6.5	Le travail en concertation : l'issue revendiquée par l'ensemble des acteurs marocains	177
6.6	Le fondement d'une commission départementale des espaces sites et itinéraires : avenue salubre pour le développement touristique durable des sports de nature au Maroc.....	182
	CONCLUSION	205
	ANNEXE	
	GUIDE D'ENTRETIEN	212
	RÉFÉRENCES.....	219

LISTE DES FIGURES

Figure	Page
1.1 Les huit pays d'accueil touristique du Maroc (vision 2010).....	29
1.2 Les huit territoires touristiques du Maroc (vision 2020).....	31
3.1 Le triptyque du développement durable.....	50
3.2 Les trois catégories du tourisme sportif	69
3.3 Le spectre des activités du tourisme sportif d'action	70
3.4 Le cycle d'évolution des destinations touristiques.....	77
3.5 La pratique du tourisme durable	79
3.6 Schéma synoptique de présentation des nouveaux sports estivaux au cœur du développement touristique durable (création de l'auteur).....	94
4.1 L'interdépendance des fonctions d'un projet touristique	99
4.2 Les enjeux socioculturels des loisirs et du tourisme sportif de nature	105
5.1 Le cercle vicieux du développement du tourisme de montagne et son incidence sur la fuite des investisseurs (conception de l'auteur).....	155
5.2 Engrenage vicieux du développement du tourisme des nouveaux sports de montagnes (création de l'auteur)	158
6.1 Incidences internes et externe de l'implantation d'une CDESI sur le cercle vicieux du développement des nouveaux sports de montagne (création de l'auteur)	192
6.2 Incidences internes et externes de l'implantation d'une CDESI sur le cercle vicieux du développement du tourisme de montagne (création de l'auteur)	196

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
1.1 Activités touristiques vedettes au Maroc	33
2.1 Les méthodes de collecte de données.....	45
2.2 Les quatre questions de base de l'AMDEC	49
3.1 Système d'opposition entre les anciens sports et les nouveaux sports	63
4.1 Enjeux et fonctions structurantes de la mise en tourisme des sports de nature (complication de l'auteur)	109

AVANT-PROPOS

En 2011, la réalisation d'un plan d'affaire pour une entreprise hôtelière familiale implantée dans la région de Tadla-Azilal amène l'auteur à comparer l'offre touristique de la montagne marocaine à celle de l'Ardèche en France. Aux limites de cet exercice, l'auteur s'aperçoit des disparités flagrantes qui existent entre la mise en tourisme des montagnes marocaines (limitée à un portefeuille de produits touristiques classiques très restreint) et celle du tourisme de montagne en France qui connaît une croissance notable en grande partie grâce aux nouvelles activités ludosportives de plein air. Se rendant compte du manque à gagner, l'auteur s'interroge sur ce qui endigue la volonté du gouvernement marocain à se positionner comme une destination touristique de sport de plein air quand ce pays a les atouts climatiques et topographiques nécessaires pour exceller dans ce domaine. Au demeurant, les efforts promotionnels touristiques du royaume du Maroc restent majoritairement axés sur les produits balnéaires et culturels qui arrivent à saturation. L'ambition d'entreprendre la réalisation d'un projet de mémoire pour étudier ces phénomènes vient de là.

Animé par un désir de proposer une solution pour le redressement socioéconomique des régions montagneuses du Maroc et du reste des pays du Sud et sans forcément être un grand adepte des sports de plein air, l'auteur fait usage des outils de la gestion de projet comme champs d'étude pour analyser et solutionner une problématique spécifique au domaine du tourisme. Le principal défi de cette recherche a été de s'initier au monde des sports de plein air, de prouver que leur mise en tourisme peut efficacement contribuer à l'accroissement des recettes et des arrivées touristiques et de présenter une solution de développement qui permettrait aux pays du Sud de

rattraper activement et durablement leur retard par rapport au modèle touristicosportif occidental.

À cet égard, la pertinence de la présente étude est double. Sur le plan scientifique, cette contribution permet d'élargir les connaissances sur le thème du développement touristique des sports dans les pays du Sud encore à ce jour très peu abordé dans la littérature. Le mémoire suggère en conclusion plusieurs pistes qui peuvent, à cet effet, faire l'objet d'études subséquentes. Au niveau pratique, l'étude propose aux gouvernements des pays du Sud une solution moderne et durable, en phase avec la culture contemporaine du loisir, apte à diversifier leur portefeuille de produits touristiques et à ventiler les flux des touristes sur l'ensemble du territoire, notamment dans les arrières pays où le manque d'initiatives de développement se fait le plus ressentir.

RÉSUMÉ

À travers le cas représentatif du Maroc, ce mémoire propose d'apporter une diversification au produit balnéaire dominant dans le marché touristique des pays émergents et de rajeunir leur image grâce à l'exploitation des représentations dynamiques et valorisantes évoquées par les nouveaux loisirs sportifs de montagne. Le recours au créneau touristique des sports estivaux de nature se justifie à la fois en tant qu'alternative durable au tourisme balnéaire et en tant que projet touristique structurant. L'étude identifie les obstacles que pourraient rencontrer les pays du Sud dans le développement des sports de montagne et inclut dans la dynamique de mise en tourisme de ce créneau ludosportif les solutions conformes au contournement de ces aléas.

La région d'Azilal nichée au cœur du Haut Atlas central, au Maroc, constitue le cas d'étude. Cette province accuse, pour l'horizon 2020, une cinquantaine de projets touristiques. Or, la mise en tourisme des nouveaux sports de montagne (rafting, canyoning, parapente, base jumping, etc.) ne fait pas partie du projet de développement de ce pays. Cet état des choses fait de la région d'Azilal un cas démonstratif pour comprendre ce qui alentit la volonté des décideurs des pays du Sud à considérer les nouveaux sports de plein air dans leurs politiques de développement touristique.

L'atteinte des livrables du mémoire est envisageable à travers l'utilisation d'une méthodologie de recherche qualitative découlant d'une approche inductive. Au regard de cette approche, deux techniques de collecte de données ont été retenues à savoir : l'entretien semi-directif (avec un guide d'entretien réalisé auprès d'une douzaine

d'intervenants issus des fédérations, des ministères, des associations et d'agences sportives et touristiques) et l'analyse documentaire (grâce à laquelle il a été possible d'élargir les connaissances sur le phénomène étudié et d'accompagner, dans une logique de complémentarité, les résultats obtenus de la première méthode).

Au gré de cette dynamique de recherche, l'étude démontre que le potentiel structurant des nouveaux sports de montagne peut se juger méritoire à l'issue de l'analyse fonctionnelle – une technique d'évaluation (propre à la discipline de gestion de projet), qui éprouve ce créneau touristicosportif aux sept fonctions principales sollicitées par l'état à l'égard d'un projet touristique. Par ailleurs, l'étude des freins de développement a révélé que le tourisme sportif de montagne au Maroc est confronté à des obstacles inhérents aux deux domaines qui le constituent (le sport et le tourisme). L'analyse combinée de ces obstacles de développement se conclut sur le fait qu'il est difficile de mettre en tourisme une activité qui ne connaît pas de codage social et symbolique au sein des mœurs sportives nationales et qui, par surcroît, n'a pas encore atteint le stade de maturité professionnelle requis pour amorcer sa commercialisation. En guise de solution, l'étude propose de calquer le modèle français des Commissions Départementales des Espaces, Sites et Itinéraires (CDESI), ce dispositif ayant déjà pleinement fait ses preuves dans l'essor des loisirs de plein air en France et dans leur mise en tourisme durable.

Mots clés : tourisme de montagne, tourisme sportif de nature, gestion de projet touristique, tourisme durable

INTRODUCTION

Les territoires littoraux de certains pays en voie de développement connaissent une concentration massive de l'offre touristique balnéaire. Pour combler leurs déficiences économiques, ces gouvernements ont recours à des stratégies de développement quantitatives attisées par le besoin d'accroître rapidement le nombre d'arrivée et leurs recettes touristiques (Hillali, 2003 : 74). Au début des années 1960, les politiques touristiques s'efforcent à répondre aux besoins d'une clientèle occidentale indifférente envers les curiosités socioculturelles des pays du Sud, mais qui porte, en revanche, beaucoup d'intérêt aux paysages et aux pratiques récréatives balnéaires (Duhamel et Violier, 2009 :17 ; Hillali, 2003 : 74). Aujourd'hui, le littoral se confronte toujours à un phénomène de surfréquentation touristique répréhensible, entre autres, pour la détérioration des estuaires, des plages et des récifs de corail (Weaver, 1998 :62). Ainsi, le bord de mer très achalandé arrive à saturation et à ce stade, les destinations se doivent de repenser leurs politiques de développement en prévision de raffermir leur attractivité touristique (Butler, 1980). La mise en tourisme de projets alternatifs ailleurs que dans le littoral s'avère être une initiative accordée pour remédier au phénomène de saturation des espaces littoraux (Krakimel, 2003 : 77 et Weaver, 1998 :64). Parmi les régions où peuvent se développer des formes alternatives de voyage, la montagne se compte comme un territoire susceptible d'apporter sa part de rétribution dans l'économie touristique de ces pays. De part ses nombreuses richesses naturelles et socioculturelles, la montagne dispose, en effet, d'un potentiel prononcé la prédestinant à occuper une place importante sur l'échiquier du marché touristique (Debarbieux, 1995 : 5). Par ailleurs, dans plusieurs pays émergents, les zones montagnardes, enclavées, restent à l'écart des politiques de

structuration des territoires et sont, aux limites de ces conjonctures, quémanteuses de toutes nouvelles initiatives de développement lucratives (Boujrouf, 2003).

À ce titre, ce mémoire propose la mise en tourisme des nouveaux sports estivaux de plein air comme outil de stimulation socioéconomique des montagnes. Le rafting, le canyoning, le parapente, le base jumping, etc. se sont manifestés comme un fer de lance saillant dans la dynamisation et le rajeunissement des monts occidentaux au début des années 1990 (Bourdeau, 1995). La présente recherche part de l'hypothèse selon laquelle ces nouveaux sports de plein air ont le potentiel de ventiler durablement les flux touristiques tout en participant au redressement économique et social des arrières pays (la montagne notamment) très souvent marginalisés au tiers monde. En amont, l'auteur dresse un état des lieux de la situation touristique des pays du Sud, introduit le concept des nouveaux sports de nature et justifie leur convenance en tant que produit touristique alternatif durable et en tant que projet de développement structurant. En second plan, l'étude s'interroge sur les raisons qui freinent, aujourd'hui encore, l'expansion de ce créneau touristique dans les pays du Sud, ces derniers ayant pourtant les conditions climatiques et topographiques idéales pour exceller dans ce domaine. Au final, le mémoire propose un modèle de développement grâce auquel les pays émergents pourront développer rapidement et durablement le tourisme de sports de nature sans reproduire les mêmes erreurs commises en Occident.

La région d'Azilal située au cœur de la chaîne montagneuse atlasique du Maroc est retenue comme cas d'étude. Le tourisme marocain se concentre essentiellement sur le produit balnéaire et culturel sans allouer au créneau touristicosportif de nature le mérite qui lui revient au sein du portefeuille de produits touristiques phares. Cette offre qui s'apparente avec celle de la majorité des pays du Sud fait du Maroc un cas représentatif pour la conduite de cette recherche. De plus, la feuille de route des stratégies marocaines de développement touristique de la province d'Azilal prévoit le

démarchage d'une cinquantaine de projets pour l'horizon 2020 d'où s'exclut la mise en tourisme des nouveaux sports de plein air. Dans ce sens, cette région montagnarde se veut être un exemple démonstratif pour comprendre pourquoi donne-t-on la priorité aux créneaux touristiques classiques au détriment des nouveaux sports de plein air pourtant plus en vogue dans la culture contemporaine du sport et du loisir.

La compréhension de ce phénomène (très peu abordé dans la littérature) implique l'adoption d'une approche de recherche inductive par laquelle il deviendra possible d'articuler des hypothèses et de proposer de nouvelles théories. L'atteinte des livrables escomptés dans le cadre du mémoire repose sur des techniques de collectes de données propres à une méthodologie de recherche qualitative. Dans les règles de l'art de l'entrevue semi-dirigée, une douzaine de participants issus des écoles, des fédérations, des ministères et d'agences privées se sont engagés à répondre aux questions ouvertes du guide d'entretien élaboré aux fins de ce mémoire. La technique de l'analyse de contenu a été retenue pour son efficacité à confirmer et à compléter les résultats obtenus de la première méthode.

Faute de temps et ne pouvant outrepasser les dimensions tolérables à l'envergure d'un mémoire de recherche, la présente étude se limite à étudier les nouveaux sports de nature de façon générale sans faire l'analyse, cas par cas, des différentes disciplines sportives étudiées. Le faire aurait permis de déceler d'autres freins de développement spécifiques à chaque pratique sportive et de proposer une solution qui leur est singulière. Pour les mêmes raisons, cette recherche qui recense les obstacles de développement, traite ces derniers de façon superficielle sans trop détailler sur leur constitutif. Autrement, chaque frein de développement touristique des sports de nature dans les pays du Sud peut faire l'objet d'un chapitre à part entière et être mieux examiné grâce aux outils des disciplines scientifiques qui correspondent à leur nature. La dernière limite de ce mémoire se rapporte à la complexion délicate de l'étude de cas qui peut difficilement être généralisable. La reconsidération de ses limites mène

vers de nouvelles pistes de recherche et des études subséquentes qui contribueraient à un élargissement des connaissances sur le phénomène de développement touristique des sports de nature dans les pays du Sud.

CHAPITRE I

CONTEXTE DE L'ÉTUDE ET PRÉSENTATION DU TERRAIN DE RECHERCHE

Véritable moteur de croissance et de développement, l'industrie touristique fait parade de ses multiples virtuosités appréciées, à l'échelle mondiale, pour leurs retombées évidentes sur le plan économique et social (Vellas, 1997 : 5). Au cours des six dernières décennies, le tourisme a supporté des phases de changement et de diversification qui lui font valoir, aujourd'hui, une place éminente parmi les secteurs économiques mondiaux les plus considérables et les plus dynamiques (OMT, 2013 : 2). Pour soutenir ces assertions, Vellas (2011 : 12) exalte, avec discernement, l'importante contribution du tourisme international à la relance du commerce et de l'économie mondiale au moment où la crise économique plongeait les perspectives de croissance et de développement de l'ensemble des pays du monde dans l'incertitude. De façon très lyrique, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT, 2014 : 2) dépeint le tourisme comme « un instrument capital du progrès socioéconomique de par ses retombées sous forme de recettes d'exportation, de création d'emplois et d'entreprises et de développement des infrastructures ». Les constatations pas moins élogieuses évoquées par l'Organisation internationale du travail (OIT, 2011 : 3) décrivent le tourisme comme une source appréciable de développement et de création d'emplois. À cet effet, l'OIT (2011 : 3) approuve les besoins considérables en main-d'œuvre que sollicite âprement cette industrie particulièrement auprès des minorités visibles et des personnes ayant un accès restreint au marché du travail pour ainsi dire les jeunes, les populations rurales et les femmes. En quelques chiffres, l'industrie réalise plus de

1.300 milliards de dollars en termes d'exportation soit 6 % des exportations mondiales, sa contribution au PIB mondial s'élève à 9 % et on estime qu'un emploi sur onze est imputable à une entreprise du secteur touristique (OMT, 2014 : 2). Selon Vellas (2011 : 6) l'industrie du tourisme, approchant les 30 % des échanges internationaux des services, comparait devant la scène internationale comme un élément constitutif majeur de l'économie de la servuction.

Pour toutes ces raisons, les pays en voie de développement perçoivent l'industrie florissante du tourisme comme un instrument important d'aménagement et de développement national permettant de valoriser les territoires, le patrimoine culturel ainsi que le bien-être des populations. Bien entendu, si ce secteur est si prisé par les stratégestes gouvernementaux des pays du Sud et fait l'objet de plusieurs assises, de discussions et de laborieuses planifications à court, moyen et long terme, c'est particulièrement pour tirer profit de ses retombées économiques et de sa capacité à créer des emplois, à générer des revenus et à stimuler les activités commerciales et entrepreneuriales (Weaver, 1998 : 63).

Bien que créateur de richesse, le tourisme génère aussi sa part d'externalités négatives. Une évocation moins élogieuse de cette industrie met en exergue les impacts négatifs environnementaux, socioculturels et économiques que le tourisme occasionne sur la destination et sur les populations hôtes (Debarbieux, 1995). À titre d'exemple, le secteur touristique peut être répréhensible, dans bien des cas, de déséquilibres sociaux et territoriaux quand on favorise le développement d'une région à fort potentiel touristique au détriment d'une autre ou bien de déséquilibres environnementaux quand le tourisme de masse est responsable de la détérioration des milieux naturels et des sites patrimoniaux (Piquemal, 2010 : 8).

Tel est d'ailleurs le cas des territoires littoraux de certains pays en voie de développement où se concentre massivement une offre touristique balnéaire. Cette

offre tente manifestement de répondre à une demande occidentale pour qui le bord de mer constitue un espace de vacances privilégié et qui accorde une valeur foncière aux paysages et aux pratiques mises en œuvre dans cet espace (Duhamel et Violier, 2009 : 17). À juste preuve, pour les Caraïbes comme pour les pays sub-méditerranéens, le littoral occupe une place de choix dans la représentation de la destination dans les campagnes de promotion. Par conséquent, un tel engouement pour le territoire balnéaire prédispose le bord de mer à une surfréquentation touristique instigatrice de la détérioration des estuaires, des plages et des récifs de corail de ces pays émergents (Weaver, 1998 : 62).

Le recours au développement d'une forme de tourisme alternatif s'avère être une mesure appropriée pour remédier à ce phénomène de surfréquentation des espaces littoraux (Krakimel, 2003 : 77 ; Weaver, 1998 : 64). À cet effet, par riposte au tourisme de masse, plusieurs formes diffuses de voyages qui favorisent la découverte de milieux naturels se développent dans les arrières pays, bien en dehors des sentiers battus (Mouloud et Belattaf, 2010 : 11). Les activités touristiques dans ces endroits reculés se présentent aussi comme une occasion pour stimuler la croissance économique et pour combattre la pauvreté dans les communautés issues de ces territoires souvent marginalisés (Godde et *al.*, 2000 : 11). Mais, en deçà des apports environnementaux et sociétaux que veut bien ménager l'adoption d'une telle mesure, il faut bien souscrire que les intervenants touristiques voient surtout dans cette stratégie de diversification l'opportunité distinguée pour mettre en avant toutes les potentialités de leurs territoires de façon à élargir leur marché et pour y conforter leur positionnement.

Le tourisme de niche se positionne dans les politiques et les stratégies touristiques comme une opposition ou une alternative au tourisme de masse (Ali-Knight, 2011 : 36). Il se diffuse sur de petites échelles et met en avant les agréments d'un service personnalisé autant apprécié par les touristes que par les communautés

d'accueil (Ali-Knight, 2011 : 36). Il fait figure, en ce sens, d'un précieux outil de repositionnement de destinations quand celles-ci atteignent le stade de réinvention ou de rajeunissement. En ouvrant les voies sur la possibilité de développer simultanément une multitude de créneaux touristiques novateurs et originaux, le tourisme de niche est aussi usité comme instrument de diversification des gammes de produits touristiques et permet, de la sorte, de conquérir de nouveaux marchés émergents et de construire une base clientéliste plus large et plus variée (Ali-Knight, 2011 :38).

Les destinations européennes qui ont atteint leur maturité en termes de tourisme réalisent les avantages de diversifier leur portefeuille de produit touristique par le biais de l'innovation. Cette alternative propose aux destinations, en effet, de saisir l'opportunité de tirer profit des ressources culturelles, gastronomiques et environnementales disponibles sur leurs territoires. Pour ces nombreuses destinations matures et dont le tourisme traditionnel souffre d'une concurrence intense, la différenciation et la revitalisation des stratégies visant à relancer et prolonger le cycle de vie de leur industrie touristique se sont avérées être des options fructueuses (Ali-Knight, 2011 :34).

C'est dans cette ambition de développement de nouveaux créneaux touristiques diffus que les gestionnaires du tourisme de certains pays en voie de développement (les Caraïbes, la Jordanie, la Syrie et le Maroc) se tournent vers d'autres milieux dans une volonté de diversifier leur offre encore dominée aujourd'hui par le produit balnéaire (Hammoudi, 2008 :10). En tout état de cause, parmi ces milieux qui sont amenés à être développés, la montagne riche de par sa diversité culturelle et biodiversité peut se prodiguer comme un réceptacle idéal pour le développement des niches touristiques diffuses.

1.1 La montagne et le tourisme sportif

En termes d'attractivité, les régions montagnardes bénéficient, aujourd'hui, d'un potentiel prononcé les prédestinant à occuper une place importante sur l'échiquier du marché touristique. D'emblée, par son contraste topographique, la montagne se distingue, assurément, des autres régions grâce à l'altérité de ses formes géographiques et physiologiques (Debarbieux, 2001 : 2). L'étrangeté de ses versants lance une invitation à la découverte et à l'exploration par la contemplation, par la connaissance et par la pratique. Les régions d'altitudes tirent aussi avantage de la qualité de leur climat, de leur environnement paisible et de la richesse de leur patrimoine naturel réputé pour l'opulence de ses espèces et de ses écosystèmes variés (Godde et *al.*, 2000 :3). De surcroît à ses apports topographiques et naturels, les montagnes ont la préemption d'être domiciliées par la plus large proportion de groupe ethnique de monde faisant d'elles un réceptacle de culture et un refuge pour les valeurs et des styles de vie traditionnels et ancestraux (Godde *et al.*, 2000 : 3).

À ce propos, la littérature sur le tourisme de montagne en Occident détaille en profondeur ce phénomène touristique vieux de deux siècles. L'intérêt des Occidentaux vis-à-vis des destinations montagneuses s'est manifesté simultanément avec celui des espaces balnéaires et fait de la montagne aujourd'hui une des principales destinations de vacances (Debarbieux, 1995 : 5 ; Godde et *al.*, 2000 : 5). La mise en tourisme des montagnes et l'économie touristique qui en découle se sont instituées au XVIII^e siècle pendant la période romantique (Antoine et Milian, 2011 : 192). C'est, en effet, sous l'égide du romantisme que l'Occident a porté son attention aux montagnes et aux activités montagnardes. Le tourisme de montagne s'articulait autour des pratiques contemplatives (valeur esthétique et qualité du paysage), des pratiques thérapeutiques (vertus bénéfiques de l'air et eaux montagnardes) et des pratiques naturalistes et ethnographiques adoptées seulement par une élite intellectuelle.

Toutefois, c'est la demande pour les sports qui a été la principale locomotive de la fréquentation touristique des monts européens (Debarbieux, 1995 : 20). À cet effet, bien que la participation sportive aille, usuellement, à l'encontre de la contemplation et de la consommation touristique, la prestance socioéconomique et culturelle associée aux activités ludosportives en montagne fait en sorte que ces pratiques s'assimilent, de manière propice, au champ touristique (Bourdeau, 1995 : 64). À la croisée du sport et du voyage, le tourisme sportif constitue « un ensemble de productions originales qui rendent compte de décalages avec les pratiques habituelles du tourisme et du sport, mais également d'un métissage des activités sportives et touristiques », explique Pigeassou (2004 : 36). De façon générale, le tourisme sportif reste un concept relativement nouveau, le phénomène ne s'étant profilé qu'à la fin du XX^e siècle (Sobry, 2004 : 13 ; Massiera, 2003 : 12). Sous l'apanage de cette abstraction, le sport se façonne comme une marchandise et réussit à se fondre insensiblement dans la sphère touristique (Massiera, 2003 : 5). De ce phénomène touristique issu de l'alliance des marchés du tourisme et du sport se proposent plusieurs formes de déplacement et de voyage à vocation touristico-sportive. Dans ce sens, Bouhaouala et Bouchet (2009 : 5) annotent le poids significatif des secteurs touristique et sportif autant sur la dimension économique et politique que sur la dimension sociale. En effet, le développement du tourisme sportif peut, entre autres, servir, dans une optique politique, comme levier de développement et d'aménagement territorial, s'occasionner comme outil d'intégration et d'éducation citoyenne dans une perspective sociale ou encore se présenter, dans un cadre économique, comme secteur entrepreneurial opportun (Bouhaouala et Bouchet, 2009 : 6).

Les activités sportives en montagne, où le cadre naturel se dispose parfois comme support, parfois comme partenaire, arborent un corpus de terminologie scientifique très varié (Fontugne, 2004 : 16 ; Langenbach, 2013 : 38) tel que les activités physiques sportives de pleine nature (APPN), les activités de pleine nature (APN), les

sports de nature ou encore, les sports californiens, les sports extrêmes ou les pratiques « outdoor ».

Génériquement, « [l]a notion de sport de nature recouvre un ensemble d'activités de loisirs ayant pour cadre le milieu naturel le moins aménagé possible, univers que l'on qualifie souvent de pleine nature », indique Fontugne (2004 : 16). En région montagnarde, la motivation sportive s'est caractérisée par l'apparition de l'alpinisme et du ski à la fin du XVII^e siècle. Ces activités prennent leur plein essor durant la période entre deux guerres (Gazier, 1949 : 10). Plus tard, à partir des années 1980, la dynamique de leur évolution est contrecarrée par la crise de croissance des sports d'hiver (Bourdeau, 1991 : 64). Bourdeau (1998 : 252) tente d'expliquer ce phénomène de régression par une réticence des pratiquants par rapport aux activités hivernales qui nécessitent des investissements lourds en termes de déplacement, d'approches et de connaissance du milieu. Dienot et Theiller (1999 : 18) justifient plutôt cette baisse de fréquentation par un changement de valeur des pratiquants vis-à-vis des sports où leur engouement s'oriente davantage vers un désir de différenciation, de singularité et de sensations fortes apprécié en dehors de foules et des sentiers battus.

Dès lors, les nouvelles activités ludiques de montagne (deltaplane, parapente, rafting et canyoning, etc.) se sont manifestées, en Occident, comme un potentiel de développement complémentaire susceptible de suppléer aux aléas de la crise du tourisme montagnard de station. En même temps, ces nouveaux sports ont contribué à rajeunir l'image du tourisme de montagne d'été en se supplantant aux activités dites traditionnelles telles que le tennis, le golf d'altitude, l'alpinisme et la randonnée (Bourdeau, 1991 : 65). À ce sujet, Pociello (1981, cité dans Dienot et Theiller, 1999 : 16) intitule les nouvelles pratiques sportives de montagne « sports californiens » par opposition aux activités physiques plus traditionnelles qu'il appelle « sports anglo-saxons ». Pour sa part, Fontugne (2004 : 19) note que l'offre

touristique des pratiques sportives de nature, pourtant ancienne, devient depuis les années 1980 très en vogue et connaît une véritable progression fondée, entre autres, sur la valorisation de la notoriété touristique et l'émersion d'une typologie touristique consacrée aux sports de nature. Ainsi, c'est au double prix de la diversification des pratiques et du renversement d'image qui s'y appose, que ce nouveau tourisme récréatif a su redonné à la montagne d'été des pays occidentaux une valeur touristique et une crédibilité fiable qui lui valent, aujourd'hui, son statut notoire dans le marché de l'industrie du voyage (Bourdeau, 1991 : 65 ; Debarbieux, 1995 : 5 ; Godde *et al.*, 2000 : 3).

Les nouveaux loisirs estivaux de montagne présentent l'avantage d'être sur les rangs d'un tourisme relativement durable (Le Guen, 2001 : 23 ; Bourdeau, 1995). Selon Bourdeau (1991 : 64), le tourisme montagnard estival, uniment appelé tourisme extensif (Le Guen, 2001 : 23), se singularise par sa nature diffuse, c'est-à-dire qui se pratique à petite échelle, généralement en dehors des stations et des villages, et qui se détache des circuits marchands. Différemment, le tourisme hivernal, tourisme de masse de stations ou tourisme intensif, est plus enclin à mettre en jeu d'importants flux économiques associés aux investissements immobiliers, à une demande d'aménagement en remontées mécaniques, et à la création d'emploi (Bourdeau, 1991 : 64). Sur ces entrefaites, les sports californiens s'approprient une image positive faisant de ces activités une forme alternative aux phénomènes de saturation et aux répercussions négatives du tourisme de masse propre aux stations sur le patrimoine naturel et culturel des montagnes (Bourdeau, 1995 : 73). De cette manière, « le tourisme diffus peut alors se présenter comme un tourisme écologiquement et socialement supportable, s'inscrivant souvent comme un parti pris d'aménagement du territoire », conclut Bourdeau (1995 : 73). Bien que les sports californiens aient fait leurs preuves dans le redressement durable du tourisme de montagnes en Occident, les décideurs politiques des pays émergents n'octroient que très peu de crédit pour

ces nouvelles activités de plein air dans le cadre des politiques de développement touristique.

1.2 Les nouveaux sports de montagne déconsidérés dans les politiques de développement touristique des pays du Sud

Malgré la popularité affichée dans les pays du Nord, le tourisme sportif de montagne ne semble pas en voie d'atteindre les pays en développement du Sud dont les stratégies touristiques gouvernementales – à titre d'exemple la vision stratégique 3+1 de la république tunisienne, la vision stratégique 2020 du développement touristique du royaume du Maroc – semblent encore démontrer beaucoup de scepticisme quant à la convenance d'un aménagement touristique sportif en montagne. Le discours promotionnel sur l'offre touristique en montagne promeut, principalement, en termes d'expérience culturelle, une immersion authentique dans les coutumes des populations d'accueil. L'offre récréotouristique, pour sa part, reste bornée à de simples activités traditionnalistes telles que la randonnée, le trekking ou l'escalade. L'offre touristique des sports californiens est tout de même existante, celle-ci étant proposée par de petites agences de voyages indépendantes ou exercée de façon libertine et libertaire dans un espace non marchand. Pourtant, beaucoup de ces sports de nature s'inscrivent, en Occident, dans une forte marchandisation et soulèvent, aujourd'hui, des enjeux substantiels pour les entreprises au niveau économique, pour les régions sur le plan territorial et pour les fédérations dans un cadre institutionnel (Corneloup, 2005 : 55). Les pays en développement auraient alors tout intérêt à mettre en marché cette forme de tourisme afin d'offrir aux entreprises déjà existantes un cadre structurel conditionné pour bonifier l'offre du tourisme sportif en montagne. En échange, ces pays peuvent tirer profit, entre autres, des taxes communales et des redevances pour les activités organisées dans ce territoire.

Il n'y a aucun constat formel dans la littérature qui explique le manque d'initiatives des pays en développement à considérer la mise en marché et la promotion des sports californiens dans le cadre de leurs stratégies touristiques. Il est possible toutefois d'aspirer à quelques présomptions qui expliqueraient, de manière hypothétique, la posture interrogative des intervenants touristiques face au tourisme sportif de nature en montagne.

D'une part, Antoine et Milian (2011 : 192) énoncent que le tourisme de montagne en Occident est un phénomène vieux de deux siècles, alors que l'enthousiasme pour la découverte des régions d'altitude, importé justement par la culture occidentale, ne s'est manifesté au tiers monde qu'au XX^e siècle durant la période coloniale. D'autre part, comme l'explique Boujrout (1996 : 41) en évoquant l'exemple du Maroc, les pratiques sportives de montagne ne sont pas un fait culturel national, la demande pour ces activités étant majoritairement occidentale. De ces constats, l'absence de mise en place de stratégie de développement de projet des sports californiens pourrait s'expliquer par un manque d'intérêt culturel doublé d'un manque d'expérience dans le domaine d'aménagement du territoire à des fins touristico-sportives. Aussi, comme le concept du tourisme sportif, de façon générale, est relativement jeune (Sobry, 2004 : 13) et qu'il en est de même pour l'apparition du marché des nouveaux sports de montagne (Bourdeau, 1991 : 65), les intervenants touristiques de pays émergents seraient peut-être plus enclins à investir dans des formes de tourisme plus établies et donc plus populaires et, à leur sens, économiquement plus prometteuses telles que le tourisme balnéaire ou le tourisme culturel. Une autre hypothèse s'articule autour de l'ambition des pays en développement à maximiser leur recette touristique (Belattaf et Mouloud, 2010 : 2) qui les inciterait, dans ce sens, à favoriser le développement d'un tourisme de masse au détriment du tourisme sportif de montagne qui se classe comme une niche touristique.

Au moment où le paradigme du développement durable ne cesse de prendre de l'ampleur, la considération de la durabilité dans la mise en projet des sports de montagne dans les pays en développement s'inscrit comme une réflexion circonspecte et recueillie. Le modèle de développement durable, tel que figuré par Jacob et Sadler (1990), exhale un mode de croissance pouvant assurer, de façon équilibrée, les interactions entre le maintien de la paix sociale, la compétitivité et le progrès économique et la préservation des bases environnementales. Allant de pair avec les principes de cette réfraction, l'OMT (2002, citée dans Sarlet, 2008 : 19) exhorte les pays en développement, depuis la tenue du sommet mondial du développement durable à Johannesburg, à promouvoir le tourisme comme une apposition au développement durable. Découlant de cette dialectique, l'OMT (2005 : 24) définit le tourisme durable comme un « [t]ourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities ». Ainsi, à l'heure du développement durable et des résolutions stratégiques responsables, il est judicieux de considérer le modèle occidental de développement du tourisme de montagne pour en tirer, en amont, des enseignements sur les impacts et les enjeux sociaux, économiques, environnementaux et territoriaux que pourra arrimer la mise en œuvre du développement de l'activité touristique dans ces espaces fragiles.

En effet, on s'aperçoit, de plus en plus, que la diversification des pratiques sportives en montagne, même diffuse, finit par faire pression sur le milieu en proliférant, de manière abusive, des itinéraires et des sites de pratique (Bourdeau, 1998 : 254). Dans cette même veine, au niveau social, le tourisme de montagne, dans toutes ses formes, est aussi qualifié d'agent perturbateur dans les communautés traditionnelles montagnardes en raison de l'acculturation et de la modernisation des communautés d'accueil provoquées par le contact avec les touristes (Boujrouf, 2003 : 2).

Ainsi, dans une logique pragmatique, les montagnes de certains pays en développement, qui présentent l'avantage de ne pas encore été assujetties aux affluences d'un tourisme commercialisé, peuvent être directement développées sur les voies raisonnables du paradigme du développement durable.

À la lumière des faits présentés ci-avant, l'intérêt à prévoir la mise en tourisme de nouveaux sports dans le territoire montagnard des pays en développement devient défendable. D'une part, l'exploitation touristique de la ressource montagne permettrait de tirer profit des potentialités d'un territoire habituellement marginalisé, mais pourtant reconnu pour la richesse de son patrimoine naturel et culturel. Par surcroît, le développement du tourisme en montagne est une bonne opportunité pour rétablir l'équilibre touristique territorial dans les pays en développement où les efforts de mise en tourisme actuels s'orientent généralement vers l'aménagement du territoire littoral. Dans ce sens, l'engagement des pays en développement à stimuler le tourisme dans les régions de montagne leur permettra d'accroître leur part de marché et récupérer une nouvelle clientèle touristique de plus en plus exaltée par le plein air et par les activités qui s'y livrent. Dans cette même lignée, l'industrie touristique peut fortifier l'intérêt à développer les économies locales qui, habituellement en zones de montagne, sont plus défavorisées par rapport aux autres territoires (Godde et *al.*, 2000 : 11). D'autre part, le développement des nouvelles activités sportives estivales amènera ces pays à diversifier leur produit touristique et à se positionner sur le marché touristique-sportif de nature qui est en plein essor (Bourdeau, 1998). De plus, dans les circonstances actuelles, les activités sportives estivales, en montagne, représentent un secteur congruent aux préoccupations environnementales et sociétales puisqu'elles se présentent comme une forme de tourisme extensif et font donc appel à une forme de développement touristique écologiquement supportable et socialement équitable. En dernier lieu, les pays en développement seront en mesure de s'enligner adéquatement avec les tendances de la culture sportive contemporaine et de rajeunir

leur image grâce à l'exploitation des représentations dynamiques et valorisantes évoquées par les nouveaux loisirs sportifs de montagne.

Cependant, plusieurs obstacles peuvent se manifester entre le projet et sa réalisation. Ces contrariétés peuvent être d'ordre budgétaire, technologique, social, économique, environnemental, technique, humain ou juridique. Ces aléas seraient susceptibles de contrecarrer le bon déploiement de cette ambition, car manifestement, l'impuissance des pays émergents à maîtriser ou à contourner ces difficultés pourrait s'afficher comme un frein à cette tentative d'intégration du tourisme sportif dans les montagnes du tiers monde. Il sera ainsi pertinent d'identifier, en amont, les obstacles que pourraient rencontrer ces pays dans l'incorporation des sports de montagne et d'inclure dans la dynamique du plan de développement de ce créneau touristique les solutions conformes au contournement de ces aléas. Par surcroît, en tenant compte des erreurs des pays industrialisés en termes de durabilité du tourisme de montagne, le défi prééminent pour l'intégration des sports estivaux sera de positionner consciencieusement cette forme de tourisme par rapport aux situations très complexes (environnementales, sociétales, économique et territoriales) qui se produisent dans les territoires montagnards et dans les communautés d'accueil.

C'est dans ce contexte que cette étude propose un modèle pour diversifier l'offre touristique des pays émergents, à partir du cas marocain, grâce au développement des nouveaux sports estivaux de montagne.

Pour ce faire cette étude :

- (a) Clarifie le concept des nouveaux sports dans le lexique touristique et sportif et détermine leur légitimité en tant que solution durable pour les pays émergents.

- (b) Démontre que ces nouvelles activités sportives ont les attributs requis pour se qualifier comme projet touristique structurant.
- (c) Identifie et catalogue, les obstacles à la domestication des nouvelles pratiques sportives de montagne dans les pays en développement.
- (d) Étudie les disparités qui existent entre la structuration de l'offre des pays Nord et du Sud pour proposer une solution, rapide et durable, du développement touristique des sports californiens dans les pays en développement.

1.3 Discipline de recherche (survol)

La présente recherche s'inscrit dans la discipline de gestion de projet. Le substrat de cette discipline s'incline, essentiellement, sur la question du changement, de l'innovation, de l'incertitude et de la résolution de problèmes liés à la novation. À ce titre, l'objet fondamental de l'arrivée des sports californiens comme produit touristique dans les pays en développement s'inscrit, en effet, comme une manœuvre de diversification novatrice recommandée, d'un côté, pour pallier aux phénomènes de saturation des milieux littoraux et de l'autre, pour agrémenter l'offre touristique et accroître les parts de marchés. On parle de diversification de produit quand l'entreprise « développe son activité grâce à la vente de nouveaux produits sur le marché, soit en lançant de nouveaux produits, soit en changeant les caractéristiques du produit actuel » (Fellag, 2008 : 3). De cette tentative de diversification de produits touristiques par l'innovation advient une perception d'incertitude plus ou moins élevée en fonction du caractère innovant du projet de développement (Bouzon et Devillard, 2009 : 255). De la sorte, la maturité d'un nouveau produit touristique repose sur la prise en compte de la démarche, de la méthodologie et des outils appropriés du « management par projet » qui est un facteur de changement, et donc d'incertitude (Raynal, 1996 : 19). Aussi, Corbel (2012 : 7) indique qu'« [u]n projet

est mis en œuvre pour créer ou changer quelque chose ». Il ajoute que la résolution de problème complexe nécessite « un travail collectif, des formations préalables, un enjeu, des instances, un pilotage pour respecter les objectifs QCD [qualité, coûts, délais], des méthodes adéquates, un style de management adapté pour chaque niveau », (Corbel, 2012 : 7). C'est dans ce sens que le développement de sports estivaux en montagne, à la lumière de la définition de terme « Projet » s'érige dans le champ du développement de projet touristique. Dès lors, l'utilisation du développement de projet comme champs d'étude dans le cadre des études touristiques, ses principes fondamentaux, ses outils et ses méthodes, se dessine comme une science propice pour encadrer la présente étude.

1.4 Survol de la méthodologie de recherche

L'analyse de la structuration de l'offre touristique des nouveaux sports de montagne dans les pays du Sud a été réalisée à travers l'utilisation d'une méthodologie de recherche qualitative découlant d'une approche inductive. Cette démarche reste la plus appropriée pour l'étude de phénomènes méconnus et permet de prodiguer des hypothèses et de construire des théories à partir des faits constatés sur le terrain de recherche. La recherche qualitative vise aussi à développer une compréhension circonstanciée du contexte dans lequel se tiennent les phénomènes et les comportements ciblés par l'étude. Au regard de cette approche, l'auteur a choisi l'analyse de contenu pour les données obtenues par le biais d'entretiens semi-directifs.

Une douzaine d'entretiens semi-directifs ont ainsi été réalisés auprès des principales parties prenantes (publiques et privées) impliquées dans la structuration et de développement de l'offre sportive et touristique au Maroc. À cet effet, conformément à la pratique sociologique de l'entretien compréhensif, un guide d'entretien a été suivi face à l'ensemble des acteurs sondés. Cette méthode a pour objectif de sonder les

opinions des intervenants retenus quant aux enjeux du développement des sports californiens au Maroc, de connaître leurs préoccupations vis-à-vis de cette innovation touristique et de démystifier, au gré de leur fonction, les obstacles qui freinent la mise en tourisme de ces nouveaux sports.

La seconde méthode est la réalisation d'une analyse de contenu usitée pour compléter et pour confirmer les résultats obtenus par le biais des entretiens semi-directifs. Celle-ci a mené à l'analyse de la littérature scientifique publiée sur les diverses notions et définitions applicables aux nouveaux sports de nature dans leur contexte touristique et sportif, sur les enjeux et les obstacles attribuables à l'expansion de ces activités dans les destinations ainsi que sur les modalités de la structuration de l'offre touristicosportive.

Les résultats retenus des entretiens semi-directifs et de l'analyse de contenu ont été segmentés et codés par le biais d'une grille d'analyse en prévision d'en dégager les conclusions requises pour répondre à la problématique.

1.5 Organisation du mémoire

En dehors de l'introduction, de la conclusion et du chapitre 2 qui aborde le cadre méthodologique du mémoire, ce dernier s'organise en quatre principaux chapitres qui répondent respectivement aux quatre sous-questions énoncées dans le cadre de ce projet de recherche. Puisque chacune de ces parties est une étape supplétive à la compréhension du développement touristique des nouveaux sports de montagne dans les pays du Sud, la structure des chapitres 3, 4, 5 et 6 s'inscrit dans une logique de successivité et de complémentarité vers l'appréhension du phénomène étudié.

En ces termes, le chapitre 2 détaille les fondements méthodologiques sur lesquels repose la scientificité du mémoire. Cette section met en lumière les orientations

épistémologique et ontologique du chercheur, son approche et sa stratégie de recherche et les techniques de collecte de données utilisées pour l'atteinte de sa finalité. En second plan, le chercheur défend le bien-fondé des résultats de sa recherche en abordant la question de la fiabilité et de la validité (externes et internes) de ses observations sur le terrain.

Le chapitre 3 introduit la notion du tourisme des nouveaux sports estivaux de montagne et situe ce dernier dans ces deux domaines respectifs soit celui du sport et celui du tourisme. Cette approche élémentaire recense l'ensemble des appellations qui reviennent au tourisme sportif californien, permet, alors, de concevoir le phénomène de façon très large et stimule, par ce fait, le développement de réflexion sur le sujet. Ce chapitre dresse aussi un état des lieux de la situation touristique actuelle des pays du Sud limitrophes à l'océan et justifie le choix des nouveaux sports estivaux de nature comme alternative durable au tourisme balnéaire dit « de masse ».

Le chapitre 4 propose d'évaluer l'aspect « structurant » des nouveaux sports de nature en tant que projet touristique. À cette étape-ci, l'étude soumet le créneau du tourisme sportif californien au procédé de l'analyse fonctionnelle. L'analyse fonctionnelle est un outil (bien spécifique au domaine de la gestion et du développement de projet) qui permet de mesurer la pertinence et la fonctionnalité d'un projet par rapport à ce qu'un maître d'ouvrage public attend de sa conception. Dans cette perspective, les divers enjeux encourus par le développement et l'exploitation des sports de nature dans un territoire sont croisés avec les sept principales fonctions revendiquées d'un projet touristique pour être viable aux yeux de l'état. Au final, le chapitre 4 apporte, via l'exemple représentatif du Maroc, la perception des intervenants touristiques et sportifs marocains quant à l'éligibilité des sports de nature comme projet touristique constructif pour la région d'Azilal.

En tenant la région montagneuse d'Azilal pour exemple, l'objectif du chapitre 5 est de recenser et d'analyser les causes qui entravent le développement du tourisme sportif californien dans les pays du Sud. L'étude appréhende séparément les obstacles au développement des sports de nature et ceux qui freinent le développement du tourisme de montagne en prévision de mieux saisir, à la fin du chapitre, le phénomène dans son ensemble.

Pour faire suite au chapitre 5, le chapitre 6 propose un modèle de développement durable du tourisme californien adapté aux pays du Sud. Préalablement, ce volet compare la structuration de l'offre du tourisme sportif de nature en France et au Maroc afin de discerner les éléments clés qui ont mené au succès du modèle français et ceux qui expliquent le retard de la structuration du modèle marocain. Dans le souci de suggérer un modèle de développement conforme aux spécificités du cas du Maroc, le chapitre 6 recueille et analyse les recommandations des intervenants touristiques et sportifs marocains qui, au gré de leur fonction et de leur expérience, suggèrent quelques solutions pour favoriser la mise en tourisme des sports californiens au Maroc.

1.6 Présentation de l'étude de cas

L'étude de cas est une démarche qui se consigne à l'approche inductive et aux méthodes qualitatives de recherche (Gagnon, 2012 : 3). Dès lors, l'utilisation de l'étude de cas comme méthode de recherche facilite l'identification, la compréhension et à la définition de divers phénomènes individuels ou collectifs (Gagnon, 2012 : 3). Cette méthode de recherche puise essentiellement sa pertinence dans l'analyse approfondie des phénomènes dans leur contexte, dans la constitution de paramètres historiques et dans l'affermissement de la validité interne de la recherche (c'est-à-dire qui s'assure que le phénomène étudié soit une représentation

fidèle et conforme à la réalité observée) (Gagnon, 2012 : 4). À ce titre et dans la perspective de comprendre qu'est-ce qui freine le développement touristique des nouveaux sports de nature dans les pays du Sud, le Maroc se manifeste comme un cas d'étude très probant pour répondre à cette problématique. Le cadre théorique et la question de recherche seront éprouvés au travers du cas spécifique de la région d'Azilal qui se niche au cœur de la chaîne montagneuse du Haut Atlas central au Maroc.

Le Royaume du Maroc consonne parfaitement avec la majorité des pays en émergeant en termes de stratégie de développement touristique. Selon toute vraisemblance, le Maroc à l'instar des autres pays du Sud, axe ses efforts touristiques en grande partie sur le littoral alors que les régions de montagne, pourtant nécessaires, se font tenir à l'écart des politiques de développement touristique innovantes. Dans ce contexte, le choix du Maroc dans le cadre de cette enquête est judicieux. Car, en rendant possible la généralisation des résultats, ce cas concède à la validité externe de la recherche. En outre, la recherche de Mounet (2004) qui examine et compare le développement du sport de nature en France et au Maroc, vient conforter cette homologation. Effectivement, par opposition au cas de la France où se confrontent et s'ignorent encore les divers acteurs concernés par le développement touristique des sports de nature, le Maroc allègue l'opportunité de pouvoir développer ce créneau touristique sous un angle de concertation et donc d'éviter de reproduire les mêmes erreurs qu'en Occident (Mounet, 2004 : 170). Mounet (2006 : 170) conclut que « [...] la mise en place d'une régulation à l'échelle du pays, avant que n'apparaissent les problèmes, aurait l'avantage de permettre un développement harmonieux et durable de ces activités. En effet, la France n'a tenté de se doter de ces structures de réflexion et de programmation qu'après que de nombreux problèmes et conflits furent apparus [pression sur le milieu, perturbation de la faune, conflit d'usage du territoire, etc.]. L'enjeu est d'autant plus fort au Maroc que les populations locales sont encore très

dépendantes du milieu naturel en termes de ressources et que les conflits peuvent porter sur des éléments fondamentaux de l'équilibre économique local ». Le point suivant décrit brièvement l'actualité sur le tourisme au Maroc, la situation socioéconomique des régions montagneuses, les multiples stratégies de développement touristiques entreprises jusqu'à ce jour sur la chaîne Atlasique et introduit et explique pourquoi la région du Haut Atlas central (Tadla-Azilal) sera précisément retenue comme cas d'étude aux limites de ce mémoire.

1.6.1 État des lieux sur les politiques de développement touristique de montagne au Maroc

Aujourd'hui, le Maroc se classe premier pays d'Afrique du Nord dans la sphère concurrentielle touristique. Les décideurs politiques tirent pleinement profit des potentialités culturelles et historiques du royaume (quatre villes impériales qui témoignent de la culture ancestrale des civilisations qui les ont fondées) ainsi que de l'ampleur de son littoral (environ 3500 km qui s'étendent sur les façades maritimes de la méditerranée et de l'atlantique). Si l'on porte un peu plus d'intérêt au plein air et au Maroc rural, aujourd'hui, dans le cadre de la vision touristique 2010-2020, la place marginale accordée aux potentialités naturelles avant ce décret témoigne de l'indifférence que manifestait le ministère du Tourisme à l'égard des arrières pays. Pourtant, le Maroc rural recèle d'un riche patrimoine naturel pouvant apporter sa part de profitabilité à l'industrie touristique marocaine. En effet, les régions de montagne, qui regorgent de curiosités naturelles (hauts sommets, plaines, vallées ouvertes, canyons, cascades, rivières et grands lacs, etc.) occupent plus du 1/5 du territoire national et s'étendent ainsi sur 147 000 Km². Curieusement, plutôt que de chercher à diversifier et à rajeunir son offre touristique de montagne notamment par le biais des nouvelles activités ludosportives de nature, le ministère du Tourisme se confine à mettre en tourisme une image vieillie de la montagne avec quasiment pour seul loisir la pratique du ski en hiver et le trekking et la randonnée sous toutes ses formes en été.

Plusieurs formes de tourisme responsable, solidaire, équitable, séjour chez l'habitant, etc. tentent de percer, mais restent inaudibles faute de pouvoir se jumeler à des produits complémentaires nécessaires pour agrémenter l'expérience touristique dans ces contrées. Sur ces entrefaites, le développement des nouvelles formes de tourisme de montagne favorablement tendancieuses pourrait, d'une part, permettre la diversification de l'offre touristique marocaine, et d'autre part, faire en sorte que les retombées touristiques se ventilent sur les régions montagnardes qui pâtissent d'indigence tant économique que sociale.

Les montagnes marocaines se rangent, à l'instar des territoires montagneux de la majorité des pays du monde, parmi les territoires mis à l'écart des volontés de développement gouvernementales (Boujrouf, 1996 : 38). À ce sujet, Stoffel et *al.* (2002 : 6) expliquent que « [d]ans un monde où le libéralisme prend inexorablement le dessus, l'importance d'une économie de subsistance telle que celle du Haut Atlas est de plus en plus marginale aux yeux des planificateurs. C'est sans doute pourquoi politiciens et investisseurs sont tentés de porter leur intérêt sur des régions d'accès plus facile et potentiellement plus productives ». En effet, les efforts et les initiatives de développement étatiques s'orientent davantage vers les plaines atlantiques, d'ordinaire, plus fertiles et de nature à alimenter les exportations et à supporter les installations hydro-agricoles (Boujrouf, 1996 : 39). À cet effet, l'ensemble des régions montagnardes marocaines reste largement en deçà des moyennes de consommations d'électricité nationales, très mal desservi par le système d'encadrement médical, sous-équipé en termes d'installations hospitalières, pâtissant du taux d'analphabétisme parmi les plus élevés du pays, et au bout du compte, enregistre les revenus agricoles les plus faibles du royaume bien que l'agriculture soit la principale ressource de la population (Boujrouf, 1996 : 40).

En termes de fragilité, le Haut Atlas se corrode au niveau des trois piliers du développement durable (Stoffel et *al.*, 2002 : 6). La montagne, de prime à bord, se fragilise sur le plan écologique suite à une gestion territoriale hasardeuse qui tire son origine de la période du protectorat français. Elle s'affaiblit sur le plan économique et social puisque l'on n'attribue que très peu de considérations politiques aux communautés montagnardes et que les produits fondés dans ces régions sont difficilement commercialisables. Finalement, la région de la montagne devient faillible au niveau socioculturel puisque le Haut Atlas souffre à la fois d'un surpeuplement (dans les vallées et les centres intramontagneux) et est menacé de désertion (dans les zones les plus reculées et difficiles d'accès) (Stoffel et *al.*, 2002 : 6). Ainsi, à l'instar de toutes les régions montagneuses des pays en voie de développement, les monts marocains souffrent de problématiques récurrentes de développement (Boujrouf, 1996 : 40). Pour pallier à ces lacunes, Boujrouf (1996 : 40) suggère de prévoir avant tout la production d'infrastructures nécessaires au désenclavement de ces zones et préalables à toutes tentatives de développement, de multiplier les équipements publics et les services, de prôner la sauvegarde des systèmes traditionnels en déclin par la valorisation de l'artisanat, de l'exploitation des forêts et de l'agropastoralisme et finalement de mettre en avant des tentatives de diversification de ressources, le tourisme pouvant, dans ce sens-là, s'inscrire comme une solution.

Contrairement à la majorité des autres pays méditerranéens en voie de développement qui concentrent leurs efforts de développement touristiques sur la ressource littorale, l'industrie touristique du royaume s'oriente en bonne partie vers le tourisme culturel. Par ailleurs, le développement du produit balnéaire n'en reste pas moins fortement privilégié dans les politiques de développement touristique. À juste titre, le Haut Commissariat au Plan (HCP, 2004 : 19) fait constater que la convergence de la capacité d'accueil, entre les années 1964 et 2004, s'est surtout axée sur le bord de mer puis sur les villes impériales à vocation culturelle. Les objectifs fixés de la vision

stratégique 2001-2010 attestent, aussi et encore, du favoritisme manifeste que l'on confère au littoral soit par la conception de 130 000 lits en régions balnéaires contre 30 000 lits dans les destinations culturelles. Près de 46 milliards de dirhams ont été investis dans le plan Azure où l'on figurait l'édification de neuf stations balnéaires. Moudoud (2003 : 4) dévoile clairement que la montagne marocaine, qui occupe tout de même presque le quart du territoire national, est longtemps restée absente dans les politiques de planification et de développement touristique. « Le département du tourisme, interrogatif sur l'opportunité d'un aménagement touristique en montagne, gère et gère toujours timidement et de façon incompétente ce dossier qui semble compliqué ou même très compliqué », fait constater Moudoud (2003 : 6). En effet, la première initiative appréhendée en 1965 par les décideurs politiques marocains en termes de développement touristique national ne considérait que le grand sud saharien et les zones limitrophes aux côtes atlantiques et méditerranéennes. L'engouement international du tourisme de nature et du tourisme d'aventure qui émerge à la fin des années 1970 induit la toute première réflexion sur le développement du tourisme de montagne au Maroc. Dans cette perspective, le ministère du Tourisme tente d'élaborer, en 1980, un schéma directeur d'aménagement touristique de la province d'Azilal avec le concours de la coopération française. En 1984, un centre de formation des métiers de montagne est créé sous la tutelle du ministère de l'Intérieur. Ce ne sera, toutefois, qu'en 1987, que le ministère du Tourisme concrètera son implication dans le développement du tourisme de montagne en édifiant un bureau de développement du tourisme rural ainsi qu'une délégation provinciale du tourisme dans la province d'Azilal. En 1993, la région du Haut Atlas Central porte l'étendard de la région pilote en terme de mise en tourisme de la montagne marocaine en prévision d'apporter une diversification et une extension de l'expérience touristique dans cette région et de pouvoir, par la suite, calquer ce modèle de développement sur les autres massifs du pays à savoir le Haut Atlas Occidental, le Haut Atlas Oriental, le Moyen Atlas et l'Anti-Atlas (SMIT, 2002 : 3). Cependant, Moudoud (2003 : 7) indique qu'à défaut de ne pouvoir bâtir des visions stratégiques à court, à moyen et à

long terme, les manœuvres encourues par le ministère du Tourisme n'ont pu s'inscrire comme de véritables politiques touristiques. Pour sa part, le bureau de développement du tourisme rural a, pareillement, su témoigner d'un manque de vision en termes de développement du tourisme de montagne. Cet organisme qui avait pour mission d'élaborer et de diriger des stratégies de développement et d'aménagement touristique en montagne s'est limité exclusivement à la promotion de cette forme de tourisme sans que les équipements excitants soient aptes à répondre à la demande sollicitée. En somme, Moudoud (2003 : 8) recense trois principaux freins au décollage du tourisme de montagne au Maroc :

- (1) L'incapacité de composer des équipes solides et qualifiées tant au niveau central que régional en raison d'une gestion aléatoire du service, la période de coopération française n'ayant pas profité aux personnes clés susceptibles de mener à bien la gestion et l'exploitation de ce nouveau créneau touristique.
- (2) L'absence de cadre et d'expérience en matière d'aménagement et d'équipement touristique des régions montagnardes.
- (3) Et l'impossibilité d'atteindre des résultats stimulants en termes d'aménagement et du suivi de réalisations sur le terrain faute de moyens logistiques appropriés et en raison de difficultés budgétaires.

Bien que le ministère du Tourisme, dans le cadre de la Vision touristique 2001-2010 entreprenne la mise en valeur du Maroc balnéaire et tente de renforcer sa compétitivité, le gouvernement témoigne néanmoins d'une volonté de développement du tourisme rural marocain en prévision d'agencer un rééquilibrage régional du développement touristique et de ventiler, avec plus d'efficacité, les retombées économiques et sociales qui en découlent (Berriane, 2003 : 3). Le ministère du Tourisme a, à cet égard, choisi une démarche territoriale et contractuelle divisant le territoire national en huit grands pays ruraux thématiques (HCP, 2004 : 56).

L'illustration 1.1 dépeint le Maroc touristique rural divisé en huit pays d'accueil thématiques.

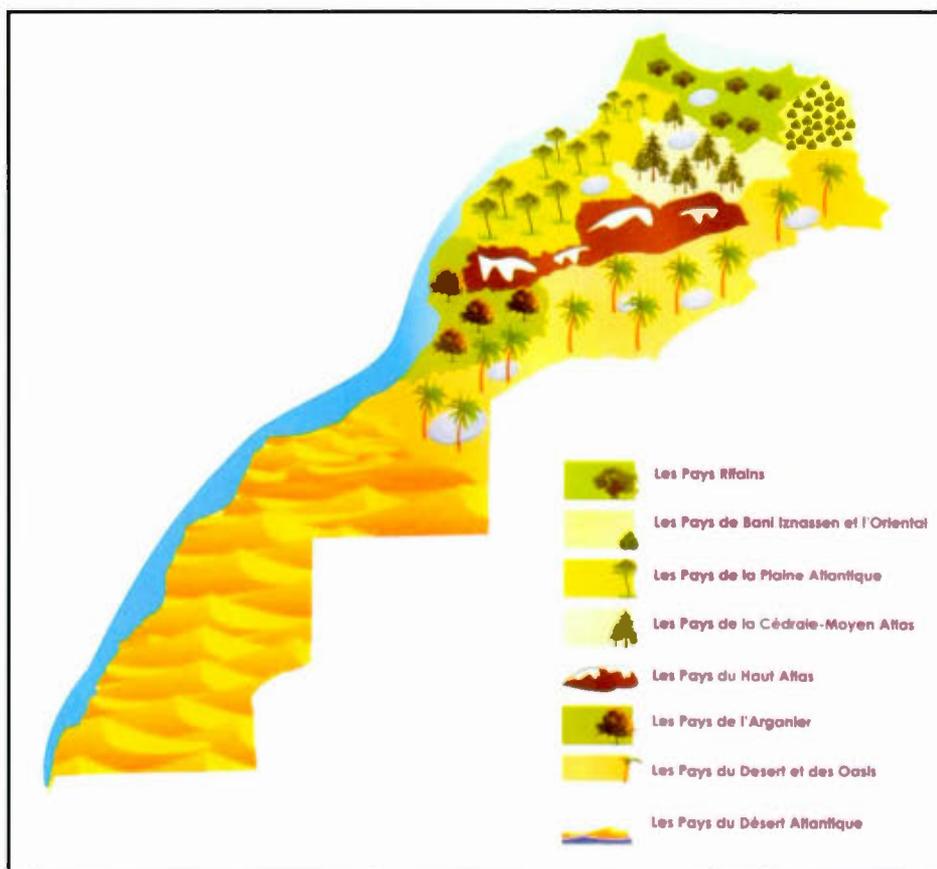


Figure 2.1 – Les huit pays d'accueil touristique du Maroc (vision 2010)

Source : Société marocaine de l'ingénierie touristique (2002)

Ces huit pays thématiques se distinguent les uns des autres par leur diversité géographique, physionomique, naturelle et culturelle et peuvent à leur tour contenir un ou plusieurs pays d'accueil touristiques (SMIT, 2002 : 7). Tel est le cas du pays thématique du Haut Atlas qui se subdivise en trois pays d'accueil touristiques notamment le pays du Haut Atlas Central, le pays du Haut Atlas occidental et le pays du Haut Atlas oriental. Aux limites de ce programme lancé en 2002 dans le cadre de

la Vision 2010, il était apposé pour chaque pays d'accueil un plan d'action touristique visant à renforcer les aménagements et les infrastructures (hébergement, restauration, circuits, signalétiques, etc.), à appuyer la promotion de la région, à valoriser et à commercialiser les produits du terroir ainsi qu'à investir dans le capital humain par la formation des guides et des divers prestataires.

Pour la vision 2020, les autorités gouvernementales touristiques ambitionnent à hisser le Maroc au rang des 20 premières destinations touristiques mondiales. Cette nouvelle vision stratégique repose sur une aspiration qualitative fléchée vers la promotion d'un tourisme viable, responsable et authentique où s'harmonisent développement économique et préservation des ensembles patrimoniaux naturels et culturels (Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, 2010 : 6). De plus, le ministère semble réaliser que les flux touristiques se concentrent encore principalement sur deux destinations vedettes en l'occurrence Marrakech pour le produit touristique culturel et Agadir pour le produit touristique balnéaire et qu'il est impossible pour le royaume d'atteindre ses objectifs avec une concentration géographique aussi polarisée (MTA, 2010 : 11). Comme l'avait déjà fait remarqué le Haut Commissariat du plan en 2002, « [l]es installations ont été faites pour répondre à deux types de produits, à savoir le balnéaire (sur le littoral) et le culturel (dans les villes impériales). Cette faible diversification engendre naturellement une faiblesse de l'impact attendu sur l'ensemble du territoire » (HCP, 2002 : 20). Dans cette perspective et dans l'ambition de vouloir apporter une diversification à son offre touristique, le Maroc s'engage pour l'horizon 2020 à conduire la création d'une offre touristique de nature en plus d'enrichir son produit culturel et de poursuivre son positionnement offensif sur le balnéaire (MTA, 2010 : 8). Pour ce faire, le gouvernement annihile le découpage du territoire rural en pays d'accueil touristique pour proposer une nouvelle division (en huit territoires touristiques, voir Illustration 1.2). Cette nouvelle division transcende les barrières administratives et favorise une meilleure exploitation des diverses potentialités des régions.

du pays thématique du Haut Atlas. Aujourd'hui, dans la nouvelle division nationale de la Vision 2020, Azilal préfigure éminemment au cœur du territoire touristique Atlas et Vallée et accuse, dans le cadre de la feuille de route signée le 18 juin 2013, la réalisation de 58 projets touristiques dits « durables ». Puisque la présente recherche s'intéresse davantage à la mise en tourisme des sports dans le développement de la montagne, une revue des conditions actuelles de développement touristique du sport au Maroc comblera l'appréciation de ce cas d'étude. La littérature sur le tourisme sportif au Maroc étant rare, l'auteur fait intervenir les participants qui se sont prononcés spontanément sur le sujet au cours des entrevues.

1.6.2 État des lieux sur le développement du tourisme sportif au Maroc

Les projets souscrits dans le cadre de la vision 2020 ont pour finalité de mettre en valeur, dans le contexte de la durabilité, le patrimoine culturel et naturel de la région d'Azilal. Les autorités touristiques marocaines reconnaissent et mettent en valeur le « trésor vert » en faisant allusion au patrimoine naturel du Haut Atlas central. En effet, la feuille de route des stratégies de développement touristique de la région d'Azilal dévoile une variété de projets touristiques allant de la réhabilitation, de l'aménagement et de la valorisation de certains ensembles patrimoniaux et espaces touristiques naturels, jusqu'à la création de nouvelles stations vertes, d'écologies, de Géoparc, de jardins botaniques, de fermes agrotouristiques, de musées et, aussi, la mise en place d'un programme d'animation, sport et loisir (SMIT, 2013). La considération des sports de nature dans le plan de développement touristique s'inscrit comme une détermination de diversification de produit touristique ambitieuse et novatrice pour le Maroc.

Malgré cela, le tourisme sportif fait, encore, défaut dans les politiques de développement touristique du pays. La lecture du suivi de la demande touristique réalisé en 2013 par l'Observatoire marocain du tourisme démontre combien l'absentéisme du créneau touristicosportif se fait valoir dans les circonspections touristiques marocaines. Hormis la randonnée qui chiffre un très bon score (Observatoire du tourisme Maroc, 2013 : 26), aucun autre sport ne figure parmi les activités touristiques les plus pratiquées au Maroc par les touristes étrangers (voir Tableau 1.1) de l'Observatoire du tourisme du Maroc.

Tableau 2.1 – Activités touristiques vedettes au Maroc

Activités touristiques	En % d'arrivées
Visite de monuments, musées	37 %
Randonnées	35 %
Activités de plage	17 %
Visite à des amis/famille, mariage	12 %
Activités professionnelles	9 %
Calme, repos, farniente	7 %
Manifestations culturelles et artistiques	6 %
Achat, <i>shopping</i>	6 %
Tourisme de Désert	3 %

Sources : Observatoire du Tourisme Maroc (2013 : 2)

Exception faite pour la randonnée, le Tableau 1.1 de l'Observatoire du tourisme, qui passe sous licence le tourisme sportif dans ses statistiques, témoigne, indirectement, de l'indifférence des autorités marocaines à l'égard du sport en tant que produit touristique. À titre indicatif, Bellaoui (2003 : 6) parle de « diversité » de produit touristicosportif de montagne en faisant allusion à l'existence des activités de randonnées, de trekking et d'alpinisme auxquelles s'est ajoutée, durant la période coloniale, la pratique du ski. En affirmant que « [l]a randonnée commence à prendre un peu de ton. Ce n'est que maintenant que les gens commencent à pratiquer un petit

peu la randonnée », Mustapha Naitlho (2014 : communications personnelles) de la Fédération du ski et des sports de montagne souligne, indirectement, le retard du tourisme sportif de nature au niveau national.

Il est vrai, toutefois, que les acteurs du tourisme accordent, aujourd'hui, un peu plus de poids au sport dans le cadre de leur politique de développement touristique. La feuille de route engagée pour la Vision 2020 prévoit la mise en tourisme d'un triathlon combinant course à pied, natation et cyclisme ; la consolidation de l'activité de l'escalade ; la conception d'une véloroute et d'un circuit de VTT ainsi que le développement des activités de pêche et chasse touristique, de canoë, d'un centre d'athlétisme et d'un centre spécialisé de tir à l'arc, d'une nouvelle station de ski et d'un golf d'altitude (SMIT, 2013). Cependant, l'examen de cette liste d'activités sportives met en exergue l'asthénie réflexive dont fait preuve le ministère du Tourisme marocain quant au choix des activités touristicosportives envisagées pour l'horizon 2020. Vraisemblablement, des pratiques ludosportives telles que la natation, la course à pied, le tir à l'arc et l'athlétisme sont, avant même les années 1980, passées de mode et inaptées pour drainer une clientèle touristique fidèle (Bourdeau, 1991 : 65). « Au corps défendant de l'ostracisme des responsables des stations, il faut convenir de la relative pertinence de l'analyse selon laquelle les sports de montagne classiques ne concernent qu'une fraction marginale de la clientèle, au comportement touristique atypique », explique Bourdeau (1991 : 65). Quant au ski et au golf d'altitude, ces pratiques, dont l'exploitation requiert de très importantes consommations d'énergies, sortent aussi du contexte de la durabilité au Maroc. Leur exploitation demande, en effet, d'énormes investissements en eau et en énergie et le territoire montagnard marocain souffre de sécheresses récurrentes, et conséquemment, d'une pluviométrie anémique et d'une formation d'un manteau neigeux rare et lacunaire (Stoffel et al., 2002 : 16).

Pour autant, la prise en compte des nouveaux sports de montagne aux limites de la feuille de route d'Azilal, aurait certainement été plus pertinente et plus conforme aux promulgations de durabilité de la vision 2020, ces pratiques sportives étant, de nature, socialement et écologiquement plus supportables et ayant déjà démontré leur mérite dans le rajeunissement et la revalorisation du tourisme de montagne occidentale. La part de l'état dans le développement maîtrisé de ces sports, à l'incitation et au soutien à l'investissement ainsi qu'à la promotion de ces nouvelles activités au cœur d'un Maroc ludique est presque nulle et non avenue. Parmi ces nouveaux sports, une dizaine de mots seulement sont dissertés pour faire mention de l'existence des sports d'eaux vives (canyoning et rafting) dans le site officiel de l'Office national marocain du Tourisme (<http://www.visitmorocco.com>, 2015). Selon la Direction des aménagements et des investissements touristiques (DAIT, 2006 : 21), le rafting, le parapente et le deltaplane figurent parmi les activités « susceptibles d'être développées davantage » dans la cadre de la stratégie de développement du pays d'accueil touristique du Haut Atlas central. Le plan national du développement du tourisme rural avance, sans plus de détails, les nouveaux sports de nature comme des potentialités des pays d'accueil touristique montagneux. Aujourd'hui encore, le développement des nouveaux sports estivaux de montagne reste une initiative timide et déstructurée agencée par quelques étrangers, une érudition limitée à quelques investisseurs privés et à quelques fédérations décréditées qui peinent beaucoup à promouvoir leurs activités de façon efficiente avance un responsable du développement touristique du kit surf et du windsurf au Maroc. Il ajoute qu'au Maroc à ce jour « *on n'a pas encore pris conscience de l'importance des sports de nature. L'activité sportive reste plus ou moins mal encadrée. Ce qui nous fait perdre, malheureusement, énormément d'opportunités pour les commercialiser* ».

Au-delà, un intervenant touristique de la province d'Azilal nuance le discours illusoire du gouvernement et rappelle que malgré les promesses évoquées dans les Visions stratégiques de 2010 et de 2020, le tourisme de montagne est toujours mis en

marge par rapport au tourisme balnéaire. « *On voit bien qu'au niveau du tourisme côtier avec le plan Azure [les stations balnéaires] qu'il y a une volonté de développement* », observe l'intervenant touristique. « *Par contre, ajoute-t-il, qu'est-ce qui a été accompli au niveau de la montagne ? Bien que l'on parle de la Vision 2020, il y a aussi la vision 2010 où l'on ambitionne à atteindre 1 000 000 de touristes. A-t-on réellement tiré avantage des opportunités et des avantages que peut bien amener le tourisme de montagne ? A-t-on au moins pris le temps d'étudier les points forts et les points faibles du projet pilote Azilal ? Jusqu'à maintenant, la région d'Azilal n'occupe que le rang de transit. Les agences favorisent la promotion touristique des villes balnéaires (Casablanca, Tanger et Agadir) et les villes impériales (Fès, Marrakech), mais dans cet itinéraire Azilal n'est qu'une étape et non une destination en soi. Il n'y a même pas une infrastructure pour accueillir un nombre important de touristes* ». De même, Vincent Brotons (communications personnelles, 2014), qui opère une agence spécialisée dans le tourisme d'aventure au Maroc, confie que l'on ne communique pas beaucoup sur le tourisme de montagne, le tourisme rural et le tourisme de plein air au Maroc et rajoute que « *[c]'est une terre de trek connue par les initiés, mais peu connue pour les non-initiés* ».

Et pourtant, les intervenants (touristiques et sportifs) sondés dans le cadre de cette étude s'entendent, à l'unisson, pour décrire le Maroc comme un terrain de jeu propice pour le développement des sports californiens et des sports de nature dans leur ensemble. Les potentialités du Maroc en termes de développement du tourisme sportif de nature sont d'ordre géographique, climatique et culturel. Au niveau de la géographie et de la saisonnalité, le directeur d'une agence internationale du tourisme d'aventure à Marrakech, Vincent Brotons (2014, communications personnelles), affirme que « *[l]a première raison qui nous a incité à nous installer au Maroc c'est qu'on a un environnement et un terrain de jeu au niveau naturel qui se prête parfaitement au développement de l'activité sportive de l'outdoor et d'aventure. On a de grandes montagnes, on a les océans (atlantique et méditerranée) et le désert. On*

est vraiment dans un environnement qui est extrêmement riche d'un point de vue géographique et qui laisse beaucoup de possibilités au niveau de ce type d'activités. Deuxièmement, on a une durée d'exploitation qui est extrêmement longue. Ça veut dire, aujourd'hui au Maroc, qu'on travaille quasiment toute l'année ». Le président de la Fédération royale marocaine de canoë-kayak apporte les mêmes remarques et regrette, à ce propos, que les sports aquatiques ne soient pas plus développés dans le pays. « *Nous avons un climat qui est très favorable* », observe El Abbas El Alaoui (2014 : communications personnelles). « *On a 3500 kilomètres de côte. Et malheureusement, on ne pratique pas beaucoup le kayak de mer et le kayak de montagne [lacs et barrages en montagne] encore moins. On a beaucoup de plans d'eau au Maroc qu'on n'exploite malheureusement pas... des barrages, des chutes et des rivières, etc. Mais c'est surtout le climat qui est notre plus grand avantage, le climat et le dépaysement* » poursuit cet intervenant. D'autres communicants mettent l'accent sur l'apport culturel qui peut se jumeler à l'activité sportive. « *Il y a une richesse extraordinaire au niveau de la faune et la flore, mais il y a surtout du patrimoine culturel. Il y a de l'art populaire et c'est vraiment une région [Azilal] qui est très triche coté touristique* », dénote un conseiller du ministère du Tourisme. Dans le même esprit, Vincent Brotons (2014 : communications personnelles) affirme que « *ce n'est pas que faire l'activité sportive qui est intéressant mais c'est surtout de l'immersion dans la culture berbère... C'est le sport-découverte...* ». Le responsable du développement touristique des sports nautiques ajoute une dimension concurrentielle réglementaire en prétendant qu'aujourd'hui, en Europe, « *tous les sites de pratiques sont surpeuplés et il y a des réglementations de plus en plus rigoureuses. Ce sont des activités de nature et qui dit « nature » dit « liberté » et l'aspect réglementaire les [pratiquants] dérange quelque part. C'est pour ça qu'ils cherchent, ailleurs, des endroits où ils veulent pratiquer et s'aventurer sans pour autant avoir, à côté, l'aspect réglementaire. Il faut, donc, saisir ces opportunités d'investissement pour le développement de produits touristiques sportifs de niche en montagne* ».

Si, d'une part, le Maroc dispose, entre autres, d'un potentiel géographique et climatique éminemment favorable au développement de ces nouveaux sports et que, d'autre part, le gouvernement manifeste une réelle volonté de mettre en avant ces atouts naturels et de diversifier durablement son tourisme, comment se fait-il que l'on ne manifeste pas actuellement plus les sports californiens dans le discours promotionnel touristique du Royaume ? Ces éventualités font de la région d'Azilal un cas démonstratif pour répondre à la problématique du présent mémoire à savoir : comprendre qu'est-ce qui freine le développement touristique des nouveaux sports de montagne et comment dynamiser, durablement, l'expansion de ce créneau touristicosportif.

CHAPITRE II

MÉTHODOLOGIE

Le chapitre 2 fait office d'une interface illustrative de la pratique méthodologique employée dans le cadre de cette recherche. Le système de base de la recherche scientifique se cultive, entre autres, sur les notions de l'épistémologie, de la théorie et de la technicité. À cet égard, cette section évoque principalement les postures intellectuelles du chercheur, d'abord épistémologique (qui étudie des questions relatives à la conception et à la construction de l'objet scientifique) et puis ontologique (qui examine la nature de la réalité des objets de connaissance).

Le chapitre fait également mention de la nature de l'approche de recherche (inductive ou déductive) ainsi que la méthode de recherche (qualitative ou quantitative) choisie par le chercheur. Il y est expliqué et justifié par la suite les techniques de collecte de données retenues pour répondre à la problématique énoncée. Ce chapitre aborde aussi la question de véracité des résultats puisque le mérite d'une recherche aboutie revient principalement sur la capacité du chercheur à confirmer et justifier l'authenticité et l'exactitude de ses observations. Compte tenu de son importance, le chercheur aborde aussi dans ces pages la question de l'éthique de la recherche visant des sujets humains.

Enfin, le chapitre détaille sur la région d'Azilal située dans le Haut Atlas au Maroc qui fera office de l'étude de cas élue pour l'analyse des obstacles et des solutions de développement touristique des nouveaux sports de montagne dans les pays du Sud.

2.1 Pôle épistémologique de la recherche

Les chercheurs en tourisme sportif ne tiennent que très rarement en compte le pôle épistémologique pour justifier la structuration intellectuelle de leurs réflexions. Bien que tout récemment quelques revues scientifiques spécialisées dans le tourisme et le tourisme sportif (*Current Issues in Tourism* et *Journal of Sport Management* en l'occurrence) accordent un peu plus de considération à la posture intellectuelle des chercheurs, la grande majorité des annales mésestiment encore le rôle et l'importance des axes épistémologiques et méthodologiques (Weed, 2008 : 20). Cette omission se manifeste comme un « unquestioning application of quantitative techniques without any considération of the epistemological or ontological grounds for doing so, or very vague description of the type of qualitative method used which leaves the reader with no means of assessing its epistemological appropriateness », (Weed, 2008 : 20).

Le pôle épistémologique permet pourtant d'identifier la stratégie de recherche qui s'inscrit dans un paradigme de recherche donné. Ce dernier découle de la vision du monde du chercheur et de ses questions de recherche. Le paradigme est un système de croyances de base qui se fonde sur des hypothèses de nature ontologiques (réflexion sur la nature de la réalité : construite ou donnée), épistémologiques (conception de la relation entre le chercheur et l'objet d'étude : appréhension de l'objet d'étude de manière objective ou subjective) et méthodologiques (méthode utilisée pour apporter des réponses à la question de recherche) (Guba et Lincoln, 1994 cités dans Phillimore et Goodson, 2004 : 36). Afin de rester conforme aux critères de scientificité de recherche et de rédaction, le chercheur exprime et explique le choix de ses orientations épistémologique et ontologique. Ce faisant, le lecteur est en mesure de comprendre et d'agréer le choix des postulats, des méthodes et des conclusions établis aux limites du présent mémoire.

2.1.1 Orientation épistémologique

L'orientation épistémologique dominante dans le champ de recherche du tourisme sportif s'initie, majoritairement, au paradigme positiviste. Weed (2008 : 20) observe une disproportion notable au niveau de la diversité épistémologique dont « 87 % of empirical sports tourism research between 2000 and 2003 using quantitative methods with (implicit) positivist assumptions ». Pour autant, le but du présent mémoire est de proposer un modèle de développement du tourisme sportif californien en s'interrogeant sur les obstacles qui freinent l'évolution de ce créneau touristique ainsi que sur les solutions pour palier ses problèmes. Dès lors, différemment des nombreuses recherches qui, entre autres, s'attardent à compiler des connaissances sur le profil des touristes sportifs, l'orientation épistémologique du chercheur s'oriente plutôt vers le *paradigme interprétatif*. Celui-ci favorise une orientation de recherche axée sur les acceptions du tourisme sportif de nature dans une destination plutôt que sur les faits. La philosophie de recherche interprétative (ou phénoménologique) considère le monde comme un construit social, se concentre essentiellement sur le sens profond du sujet étudié et cherche à comprendre ce qui se passe, permet d'étudier un phénomène de diverses façons et aboutit à une meilleure compréhension des réflexions des participants (Altinay et Paraskevas, 2010 : 70). Vraisemblablement, le créneau des sports californiens s'est imposé sur le marché touristique suite à une révolution culturelle des pratiques sportives. Du moment que l'on parle de pratique sportive et par ce fait « d'usages sociaux », l'objet d'étude relève donc d'un construit social doublé d'une très forte représentation symbolique. En effet, la présente recherche s'intéresse au développement d'une catégorie des activités sportives qui, au-delà d'un simple cadre technique et structurel, repose plutôt sur les valeurs des principales tendances d'une culture sportive contemporaine (Bourdeau, 1995). La vision objective du paradigme positiviste paraît donc assez réductrice pour

comprendre les principes de fonctionnement du phénomène touristique imprégné de la culture des loisirs sportifs de nature. Un détour sur l'orientation ontologique du chercheur est nécessaire pour comprendre son appréhension de la nature de la réalité du domaine étudié.

2.1.2 Orientation ontologique

La part que jouent les acteurs dans le développement d'un projet ainsi que leur degré de pouvoir et d'intérêt, se doivent d'être minutieusement étudiés et pris en considération. Pour créer une dynamique qui favorise le développement local d'un territoire donné, le meneur d'une initiative touristique aura à identifier l'ensemble des parties prenantes impliquées directement et indirectement par ce projet (AFIT, 2002). Mais encore, le tourisme ne peut être durable que s'il est pris en compte par une équipe pluridisciplinaire assumée par la population locale, développée en étroite collaboration avec les collectivités et autorités territoriales, les services des autorités ministérielles responsables, les associations ainsi que par les entreprises issues du secteur privé. Dans cette perspective, la voix des intéressés qui ont un rôle dans la structuration de l'offre touristique sportive en milieu montagnard devrait rester prééminente dans le contexte de cette recherche. Aux limites de cette étude, la connaissance est une construction d'ordre social et la réalité est subjective étant donné qu'elle se fonde à la fois sur les observations du chercheur et sur les interactions des parties intéressées. Puisqu'aux fins de cette recherche la construction du savoir s'opère dans un cadre social, ma posture ontologique s'orientera vers le *paradigme socioconstructiviste* qui introduit la dimension des interactions, des échanges, du travail de verbalisation, de construction et de co-élaboration. À la rigueur de ce paradigme qui donne créance au relativisme, l'on ne parle plus d'une mais de plusieurs réalités, locales et topiques, construites de façon individuelle ou collective (Gagnon, 2012 : 8). Pour mener à bien son projet de mémoire, le chercheur

aura, en effet, à proposer un modèle de mise en tourisme durable des sports de montagne au Maroc à partir des témoignages, des constats et des recommandations des divers acteurs publics et privés issues du secteur sportif et touristique. Avec une orientation épistémologique interprétativiste et avec un axe ontologique socioconstructiviste, l'approche et la méthode de recherche ainsi que les techniques de collecte de données deviennent, d'entrée de jeu, prévisibles.

2.2 Pôle technique de la recherche

Si les nouvelles formes du tourisme sportif de montagne ont suscité depuis plus de deux décennies l'intérêt de plusieurs chercheurs, les écrits concernant le développement de ce créneau touristique dans les pays émergents restent très modestes. Il importe alors, dans ce cas-ci, d'adopter une *approche inductive* basée sur des observations limitées à partir desquelles il serait possible d'inférer des hypothèses et des théories. En procédant par induction, le chercheur se penche sur des faits en prévision d'en distiller des concepts, des théories et des hypothèses qui pourront par la suite s'appliquer sur d'autres cas (Deslauriers, 1991 : 85 ; Altinay et Paraskevas, 2010 : 73). Ainsi, l'objet étudié, encore peu abordé dans la littérature, sera construit tout au long de la composition du mémoire qui cherche à proposer un modèle de développement touristique des sports de nature adapté aux spécificités des pays du Sud. En outre, cette approche reste la plus probante dans le contexte de ce mémoire, de par sa faculté à expliquer des phénomènes particuliers et à comprendre leurs raisons d'être. L'induction permettra, dans ce sens, de combler les lacunes qui subsistent dans la littérature scientifique relative au tourisme des nouveaux sports de montagne. La méthode de recherche qui en découle ne peut être que qualitative et se concède adéquatement, en effet, à la posture intellectuelle du chercheur et à sa question de recherche. Comme le résume si bien Altinay et Paraskevas (2010 : 75), « [t]he phenomenological philosophy is usually associated with induction and

qualitative research. Qualitative research aims to develop an understanding of the context in which phenomena and behaviours take place. It focuses mainly on experiences and emotions and is designed to be probing in nature, thus encouraging informants to introduce concepts of importance from their perspective, rather than adhering to areas that have been pre-determined by the researcher ». À cet égard, la recherche qualitative donne la possibilité de comprendre en profondeur l'essor du développement touristique des nouveaux sports de montagne alors que la méthode quantitative ne pourra que mesurer quelques caractéristiques superficielles de ce phénomène sans pour autant l'expliquer. Le Tableau 2.1 met en évidence les méthodes de collectes affectées à chacune des sous-questions de recherche, explicite les livrables attendus et donne un aperçu des participants concernés par cette enquête.

Tableau 2.1 – Les méthodes de collecte de données

Sous-questions de recherche	Objectifs	Méthode de collecte choisie	Acteurs visés
(A) Clarifier le concept des nouveaux sports dans le lexique touristique et du sportif et déterminer leur légitimité en tant que solution durable pour les pays émergents.	Favoriser la réflexion sur le contenu des sports de nature. Expliquer pourquoi, dans une optique de durabilité, il faut considérer spécifiquement le créneau touristique des sports californiens au détriment des autres formes de tourisme et de sports.	Analyse documentaire	
(B) Démontrer que les sports californiens ont les attributs requis pour se qualifier comme projet touristique structurant.	Confirmer que les nouveaux sports peuvent potentiellement dynamiser l'activité touristique des pays du Sud.	Entretiens semi-dirigés Analyse documentaire	Société marocaine d'ingénierie du tourisme (Ministère du Tourisme) Ministère de la Jeunesse et des Sports Office National Marocain du Tourisme (promotion du tourisme). http://www.visitmorocco.com/ Ministère de l'Intérieur (région de Tadla-Azilal) Fédération royale marocaine de ski et des sports de montagnes
(C) Identifier et cataloguer les obstacles à la domestication des nouvelles pratiques sportives de montagne dans les pays émergents.	Procurer aux meneurs de projet des renseignements cruciaux au niveau de la gestion des risques de développement des sports de nature dans les pays du Sud.	Entretiens semi-dirigés Analyse documentaire	Fédération royale marocaine du canoë-kayak Laboratoire de recherche des montagnes Atlasiques (université Cadi Ayyad) Association Marocaine de l'escalade et du canyionisme
(D) Étudier les disparités qui existent entre la structuration de l'offre française et marocaine pour proposer une solution, rapide et durable, du développement touristique des sports californiens dans les pays du Sud.	Diversifier et dynamiser l'offre touristique des pays en développement grâce à une mise en projet maîtrisée des sports californiens.	Entretiens semi-dirigés Analyse documentaire	Évolution 2 : Voyageur spécialisé dans l'offre touristique des sports de nature

Le Tableau 2.1 fait comprendre que pour répondre aux sous-questions de recherche, le chercheur a eu recours à deux méthodes de collecte de donnée, soit l'analyse documentaire et l'entretien semi-directif. Il s'agit d'outils propres aux caractéristiques de la recherche qualitative et idéals pour répondre à la problématique du mémoire.

2.2.1 La méthode de l'analyse de contenu

L'analyse de contenu consiste à analyser les significations et les relations qui existent entre certains concepts (Altinay et Paraskevas, 2010 : 128). L'analyse de contenu aboutit au repérage de diverses inférences et permet, par conséquent, à admettre des propositions en raison du lien qui les relie avec d'autres affirmations tenues pour vraies (Altinay et Paraskevas, 2010 : 128). Généralement en qualitatif, l'analyse de contenu occupe une fonction de complémentarité et vient combler les lacunes des résultats obtenus d'une autre technique de recherche (Lessard-Hébert, 1995 : 92).

Au premier abord, trois principales données (la place des nouveaux sports de plein air dans le champs sportif et touristique, les enjeux des sports de nature et la structuration de l'offre touristique sportive) ont été extraites du contenu d'écrits scientifiques publiés autour du sport, des sports de nature, des sports de montagne, des sports californiens, du tourisme sportif, du tourisme d'aventure, du tourisme de niche et du tourisme de montagne (extensif et diffus).

Un travail de fond a été élaboré, avant tout, pour cataloguer et comprendre l'ensemble des définitions qui s'accordent avec les sports californiens dans leur contexte sportif et touristique. Cet effort analytique, éprouvé en amont, vise à favoriser, de façon globale, les réflexions sur la notion des sports californiens.

Cette approche agglomérante a permis de dégager de la littérature l'ensemble des enjeux économiques, environnementaux, socioculturels et territoriaux et de les croiser avec les fonctions structurantes d'un projet touristique tel que défini par l'Agence française de l'ingénierie touristique (AFIT, 2002 : 40). L'intérêt de cette analyse consiste à soutenir et à affiner les résultats conclus de la méthode de l'entretien semi-directif.

C'est aussi à partir de cette littérature qu'il a été possible de recenser les obstacles et les solutions pour le développement des sports de nature dans un territoire. Les postulats révélés par cet exercice ont surtout contribué à configurer le guide d'entretien et, par là, à stimuler les échanges entre le chercheur et le répondant.

Par ailleurs, la consultation des ouvrages traitant de la structuration de l'offre des sports de nature (le guide de développement maîtrisé des sports de nature de la PRNSN (2010) en particulier) a aiguillonné l'analyse sur les disparités qui existent entre la France et le Maroc au niveau de l'expansion des activités californiennes. C'est au gré des résultats extirpés de cette analyse comparative et par rapport aux suggestions avancées par les répondants dans le cadre de l'entrevue semi-dirigée, qu'il a été possible de proposer la solution la plus simple et la plus durable pour corriger le retard constaté dans le développement des sports californiens dans les pays du Sud.

2.2.2 La méthode de l'entretien semi-dirigé

Une douzaine d'entrevues semi-dirigées a été réalisée auprès des principaux acteurs impliqués dans la structuration et le développement du tourisme sportif. L'entretien semi-dirigé est un outil de collecte de donnée mixte qui combine à la fois la souplesse et la flexibilité de l'entretien déstructuré et la rigueur du guide d'entretien

de l'entrevue dirigée. Les répondants sont libres d'exprimer leurs opinions et de leurs expériences du moment que leur contribution s'accorde avec les lignes directrices du guide d'entretien. L'entrevue semi-dirigée est généralement privilégiée pour la recherche de nouvelles idées et le développement des réflexions, l'identification des tendances générales et la compréhension des relations qui existent entre deux variables (Altinay et Paraskevas : 2010 : 113). Pour ce faire, un guide d'entretien d'une trentaine de questions, prévu pour des entrevues d'une durée de 60 à 90 minutes, a été élaboré. L'échantillonnage se fonde sur un choix stratégique des participants issus des fédérations, des ministères, des associations, des agences de voyages et des offices dédiés à la production du tourisme et du sport au Maroc.

En somme, les entretiens ont conduit les acteurs à avancer leurs points de vue quant aux enjeux liés au tourisme sportif de nature sur le territoire montagnard marocain. Ces derniers ont aussi été encouragés à exprimer leurs préoccupations vis-à-vis de cette innovation touristique et à discourir sur les divers obstacles rencontrés dans le développement des sports californiens au vu de leur expérience professionnelle. L'utilisation de la technique des « 5 pourquoi », très courante en développement de projet, a permis de favoriser le recensement des signaux faibles (préoccupations) auprès des acteurs concernés et de scruter en profondeur les réelles causes des problèmes observés. Enfin, les participants ont été conviés à proposer les solutions qui leur semblent les plus mesurées pour contourner ou abolir les difficultés rencontrées dans l'exercice de leur fonction. Puisque les logiques d'actions sont différentes pour chaque acteur et que chacun présente une conception exclusive du développement du territoire naturel, le chercheur a privilégié une analyse par confrontation qui met en présence le discours d'un intervenant avec celui des autres. Cette pratique a incité ces derniers à éclaircir quelques propos estimés essentiels dans le cadre de cette enquête.

D'autre part, la formulation du guide d'entretien s'est fondée, en partie, sur un outil spécifique au domaine de la gestion nommé Analyse des modes de défaillances, de leurs effets et de leur criticité (AMDEC). Cette mesure permet : 1) d'identifier les faiblesses d'un système dans le but de proposer des solutions à partir de la mise en exergue des défaillances et des causes ; 2) d'évaluer l'impact des défaillances sur le bon agencement du système concerné et ; 3) de proposer des stratégies pour contourner ces obstacles lors de la réalisation du projet (Corbel, 2012 : 115 ; Landry, 2011 : 14). Depuis 1980, de nombreux gestionnaires de projet utilisent cette démarche préventive en vue d'appréhender et de neutraliser les risques avant la validation d'un produit, d'un service ou d'un processus. La logique de l'AMDEC cherche en quatre questions (voir le Tableau 2.3) à identifier les modes de défaillance, les effets possibles de ces aléas, leurs causes et les mesures requises pour les déceler.

Tableau 2.2 – Les quatre questions de base de l'AMDEC

Modes de défaillance potentielle	Effets possibles	Causes possibles	Plan de surveillance
Qu'est-ce qui pourrait mal aller ?	Quels pourraient être les effets ?	Quelles pourraient être les causes ?	Comment faire pour voir ça ?

Source : Landry (2009 : 11)

Au niveau du traitement de données brutes, les entrevues colligées ont été retranscrites mot à mot en verbatim. Les résultats finaux ont été codés et étudiés à travers une grille d'analyse où sont segmentés par catégorie les obstacles au développement, les enjeux du développement et les solutions mises en avant pour contourner les aléas au développement des nouveaux sports de nature dans les pays du Sud.

2.3 Analyse de la véracité des résultats

Dans le qualitatif, la valeur d'une recherche se fonde majoritairement sur l'aptitude du chercheur à faire valoir l'authenticité de ses résultats (Gagnon, 2012 : 21). Tel que démystifié par Gagnon (2012), « [a]ssurer la véracité des résultats consiste à donner l'assurance que les connaissances produites sont conformes à la réalité. [...] Cette étape cruciale doit chapeauter toutes les autres. Elle vise à démontrer que les résultats présentés ont été obtenus par une démarche rigoureuse. Plus encore que ceux-ci sont conformes à la réalité des cas étudiés ». La véracité d'une recherche s'estime en deux points soit la fiabilité et la validité. La fiabilité renvoie à la constance des observations et à la reproduction des résultats tandis que le degré de validité jauge la justesse et l'exactitude des résultats par rapport à la réalité (Gagnon, 2012 : 21).

Sur ces propos, le chercheur prend le temps de rédiger les quelques lignes qui s'ensuivent, attestant des efforts employés pour accroître le degré de fiabilité et de validité des résultats réalisés dans le cadre du présent mémoire.

2.3.1 La fiabilité interne et externe de la recherche

La fiabilité des résultats se mesure de deux façons. Tout d'abord, le chercheur doit démontrer la fiabilité interne de sa recherche en assurant que d'autres chercheurs en interprétant les mêmes données puissent arriver aux mêmes conclusions. Ensuite, le chercheur doit justifier la fiabilité externe de sa recherche, c'est-à-dire, en démontrant qu'un autre chercheur puisse arriver sensiblement aux mêmes résultats en adoptant la même démarche dans un milieu comparable.

En prévision d'accroître la fiabilité interne du présent mémoire, le chercheur a tenté d'aboutir à des descripteurs aussi concrets que précis en ayant recours, dans un premier temps, à un moyen mécanique (magnétophone) pour collecter les données. En second lieu, le chercheur a veillé à retranscrire, mot à mot, les contributions de

chaque participant afin de limiter les inférences. Les enregistrements et les retranscriptions seront conservés un an après la date de leur production pour toutes éventuelles vérifications ou révisions des données brutes.. Au final l'interprétation des données a été révisée par le directeur de recherche, le professeur Alain. A. Grenier, ainsi que par un jury de trois professeurs du Département d'études urbaine et touristique de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal (ESG UQAM)

Sur le plan de la fiabilité externe, le chercheur peut aussi avancer certains facteurs qui accroissent la fiabilité externe de sa recherche. Il s'agit, de prime à bord, du processus de sélection réfléchi des participants (tous détenant un rôle primordial et exécutif dans le développement du sport et du tourisme de montagne au Maroc).

Il est aussi important de faire mention de la position du chercheur par rapport aux intervenants et de faire une description des situations sociales et des conditions dans lesquelles les entretiens ont eu lieu. À ce titre, le chercheur atteste que les relations entre lui (consultant) et les informateurs étaient professionnelles et que les entretiens ont eu lieu dans les structures professionnelles de chaque participant, soit au sein des fédérations, des associations, des ministères et des agences de voyages spécialisées.

Plus encore, le cadre théorique expose de manière très explicite les concepts et les construits sur les lesquels repose l'essence même du mémoire. Vraisemblablement, un cadre théorique défaillant rend impossible la compréhension des résultats et leur réplification surtout si les concepts étudiés sont idiosyncrasiques ou inconnus. À cet égard, les diverses désignations des sports de nature et leurs nuances, le sens du projet touristique structurant ainsi que les concepts tels que les enjeux, les risques et les obstacles de développement touristique des nouvelles activités sportives de nature sont richement abordés dans le cadre théorique.

2.3.2 La validité interne et externe de la recherche

À l'image de la fiabilité, la validité se scinde aussi en composantes interne et externe. La validité interne fait référence à l'aptitude du chercheur à mesurer effectivement ce qu'il prétend mesurer et, donc, à démontrer que le phénomène étudié est une représentation sincère de la réalité observée. Différemment, la validité externe (la généralisation) concerne le degré sur lequel se fondent et peuvent se soumettre à la comparaison l'identification et la description du phénomène étudié.

Pour affirmer la validité interne de son étude, le chercheur doit avant tout savoir contrôler les effets de sa présence et définir la position qu'il occupe. Aux limites de ce mémoire, le chercheur étudie les différents points de vue des dirigeants marocains et son statut d'étudiant consultant et observateur auprès de ces participants est formellement indiqué. En outre, le recours à plusieurs sources d'informations documentaires lui a permis de raffermir, en parallèle, les données recueillies.

Par ailleurs, en adoptant une méthode de recherche qualitative, le chercheur privilégie la diversité vis-à-vis de la représentativité des participants plutôt que la représentativité par le nombre. Il prévient, de ce fait, les distorsions des résultats attribuables à la sélection d'un trop grand échantillon inapproprié. Cette affirmation est d'autant plus vraie compte tenu du fait que la douzaine de participants sélectionnés, dans le cadre de cette étude, se distinguent par leur expérience ainsi que par leur degré d'influence imposant dans le développement touristique des sports de nature au Maroc.

Autrement, la validité interne d'une recherche dépend aussi de la capacité du chercheur à identifier et à écarter les explications rivales du phénomène. Grâce à une riche revue de littérature, le chercheur assoit, en amont, les principes de base du

tourisme des sports californiens, ses enjeux, ses obstacles, ses variantes, ses impacts et se précautionne, ainsi, de toute interprétation erronée des données recueillies.

La validité externe se compte comme l'une des principales faiblesses de l'étude de cas. Dans l'optique d'assurer la validité externe de sa recherche, le chercheur doit avoir un contrôle sur l'effet de la particularité du cas étudié. Or, s'il est impossible de comparer un phénomène donné en raison de son extrême particularité à un site, les résultats seront donc idiosyncrasiques. Dans le cadre du présent mémoire, le chercheur, par le biais d'une recherche documentaire préalable, a vérifié que le cas du Maroc ne présente pas de particularités qui lui sont singulièrement spécifiques. Au contraire, la littérature a su démontrer que le Maroc, à l'instar des pays émergents du pourtour méditerranéen, des états insulaires en développement aux caraïbes et des pays d'Asie du Sud, concentre son offre touristique principalement sur le territoire balnéaire au détriment des régions montagnardes qui reste à l'écart de toute politique d'innovation touristique en territoire montagnard. Cependant, le chercheur prend l'initiative de discerner dans la conclusion du présent mémoire les résultats pouvant être généralisés et ceux qui ne s'appliquent qu'au cas du Maroc.

2.4 L'éthique de la recherche

En vertu du règlement rigoureux auquel s'assujettissent les étudiants de l'Université du Québec à Montréal, le chercheur doit, avant d'entamer son processus de recherche, valider ses démarches auprès du Comité d'éthique de la recherche de l'École de Science de la Gestion. De façon très générale, la certification d'éthique a pour objectif de mener le chercheur, durant son travail de recherche, à avoir des égards envers la dignité humaine qui s'énonce en trois points saillants : le respect des personnes, la préoccupation pour le bien-être et la justice. Dès lors, pour déposer son dossier d'approbation éthique d'un projet de recherche portant sur l'humain, le

chercheur se forme scrupuleusement sur les diverses notions de l'éthique par le biais d'un didacticiel interactif régi par le Groupe en Éthique de la Recherche (www.ger.ethique.gc.ca, 2014).

Le protocole de recherche avancé par le chercheur fut, au final, approuvé par le Comité de recherche d'éthique préalablement à l'enquête de terrain. Le Comité l'a jugé conforme aux pratiques habituelles et au règlement décrété par le cadre normatif pour l'éthique de la recherche auprès des êtres humains de l'UQAM.

De prime à bord, le processus de recrutement était simple. Les participants ont été sélectionnés, sans discrimination, en fonction de leur pouvoir décisionnel et de leur degré d'implication dans le développement du sport et du tourisme au Maroc. L'origine ethnique, la langue, le sexe et la culture des participant(e)s n'ont aucune influence dans le choix des acteurs. Ces derniers ont été joints par courriel directement sur leur adresse électronique professionnelle. Leur recrutement s'est déroulé sans que le chercheur ait recours à des intermédiaires. Il n'y avait, par conséquent, aucun rapport d'autorité ou d'influence vis-à-vis des pratiquants.

La participation des répondants aux entrevues semi-dirigées n'impliquait, par surcroît, aucun risque d'inconvénient, de troubles, de malaises, de stress, d'inconfort physique, psychologique ou professionnel. La recherche ne concourait quasiment aucun risque pour les participants puisque l'on ne sollicitait des participants que leur opinion par rapport au développement d'un type particulier de tourisme. Au demeurant, l'anonymat et la confidentialité des participants ont été respectés grâce à l'utilisation d'un pseudonyme, par la conservation codée des enregistrements audio et des verbatim. Les enregistrements audio et les retranscriptions seront détruits un an après la fin du projet. De plus, les participants ont été avisés par écrit et verbalement (le jour de l'entretien) de leur droit de se retirer de l'enquête, de ne pas répondre à des questions ou de souhaiter plus tard la suppression de leur contribution. Les enquêtés

ont, en outre, été encouragés, le jour de l'entretien, à poser des questions et à faire part de leurs préoccupations quant au déroulement de la recherche.

Conclusion

Le développement touristique des nouveaux sports de plein air dans les pays du Sud est un sujet encore inexploré. Cette disposition pousse le chercheur à considérer le phénomène d'une façon large et souple. Le chapitre 2 a exposé les grandes lignes de la dynamique de la recherche du présent mémoire faisant état de la posture intellectuelle du chercheur, de son approche et de sa stratégie de recherche. Dans ce contexte, la posture épistémologique du chercheur mène vers l'interprétativisme puisque ce paradigme favorise une meilleure compréhension du phénomène étudié et s'interroge sur son sens profond. Tenant pour compte que la réalité est subjective (fondée au travers les observations du postulant et sur l'expérience des répondants) et que le tourisme sportif est une construction d'ordre social, l'orientation ontologique du chercheur emprunte le raidillon du paradigme socioconstructiviste – courant de pensée qui donne créance aux influences co-élaboratrices, constructives, aux interactions et à l'échange. Toujours dans ce même lignage, le chercheur procède par induction du fait de la rareté des observations disponibles dans la littérature autour du développement touristique des nouveaux sports dans les pays du Sud. L'approche inductive (usitée pour expliquer et interpréter des phénomènes et pour saisir leur raison d'être) permet, dans ce sens, d'enrichir la littérature via l'édification de nouvelles théories et hypothèses. Dès lors, la méthodologie de recherche est, systématiquement, qualitative et (contrairement aux techniques quantitatives) se veut être la méthode la plus appropriée pour une appréhension approfondie du phénomène étudié. Le chercheur retient pour la réalisation de son terrain de recherche des techniques de collectes de données propres à la méthode qualitative à savoir : la technique de l'analyse de contenu et la technique de l'entretien semi-directif.

En ayant recours à des procédés rigoureux dans son processus de collecte de données, d'organisation de la recherche et d'analyse des résultats (enregistrement mécanique des entrevues, retranscription des données en verbatim, révision des résultats par une tierce personne, sélection réfléchie des participants, élaboration d'un cadre théorique abouti, etc.), le chercheur atteste de la fiabilité et de la véracité des résultats de sa recherche. En dernier lieu, le Comité d'éthique de la recherche de l'École de Science de la Gestion s'est entendu pour déclarer la recherche valide, éthique et révérencieuse envers la dignité humaine, le protocole de recherche appliqué par le chercheur étant conforme aux nombreux critères souscrits par ce comité.

CHAPITRE III

LES ENJEUX D'UNE POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES NOUVEAUX SPORTS DE NATURE DANS LES PAYS DU SUD

Alors que les pays du Sud ont le considérable avantage de pouvoir varier leur offre touristique notamment grâce à leurs atouts géographiques, culturels et climatiques, la grande majorité de ces économies oriente ses politiques de développement touristique essentiellement sur le produit balnéaire. Les raisons qui les poussent à opter pour ces homologations stratégiques arbitraires en faveur du bord de mer sont nombreuses. Parmi celles-ci, l'on peut lister le manque de vision à long terme des décideurs politiques. En effet, pour amender, de façon immédiate, leur insuffisance économique, ces derniers misent énormément le tourisme balnéaire qu'ils perçoivent comme la formule la plus gagnante auprès de la clientèle occidentale (Hillali, 2003). Aussi, les arrières pays nécessitent au préalable d'importants investissements en termes d'infrastructures de base (aménagement de routes, établissement de structures d'accueil, etc.) et leur développement décourage les meneurs de projets à s'initier dans des projets touristiques difficiles et risqués (Tosun et *al.*, 2003). Mais encore, la partialité du développement touristique en faveur du produit balnéaire peut tout simplement s'expliquer par un manque d'expérience et d'encadrement technique en matière de développement et de gestion des nouveaux créneaux touristiques (Moudoud, 2003). Conséquemment, la massification des flux touristiques dans les régions limitrophes à la mer génère des complications tant au niveau écologique et économique que socioculturel. En même temps, les régions les plus enclavées des

pays du Sud, pourtant les plus nécessiteuses en termes de développement humain et économique se retrouvent désaffectées de toutes initiatives de développement touristique.

Dans le monde, la montagne figure parmi ces régions oubliées, désocialisées, mises en marge des initiatives de développement territorial et se retrouve, bien entendu, déshéritée des principales politiques de développement touristique. C'est particulièrement le cas dans les pays du Sud. Pourtant, les apports du tourisme peuvent valoir beaucoup dans le redressement de l'économie des montagnes, très souvent étreint dans les pays du Sud. Réciproquement, les curiosités naturelles et humaines des régions montagneuses, par leur richesse et leur diversité, saillissent comme des potentialités rémunératrices pour l'industrie touristique. Toutefois, l'exemple occidental fait comprendre qu'en montagne comme au littoral, les flux touristiques mal administrés finissent par se massifier et par faire pression sur le pôle environnemental et socioculturel. Si l'on prévoit, donc, le lancement de l'activité touristique dans les montagnes des pays émergents, autant que celui-ci ait pour ligne de conduite, dès le départ, une vocation soutenable – c'est-à-dire qui se conforme aux trois principaux piliers du développement durable soit le pilier socioculturel, le pilier économique et le pilier environnemental.

Bien que les notions théoriques du développement durable trouvent leur origine au milieu du XIXe siècle, l'apanage de ce concept revient à Jacobs et Sadler (1990) qui ont su traduire la complexité de cette abstraction en une illustration simplifiée composée de trois piliers (voir l'illustration 3.1).

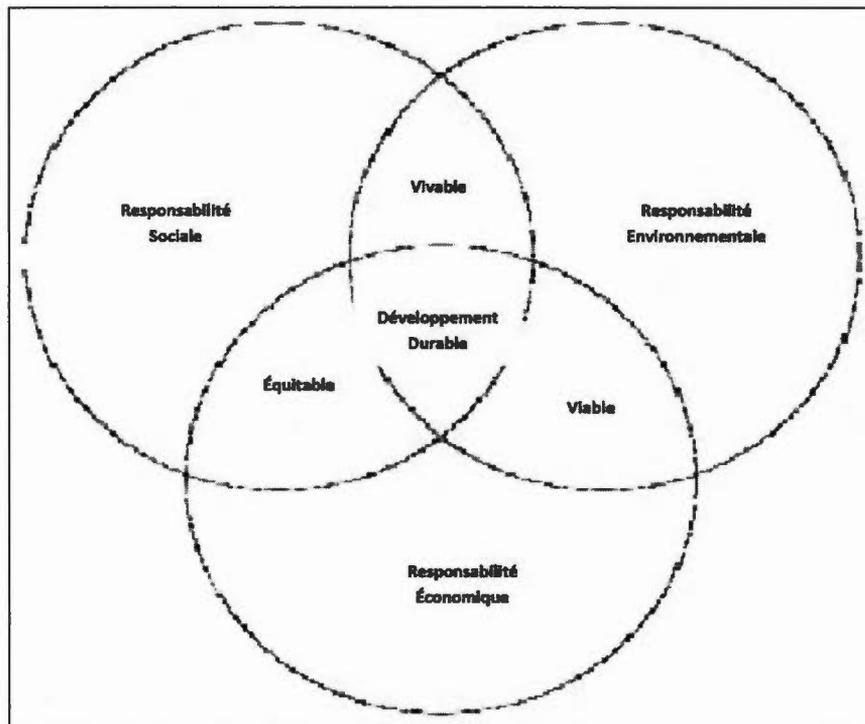


Figure 3.1– Le triptyque du développement durable

Source : Jacobs et Sadler (1990)

Au regard de ce modèle, le développement durable se veut être un terrain harmonieux où se superposent complètement et de façon équilibrée les trois piliers de l'économie, du social et de l'environnemental. En rapport au triptyque sur lequel se fonde le développement durable, ce dernier se manifeste comme la volonté de répondre aux besoins présents sans déconsidérer la possibilité pour les générations futures à satisfaire les leurs (Brundtland, 1987).

Dans cette optique, diverses formes de tourisme alternatif (solidaire, communautaire, équitable, etc.) sont sollicitées, aujourd'hui, pour leurs faveurs écologiques et sociales dans les arrières pays (Scheou, 2014 : 9). À l'opposé du tourisme de masse, le tourisme alternatif s'adapte mieux aux réalités économiques, sociales et environnementales locales et arrime à une meilleure synergie entre le visiteur et le visité (Delise et Jolin, 2007 : 40). Les dévots des voyages alternatifs et durables

donnent la priorité aux produits et aux services touristiques locaux en prévision de faire profiter davantage les populations d'accueil des retombées monétaires de leur visite (Delise et Jolin, 2007 : 40). Par ailleurs, la contribution des formes touristiques alternatives dans le triptyque du développement durable est lacunaire puisque le pilier économique reste assez retranché, ces alternatives touristiques n'apportant que très peu de retombées monétaires sur les communautés hôtes (Scheou, 2014 : 8 ; Boujrouf, 2003 : 3). À ce titre et dans la perspective de pouvoir agrémente durablement l'attractivité touristique des montagnes des pays émergents (au niveau écologique, socioculturel, mais aussi économique), les nouveaux sports de montagne semblent disposés des virtualités requises pour répondre à l'ensemble de ces livrables. À l'opposé des activités sportives traditionnelles dont les sports mondains (golf, tennis, etc.), les sports à moteur et à logistique lourde (motonautisme, voile à voile, 4X4, etc.) et les sports ascétiques (football, natation, course de fond, etc.), les sports californiens sont, en effet, porteurs de valeurs renouvelées et modernes et s'inscrivent dans une perspective d'écologisation des pratiques (Pociello, 1981 : 226).

Ainsi, le présent chapitre tente de justifier et de légitimer la nécessité pour les pays en développement d'avoir recours à une nouvelle forme de tourisme, celle des nouveaux sports de montagne, pour diversifier, de façon durable, leur offre touristique. À ce titre, l'objectif de ce chapitre est double. La première section passe en revue la littérature rédigée au sujet des nouvelles activités sportives de nature. Aux limites de celle-ci seront inventoriées les diverses appellations qui puissent s'adjuger à ce créneau touristicosportif d'une part dans le domaine du sport (activité sportive de plein air, sport de nature, sport californien, sport écologique, etc.), et de l'autre, dans le champ touristique (tourisme sportif d'action, tourisme sportif de nature, tourisme de niche, tourisme diffus, tourisme extensif, tourisme d'aventure, etc.). Ce recensement favorisera le développement des réflexions sur le contenu et permettra, à posteriori, d'apprécier l'étendue des enjeux économiques, environnementaux,

sociologiques et territoriaux qu'accrédite l'exploitation du tourisme des nouveaux sports de nature.

La seconde section dresse un état des lieux de l'activité touristique actuelle des pays du Sud majoritairement centrée sur le bord de mer et justifie le besoin de repenser durablement leur politique touristique. Il y est explicité, plus en détail, les raisons pour lesquels la montagne peut s'apprécier comme une alternative appropriée au tourisme côtier. L'auteur explique également pourquoi il est intéressant d'opter pour le tourisme sportif de nature à défaut d'agrèer l'une des diverses formes alternatives du tourisme durable (solidaire, équitable, communautaire, etc.). Puis, il élucide son choix qui porte sur le tourisme sportif de montagne estival (extensif) au lieu du tourisme sportif de montagne hivernal (intensif). Au final, l'emphase est mise sur l'intérêt d'entreprendre la mise en tourisme des nouveaux sports estivaux de montagne (sports californiens) au détriment des pratiques sportives ascétiques, mondaines et motorisées dites « traditionnelles ».

3.1 Les sports californiens : concept et définition

Le parapente, le base-jumping, le rafting et le canyoning sont toutes de nouvelles activités ludiques de plein air qui ont récemment émergé dans le monde du loisir suite à la révolution de la culture sportive contemporaine (Bourdeau, 1991 : 72). Pociello (1981 : 172) baptise ces nouvelles activités récemment importées « Sports californiens » d'une part, pour signifier leur origine géographique, généalogique et culturelle, et de l'autre, pour faire référence à une structure motrice particulière et un style singulier de pratiques. Ces nouveaux sports, qui ont réussi à percer dans le monde des loisirs, représentent un marché en pleine croissance et s'imposent comme l'une des principales composantes de l'offre touristique de plusieurs régions partout dans le monde occidental, (Chabert et *al.*, 2014 : 3). Pour autant, le qualificatif

« nouveau » attribué aux sports californiens ne tient pas tant de leur profil novateur ni même du caractère récent de leur diffusion, car comme le soulignent Dienot et Theiller (1999 : 42), l'origine de leur conception découle bien souvent d'activités anciennes ou toujours existantes. Dans la continuité de ses écrits, Bourdeau (1991, 1995, 1998) a, de son côté, introduit la notion des tendances de la culture sportive contemporaine pour expliquer l'émergence de ces nouvelles pratiques touristiques estivales. Cette révolution culturelle des usages sportifs serait irriguée grâce au phénomène de favorisation des sports individuels, fruits d'un mouvement de mentalité vers le néo-individualisme et vers la mode du corps, au détriment des sports collectifs. La diversification des modèles de pratiques sportives, la segmentation des disciplines et leur ajustement vis-à-vis aux asservissements de la vie urbaine comptent aussi parmi les facteurs agenceurs de cette transfiguration de la culture sportive. En dernier lieu, ce renouvellement de valeur à l'égard du sport serait aussi stimulé par l'extension du mythe de l'aventure dans la nature reflétant, dans l'imaginaire des pratiquants, la représentation du dynamisme, de la performance et de la compétitivité (Bourdeau, 1991). Ce sont justement les caractéristiques fondamentales liées à cette révolution culturelle des usages sportifs en montagne qui fait la différence entre nouveaux sports et sports traditionnels (Dienot et Theiller, 1999 : 42). Parmi ces caractéristiques se listent : la possibilité de pratiquer individuellement l'activité sans nécessairement avoir à intégrer une collectivité, la tolérance à l'insertion dans un groupe quand ce dernier est de petite taille et composé de façon informelle dénuée de toutes sortes de structurations sociales imposées, l'implication et la participation active du pratiquant au cœur de son expérience sportive et, finalement, l'utilisation du milieu naturel et des éléments (eau, air, terre, roche, vent, glace et neige) comme support et comme cadre constitutif de la pratique (Dienot et Theiller, 1999 : 42).

L'approche socioculturelle de Pociello (1981 : 220) propose une typologie des sports basée sur une référence temporelle et fait clairement la distinction entre anciens et

nouveaux sports. Le tableau 3.1 met en avant les différentes catégories d'anciens sports et étudie les contrastes qui les distinguent des nouvelles activités sportives.

Tableau 3.1 – Système d'opposition entre les anciens sports et les nouveaux sports

Anciens sports →	Système d'opposition		← Nouveaux sports
Sports mondains : Tennis, golf, etc.	Traditionnelles - mondaines "Selects" et protégées Espaces aménagés sophistiqués Long rituel d'apprentissage Pratique sans risques	Non conformistes - folkloriques "Ouvertes" Nature sauvage Apprentissage rapides Pratiques à hauts risques	Sports de glisse : windsurf, Kite surf, vol libre, speed sail, etc.
Sports motorisés : Yachting de croisière, motonautisme, sports mécaniques, etc.	Engins carénés Appareillages lourds Motorisation Dépense de carburant Fortes contraintes matérielles En club	Engins sans carénages Appareillages légers "Écologisation" Exploitation des énergies douces "sports libres" Pratiques "sauvages"	
Sports ascétiques : Football, natation, athlétisme, etc.	"Le muscle" Compétitions "Contre les adversaires" Qualification dans la performance Éthos de solidarité Sacrifices et satisfactions différées Ascèse	"Les réflexes" Rivalités occasionnelles " Contre les éléments" La qualification de l'exploit Individualisme "forcené" Satisfaction immédiate "Plaisir"	

Source : Pociello (1981 : 222)

Pociello (1981 : 222) répartit les anciennes activités sportives en trois catégories (les sports mondains, les sports motorisés et/ou à logistique lourde et les sports ascétiques). Le golf, le tennis sur terre battue, etc. adhèrent aux pratiques mondaines ou « sélectes ». Les sports mondains n'impliquent aucun risque et requièrent des espaces aménagés et entretenus ainsi qu'un long rituel d'apprentissage. Différemment, les sports californiens, marqués par leur non conformisme, se pratiquent dans les milieux sauvages, se démarquent par leur apprentissage tardif et rapide et par le haut

degré de risque qu'implique leur exercice. L'ULM, les rallyes, le yachting, etc., sont des pratiques motorisées (et/ou à logistique lourde), se moulent dans le particularisme de la motorisation, nécessitent, donc, d'importantes dépenses en carburant, impliquent de fortes contraintes matérielles, privilégient le confort et s'organisent autour des clubs. Par opposition, les nouveaux sports s'intègrent dans le paradigme d'écologisation (appareillage léger qui se manœuvre par le biais des énergies douces), délaissent le confort et se pratiquent de façon diffuse, sauvage et libertine. En dernier lieu, les sports populaires et les sports collectifs (athlétisme, course de fond, football, rugby, etc.) forment la catégorie des pratiques sportives ascétiques. Indépendamment de ces sports populaires et collectifs, les nouveaux sports de glisse privilégient le recours au réflexe plutôt qu'à la force, s'inscrivent dans un cadre de rivalité occasionnelle plutôt que dans un modèle compétitif, revendiquent l'exploit accompli au lieu de la performance rendue, prônent l'individualisme au détriment de la solidarité et apportent du plaisir et de la satisfaction instantanés et s'écartent des principes d'ascèse et de sacrifice.

Les observations comparatives de Pociello (1981) qui permettent d'apprécier la différence entre anciennes et nouvelles activités sportives semblent transmettre une connotation plutôt favorable à l'égard des sports californiens. Par exemple, l'aspect écologique revient souvent pour souligner la différence qui existe entre les sports de glisse et les sports à moteur de par l'usage d'un appareillage léger et écologique qui favorise l'exploitation d'énergie douce au détriment du carburant. Au-delà, les fondateurs et initiateurs des sports californiens se démarquent par leur dynamisme, leur intellect et leur inclinaison pour l'abord écologique dénote Pociello (1980 : 221). Il ajoute que ces derniers promulguent tout un art de vivre bâti sur les principes d'exploitation d'énergies douces, sur le « qualitatif » et sur « l'informationnel ». Mais encore, les nouveaux sports estivaux qui se pratiquent en petits groupes et s'exercent de façon diffuse se veulent être écologiquement et socialement plus supportables que les activités sportives hivernales (Bourdeau, 1995 : 73). Touristiquement parlant, les

nouveaux sports estivaux « diffus » témoignent d'une forme de propagation multipolaire qui contraste le modèle de polarisation et de massification propre aux activités touristiques hivernales, le ski en l'occurrence (Bourdeau, 1995 : 73). Par ailleurs, les sports californiens, en phase avec les mœurs modernes devancent les sports ascétiques et les sports mondains en termes d'affermissement de l'attractivité touristique d'une destination. Bourdeau (1991 : 65) précise, à cet effet, que le renouvellement des activités sportives estivales, au début des années 1980, a su dynamiser le gisement touristique des monts des pays industrialisés au moment où les pratiques traditionnelles (golf d'altitude, tennis, football, natation, etc.) connaissaient une dévalorisation radicale. Les sports traditionnels ont connu, après la Deuxième Guerre mondiale, une « dépréciation sociale » depuis leur vulgarisation et leur progressive propagation aux autres groupes sociaux explique Pociello (1981 : 220). La dévaluation des anciens sports a fini par galvaniser « une tendance marquée au *glissement* de certains groupes de pratiquants vers des activités individuelles plus rares et plus risquées (donc plus prestigieuses) et en opposition en tous points avec les formes honnies de « l'animalisme sportif » ou avec les dimensions les plus traditionnelles du sport », éclaircit Pociello (1981 : 221). Hormis les écrits de Pociello (1981), de Bourdeau (1991, 1995, 1998) et de Dienot et Theiller (1999), les recherches qui s'intéressent déterminément aux « nouveaux » sports sont très rares. Souvent, les sports californiens s'abordent, de façon synoptique, sous d'autres dénominations plus larges tel les sports de nature, le tourisme sportif et les diverses variantes qui sont intrinsèques à ces deux domaines. Pour contourner la carence littéraire qu'essuient le concept des sports californiens, un travail d'analyse et dépuration de la lexicographie scientifique du sport et du tourisme est nécessaire pour soutenir le développement de réflexion autour de ces nouvelles activités sportives et de leur mise en tourisme.

3.1.1 Les nouveaux sports estivaux de montagne dans le lexique sportif

Les nouvelles activités ludosportives et récréotouristiques s'enregistrent communément dans les rangs des sports de nature dont la notion antagonique prête à confusion et diffère d'une personne à une autre (Fontugne, 2004 : 16). Comme l'anticipe Beauchard (2004 : 8), un exercice de spécification et de clarification est de mise pour pouvoir émettre une réflexion sur leur contenu. À ce titre, Beauchard (2004 : 9) ouvre le volet analytique et immatricule aux six termes les plus usités en langue française des filtres et des connotations spécifiques à chacun. Ainsi, l'expression « sport de plein air », probablement la plus ancienne, est très usuelle dans le lexique employé par certains gouvernements (la France notamment) et évoque davantage des notions liées à la santé et à l'hygiène (Beauchard, 2004 : 9). Le terme « activités physiques de plein air » est une appellation plus utilisée par les institutions sportives et fait plutôt référence à des activités enseignées et encadrées (Beauchard, 2004 : 9). La notion d'« activités sportives de pleine nature » met l'accent sur le mot sport et fait surtout allusion à l'idée de compétition sportive en pleine nature. À contrario, le terme « activités de pleine nature » est une tournure teintée d'un imaginaire naturel et écologique qui se tient à l'écart de toute notion de compétitivité sportive (Beauchard, 2004 : 9). L'élocution « loisirs sportifs de nature » se raccommode beaucoup à la précédente si ce n'est que le mot nature qui remplace la pleine nature laisse croire qu'il s'agit plus d'une nature aménagée (Beauchard, 2004 : 9). Enfin, par rapport aux cinq premières définitions, le « tourisme sportif » est une expression qui appartient au vocabulaire des collectivités territoriales et du secteur du tourisme et renvoie principalement à la dimension économique des sports de nature en faisant abstraction de leurs fonctions éducatives, hygiénistes ou sportives (Beauchard, 2004 : 9). On peut argumenter que la façon la plus appropriée pour définir les nouveaux sports de nature est l'élocution « activités de pleine nature » puisque ces activités s'exercent librement (en dehors du cadre compétitif) et dans une nature

sauvage non aménagée (Pociello, 1981 : 222). D'une autre façon, Corneloup (2002) recense les sports de nature par rapport à la spatialité de leur pratique. De cette dialectique, trois filiations de sports sont identifiables à savoir : les sports « indoor » pour faire part des activités sportives intra-urbaines, les sports « around-door » qui se développent à la périphérie des stations touristiques et les sports « outdoor » qui s'étendent dans les milieux naturels peu aménagés. Pour leur part, plusieurs auteurs (Fontugne, 2004 ; Chabert et *al.*, 2014 et Beauchard, 2004) s'arrêtent sur la notion des sports motorisés pour discuter de la légitimité de leur position au sein du champ touristicosportif de nature. Les sports à moteur pratiqués en milieux naturels se statuent sur le plan législatif comme étant des sports de nature, indique Fontugne (2004 : 16). Mais leur insertion dans la dimension des sports de nature soulèvent de nombreux débats et remet ainsi en question la contribution du tourisme sportif de nature au développement durable des territoires (Fontugne, 2004 : 16). Tout en donnant raison aux dires de Fontugne (2004) et de Beauchard (2004 : 11), Chabert et *al.*, (2014 : 4) rajoutent que les sports motorisés et les sports non motorisés font l'objet d'une dichotomie littéraire qui les dissocie clairement au point que certaines définitions des sports de nature excluent les sports à moteur sous toutes leurs formes. À point nommé, les nouveaux sports se différencient justement des sports à moteur grâce à leur appareillage léger, sans carénage et écologique (Pociello, 1981 : 222).

En substance, ces nouveaux sports issus de la révolution culturelle, en 1980 en Occident, se font connaître, au travers de la littérature, sous diverses dénominations. Ce sont des activités de pleine nature (APN) aux dires de Beauchard (2004) puisqu'elles se pratiquent dans un cadre naturel, non aménagé, en dehors de tout esprit de compétition. Pour les mêmes raisons, Corneloup (2002) leur attribut le nom de sports « outdoor » pour les discerner des sports intra-urbains et de ceux qui se pratiquent en périphérie. Dans la continuité de ses réflexions, Pociello (1981) les reconnaît comme des « sports écologiques », des « nouveaux sports » et des « sports californiens » puisque ceux-ci sont porteurs, au rebours des anciennes pratiques, d'une nouvelle

culture sportive non-conformiste, libertine, hédonique, gratifiant la pratique sauvage, écologique et à haut risque. La revue de ces appellations permet de mieux comprendre les nouveaux sports de nature et de les situer dans la sphère sportive. Mais puisque dans le cadre de ce mémoire, l'intérêt s'oriente davantage sur leur mise en tourisme, un exercice de spécification de ces activités dans le contexte touristique est tout aussi valable et instructif.

3.1.2 Les nouveaux sports estivaux de montagne dans la sphère touristique

À l'interface du sport et du tourisme, les nouveaux sports de montagne s'intègrent communément sous l'écusson générique du tourisme sportif. La notion du tourisme sportif est relativement récente par rapport à celles du sport et du tourisme (Brent et Daryl, 2004 : 2). Les scientifiques (Pigeassou, 2002 ; Standeven et Knop, 1999 ; Gibson, 1998) se concertent pour analyser le tourisme sportif de façon typologique. À ce titre, Gibson (1998 : 2) décrit le tourisme sportif comme « [l]eisure-based travel that takes individuals temporality outside of their home communities to participate in physical activities, to watch physical activities, or to venerate attractions associated with physical activities. ». De cette définition, il est possible de compter trois formes de tourisme distinctes, soit le tourisme sportif d'action, le tourisme sportif événementiel et le tourisme sportif de nostalgie. L'illustration 3.2 de Ritchie (2005 : 160) expose les trois principales variantes sous-jacentes du tourisme sportif et avance pour chacune d'entre elles des exemples concrets.

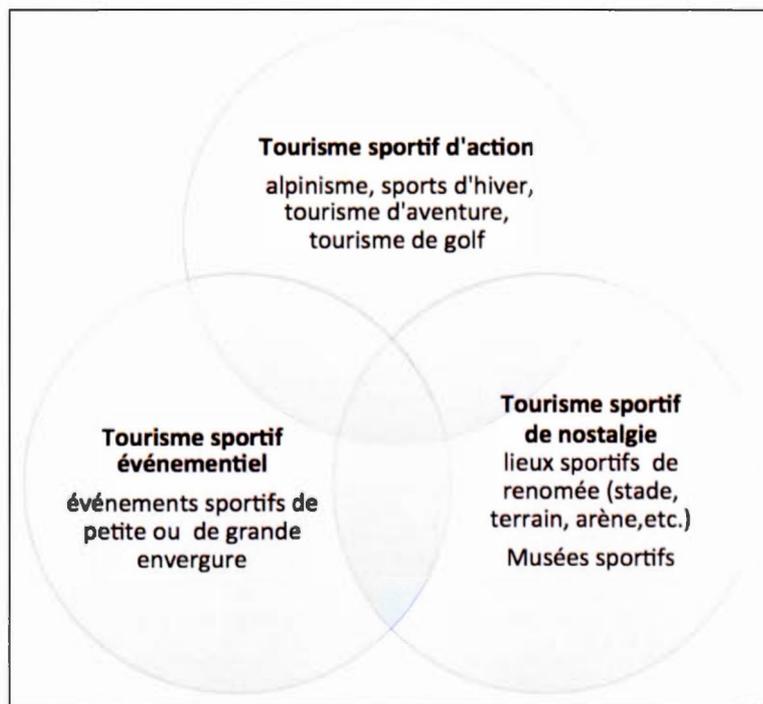


Figure 3.2 – Les trois catégories du tourisme sportif

Source : Ritchie (2005 : 160)

Les nouveaux sports de montagne par leur nature individualiste, qui n'entrent pas dans une sphère de compétition et qui ne suscitent pas encore l'intérêt d'organiser des événements de grande envergure, se catégorisent logiquement sous l'apanage du tourisme sportif d'action. L'illustration 3.3 de Sobry (2005 : 51) présente le spectre des activités du tourisme sportif d'action où l'on retrouve quelques sports californiens, dont le canyoning, les sports d'eaux vives et les sports aériens.

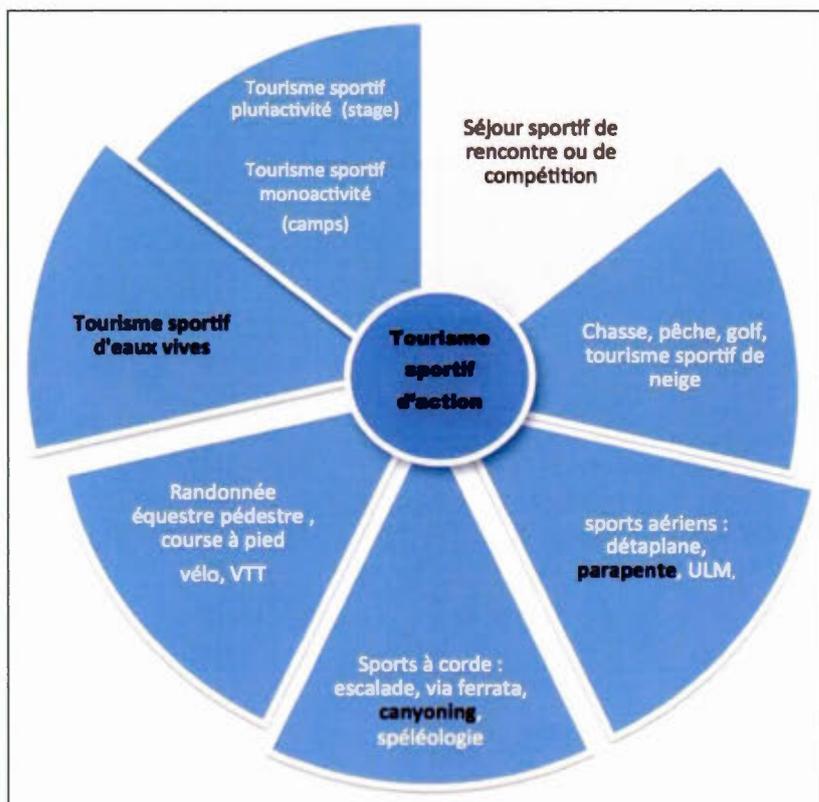


Figure 3.3 – Le spectre des activités du tourisme sportif d'action

Légende : courts séjours ; courts et longs séjours

Source : Sobry (2005 : 51)

Pigeassou (2002 : 50) explique que les sports du tourisme actif « constituent un large spectre d'activités où toute personne ou groupe de personnes peut trouver une activité de référence en rapport avec un éventail de niveau d'habileté (de la randonnée au golf en passant par les sports aériens) et avec une échelle d'implication physique et énergétique ». La sphère du tourisme sportif d'action réfère notamment à une forme de tourisme dite « d'aventure » qui considère, d'une façon archétypale, les nouveaux sports estivaux de montagne. À ce titre, bon nombre d'activités de plein air (dont le rafting, le canoing, le parapente, le parachutisme, etc.) sont considérées comme des produits types du tourisme d'aventure (Buckley, 2010 : 11)

Shephard et Evans (2010 : 203) soulignent que dépendamment des niveaux de risque et de danger encourus par la pratique des sports d'aventure, cette forme de tourisme se scinde en deux variétés soit l'aventure douce et l'aventure extrême. Sommairement, l'aventure douce implique un degré de risque plutôt faible, ne requiert pas un niveau d'expérience poussé et peut être, du coup, pratiquée par tout le monde (Shephard et Evans, 2010 : 203). À l'opposé, l'aventure extrême exige au pratiquant une solide expérience et une parfaite maîtrise de l'activité pratiquée puisque les risques encourus sont élevés (Shephard et Evans, 2010 : 203). Les sports californiens estivaux se répartissent, selon les observations d'Adventure Tourism Market Report (2010 : 2) dans les deux grades du tourisme d'aventure, le canyoning étant, par exemple, estimé comme un sport extrême ; le rafting plutôt comme un sport doux. Les sports de vol libre se comptent aussi parmi les activités douces puisque celles-ci privilégient le spectacle, la contemplation et la communication avec la nature (Dienot et Theiller, 1999 : 43).

Pour Ali-Knight (2011 : 33), le tourisme sportif et le tourisme d'aventure se rangent sous le diapason du tourisme de niche qui, à l'encontre du tourisme de masse, est du ressort d'un petit nombre de touristes ayant intérêt pour des activités différentielles et exclusives.

Robinson et Novelli (2005 : 5) font la distinction entre les macro-niches touristiques (des marchés relativement larges c'est-à-dire le tourisme sportif, le tourisme rural, etc.) qui peuvent encore se segmenter en microniches très ciblées (le géotourisme, le cyclotourisme, etc.). Ainsi, compte tenu de ce discernement, les sports californiens sont une microniche touristique sous-jacente au tourisme sportif d'action qui constitue leur macroniche. En adoptant une approche spatiale fondée sur les processus de localisation et de structuration territoriale occasionnée par les flux touristiques, Bourdeau (1995 : 73) introduit la notion de tourisme diffus pour parler,

spécifiquement, des nouveaux sports estivaux de montagne. Par opposition au tourisme hivernal enclavé, la notion du tourisme diffus témoigne d'une forme de propagation multipolaire qui contraste le modèle de polarisation propre aux stations de ski (Bourdeau, 1995 : 73).

Déjà, au décri des diverses appellations attribuées aux nouveaux sports de montagne, un entendement de durabilité semble se dégager du contenu que ce soit dans le contexte sportif (sports écologiques, sports de plein air) ou dans le contexte touristique (tourisme diffus, tourisme extensif). Alors que les pays en développement ont tout le potentiel géographique et climatique pour entreprendre le développement de ce créneau touristique novateur et réputé plus durable que d'autres, leurs principales stratégies au niveau du tourisme s'axent vers une mise en marché de leurs atouts balnéaires et à moindre mesure autour du produit culturel. Le point suivant explique plus en détail pourquoi ces pays ont tout intérêt à tenir en ligne de compte les sports californiens dans leurs politiques de développement territorial et comment ce nouveau créneau touristique peut participer activement à la croissance économique, socioculturelle et environnementale de leurs arrières pays.

3.2 Le modèle de développement touristique des pays du Sud : un sectarisme marquant sur le littoral au détriment des arrières pays

Le littoral, classé aujourd'hui encore première destination touristique (Bourdeau, 1998 ; Bloc-Duraffour et Mesplier, 2011 ; Dreyfus, 2002, Duhamel et Knafou, 2003), se manifeste avec imminence comme le berceau du tourisme de masse. « International mass tourism came of age in the coastal and islands of Mediterranean Europe in the decades after the late 1950s », annonce Bramwell (2003 : 1). Mais encore, « [l]es littoraux constituent la première destination touristique, au point d'être associés spontanément à l'idée de vacances », renchérissent Bloc-Duraffour et Mesplier (2011 : 72). Cependant, si les pays occidentaux parviennent à régionaliser

les flux touristiques dans des territoires autres que le littoral (la campagne, la ville et la montagne), le tourisme des pays en développement et les espaces qui lui sont dédiés restent, en revanche, polarisés essentiellement sur le produit balnéaire (Bloc-Duraffour et Mesplier, 2011 : 63).

L'offre touristique de ces pays s'apparente, selon Vu Man (2007 : 29), en quelques traits communs : (1) ce sont en général, des grands pays avec de larges bassins de populations et des revenus intermédiaires, faibles ou élevés ; (2) les voyageurs s'accaparent, en grande majorité, d'une position assez confortable dans l'exploitation de cette industrie ; et (3) le tourisme des industries émergentes se reconnaît aussi par la prépondérance évidente du produit balnéaire, ces pays étant reconnus pour être des destinations « Sun, Sea& Sand » (Vu Man, 2007 : 29). De même, Weaver (1998 : 49) Remarque que « [t]he pleasure periphery consists of several discontinuous 3S-oriented subregions [...] ». En effet, les flux touristiques ont tendance à se concentrer autour du bassin méditerranéen, du littoral de la mer noire, du bassin des Caraïbes, des côtes pacifiques du Mexique, des mers de l'Asie du Sud Est et dans l'océan indien. Sur cet entendement, Hillali (2003 : 75) stipule que « [l]'association mer, plage, soleil constitue, en effet, le trio hégémonique de la motivation des déplacements touristiques, faisant de la station balnéaire et de sa coquille hôtelière la cible préférée, à la fois, des actions gouvernementales et des demandes touristiques, avec comme but le bronzage, le loisir et la détente ». En fin de compte, l'explosion massive des espaces côtiers, qui depuis les années 1930 se limitait en Europe et en Amérique du Nord, s'universalise au début des années 1960 quand l'afflux des estivants se déchaîne, à l'avenant, dans les pays du sud limitrophes aux océans et à la mer (Bloc-Duraffour et Mesplier, 2011 : 94).

C'est d'ailleurs pour répondre à la demande du marché touristique occidental qui, au début des années 1960, ne manifestait que très peu d'intérêt pour les curiosités socioculturelles des populations du Sud, que les efforts de développement touristique

s'axent massivement vers la mise en tourisme du produit balnéaire (Hillali, 2003 : 74). Les États émergents, pour qui l'industrie touristique fut révélée comme un remède miracle aux maux économiques, ont impulsivement opté pour une stratégie de développement quantitative fondée sur un besoin avide d'accroître les infrastructures, les emplois, le nombre d'arrivées et les recettes liées au tourisme. Dans cette perspective de croissance économique, la dimension qualitative du développement touristique a donc été mise à l'écart pendant qu'en occident la question écologique de l'expansion du tourisme dans les espaces côtiers commençait à faire l'objet de débats houleux (Hillali, 2003 : 74). Les effets pervers du tourisme de masse sont, en effet, beaucoup plus intenses dans les pays en développement qui ne disposent pas de programmes d'encadrement adaptés aux activités touristiques corrobore Piquemal (2010 :22)

À ce propos, des sermons protectionnistes viennent nuancer les exaltations glorieuses que l'on administre habituellement à l'industrie du voyage. Le tourisme serait capable du meilleur comme du pire et ferait transparaître une certaine ambivalence quant aux retombées que génère son exploitation. En effet, si le tourisme est décrit dans un discours progressiste comme une locomotive de création de richesse et d'emplois et comme un outil d'amélioration de la qualité de vie dans les pays pauvres, l'industrie a le démerite de se faire remarquer pour ses impacts négatifs au niveau des trois piliers du modèle de développement durable tel qu'établit par ses fondateurs Jacobs et Sadler (1990). La question est de savoir quelles sont les issues soutenables au tourisme balnéaire et parmi celles-ci, laquelle serait la mieux adaptée pour le cas des pays émergents.

3.2.1 Le tourisme côtier face au paradigme du développement durable : quelles avenues soutenables

Sous le parage du paradigme naissant du développement durable, les lumières des projecteurs se sont inclinées sur le tourisme de masse levant ainsi le voile sur ses altérations tant sur le plan écologique (impacts physiques sur les écosystèmes, consommation démesurée de ressources naturelles, pollution multiforme, etc.), et sur le plan social (diffusion d'une aptitude de servilité, bouleversements sociaux par l'acculturation des communautés visitées, incitation à la corruption, à la prostitution et au dévoiement, etc.), que sur le plan économique (pression foncière, augmentation du niveau de vie, exclusion des régions à faible potentiel touristique des plans de développement, etc.).

Pour le cas des pays du sud limitrophes à la mer et à l'océan, les zones côtières bénéficient, certes, des meilleures initiatives de développement au détriment des arrières pays, mais encaissent, à bout portant, la majorité des effets néfastes issus du tourisme. Une vaste littérature érigée autour de la durabilité du tourisme donne un aperçu des impacts de cette industrie sur les littoraux des pays en développement. Par exemple, l'étude de Solomon (2006 : 224) qui porte sur l'expansion touristique des petits états insulaires en développement dénonce la dépravation de l'authenticité et de la beauté des lieux par la prolifération incontrôlée des installations touristiques, le laminage des plages occasionné par l'extraction du sable à des fins touristiques ainsi que les perturbations écologiques (destruction des habitats d'une grande variété d'animaux) et géologiques (élévations du niveau de la mer) provoquées par la déforestation des Mangroves. Le Centre indien de recherche et de formation et d'éducation (CIRFE, 2006 : 131) aborde le cas de l'Inde où la touristification immodérée des zones côtières accompagnées du développement effréné des activités portuaires et de loisir exerce une pression foncière sur l'intégralité du littoral soit sur les 10 états côtiers et sur les deux groupes d'îles du pays. Magnan (2009) et Coudert

(2008) discutent des tendances et des perspectives de la mise en tourisme du littoral méditerranéen face au changement climatique. Plusieurs autres recherches s'attardent sur les déséquilibres sociaux et territoriaux engendrés par le tourisme quand son développement converge, de façon racinaire, sur les zones côtières laissant en marge le reste des arrières pays. Tel est d'ailleurs le cas de la Turquie comme le rapportent Tosun et *al.* (2003 : 108), d'Acapulco, de Mazatlán et de Cancún au Mexique (Piquemal, 2010 : 6), de la Croatie (Bramwell, 2003 : 10) et aussi pour le cas des pays sud-méditerranéens (le Maroc, l'Algérie, la Tunisie, l'Égypte, la Jordanie et la Syrie) qui se démanchent encore pour apporter une alternative à leur offre touristique balnéaire (Agence française de développement, 2008 : 10).

Allant de pair avec le dogme du développement durable, les contributions qui discutent sur le développement touristique des destinations (Butler, 1980 ; Miossec, 1976 ; Gormsen, 1981 ; Plog, 1979) proposent uniment des modèles où l'avitissement des lieux se décrit comme une finalité imminente du tourisme de masse. L'illustration 3.9 de Butler (1980 : 7) reste la plus employée et la plus appropriée pour symboliser les circonstances auxquelles se heurtent les bords de mer des pays en développement.

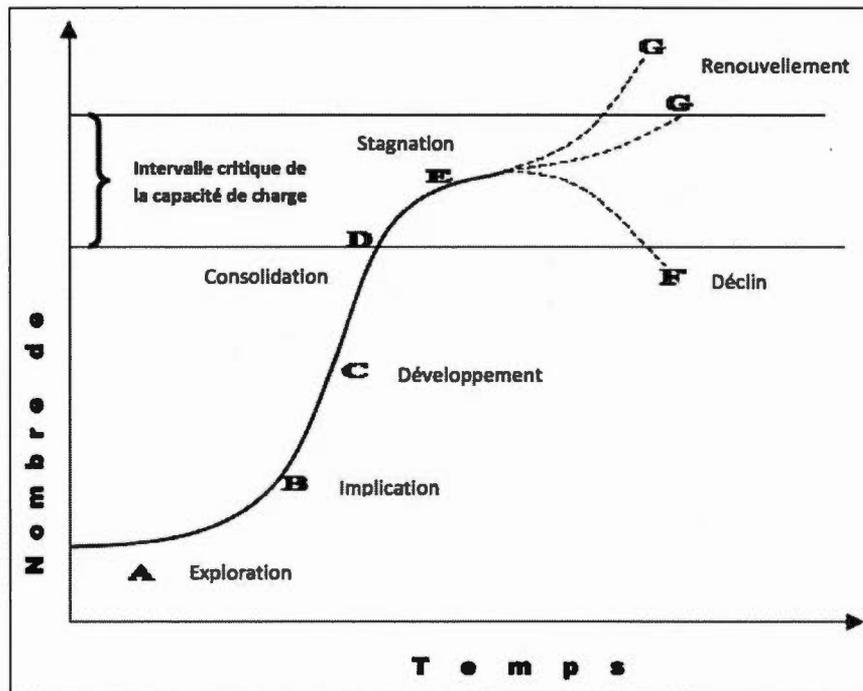


Figure 3.4 – Le cycle d'évolution des destinations touristiques
Source : Butler (1980 : 7)

Le modèle de Butler (1980) dépeint le cycle de vie d'une destination en fonction de l'accroissement du nombre de touristes dans le temps. La courbe commence par la naissance d'un lieu touristique durant les phases de découverte ou d'exploration (reconnaissance des potentialités d'un nouveau lieu) et d'implication (participation des acteurs dans la mise en tourisme de ce nouveau lieu). Puis, les phases de développement et de consolidation rendent compte d'une importante croissance de l'offre touristique et de la fréquentation qui graduent dans le temps en corrélation. Les dernières phases (phases de stagnation, phases de saturation) se caractérisent par un accroissement volumineux des flux touristiques auquel s'occasionnent une accession du transport de masse, un élargissement notable des structures d'hébergement en nombre et en diversité (multiplication des stations et des multinationales) et l'incrustation des grands voyagistes dans la mise en marché touristique de la destination (Deprest, 1997 : 35). La crise d'une destination touristique vient de là. Les

impacts socioculturels, écologiques et économiques évoqués ci-dessus se manifestent ostensiblement durant la phase de déclin où les touristes fuient les lieux profondément dénaturés vers d'autres périphéries infréquentées (Deprest, 1997 : 35).

Au gré des indications préoccupantes recensées sur les impacts du tourisme de masse en zone côtière, et par rapport au modèle de Butler (1980) sur l'évolution du cycle de vie d'une destination, la nécessité de prendre en compte des mesures correctrices à l'offre touristique des pays émergents s'inscrit comme une considération providentielle. En ces termes, l'assimilation des prérogatives du tourisme durable dans les politiques de développement touristique peut se voir, en effet, comme un décret salutaire tant pour la préservation des littoraux surexploités que pour la bonne continuité de l'activité touristique à long terme. Établie tardivement lors du sommet de la terre à Rio en 1992, la notion de tourisme durable s'introduit comme une déclinaison ergonomique des principes du développement durable adaptée aux caractéristiques de l'industrie touristique (Clarimont et Vlès, 2011 : 21). De façon générique, l'OMT (1998) le décrit comme un développement touristique qui « satisfait les besoins actuels des touristes et des régions d'accueil tout en protégeant et en améliorant les perspectives pour l'avenir. Il est vu comme menant à la gestion de toutes les ressources de telle sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique, et les systèmes vivants ». Aux dires de Fennell (1999 : 136), la pratique du tourisme durable peut prendre deux tournures : d'une part, son usage peut s'appliquer directement au tourisme de masse et s'inscrit, donc, comme une tentative de raccommodement de l'exploitation touristique aux trois principes fondamentaux du développement durable, et d'autre part, l'exploitation touristique soutenable peut se nicher dans une forme alternative du tourisme plus appropriée aux réalités sociopolitiques et économiques locales des pays visités. L'illustration 3.5 de Butler (1996 citée dans Fennel, 2003) simplifie l'appréhension des deux types de pratiques touristiques durables.

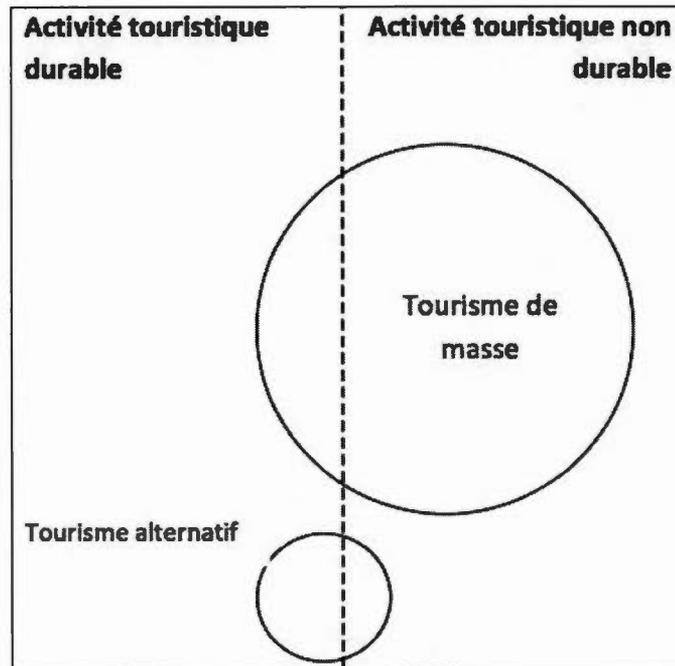


Figure 3.5 – La pratique du tourisme durable
 Source : Butler (1996) cité dans Fennell, 2003)

Deux canevas s'avèrent donc fructueux pour une exploitation touristique durable des pays en développement : soit que l'on ravaude l'exploitation touristique actuelle des côtes aux conventions du développement durable soit que les décideurs politiques envisagent le développement d'un tourisme alternatif dans un territoire autre que le littoral.

Aux limites de la première perspective, de nombreuses actions et réflexions sur la protection environnementale des espaces côtiers ont déjà été agencées. Par exemple, la convention de Barcelone pour la protection du milieu marin et du littoral de la méditerranée a été signée en 1976 et amendée en 1995 (Coudert, 2008 : 3). Le programme Plan Bleu établi en 1977 pour un tourisme durable en régions maritimes propose un label de qualité et un système de suivi de la durabilité du tourisme méditerranéen (Bourse, 2012 : 31). Magnan (2007 : 37) met en avant une grille

analytique pour évaluer la vulnérabilité des territoires touristiques littoraux face aux changements climatiques. Le manuel du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE, 2009 : 52) met en ordre une approche intégrée de planification et de gestion du tourisme durable côtier. Sans conteste, les réflexions sur l'assimilation des quelques préceptes du tourisme durable sur les formes de voyages massives du littoral et leur concrète application sur le terrain sont essentielles pour le devenir et le dynamisme de l'industrie dans cet espace fragile. Cependant, ces mesures restent dirigées sur un territoire déjà à l'apogée de sa mise en tourisme alors que les régions les plus reculées, souvent les plus nécessiteuses, se retrouvent évincées de toute politique de développement. Or, ce qui est rigoureusement convoité de cette industrie est, entre autres, sa capacité à stimuler la création et la croissance d'entreprises, à favoriser le développement de l'infrastructure et des services de transports, à apporter une contribution à l'assiette fiscale, à renforcer les institutions éducatives et communautaires, à épauler le développement économique local et soumettre aux populations des moyens d'existence, à générer une émulation envers la culture locale et les ensembles patrimoniaux pour en assurer la protection, la restauration et la revitalisation, etc.

Sur le sillage des acceptions positives qui reviennent au tourisme, la perspective de promouvoir une forme alternative de tourisme ailleurs que dans le littoral peut s'escompter comme une excellente option de développement touristique durable pour les pays du Sud. La question est de savoir si d'autres milieux ont le potentiel de contrebalancer le développement du tourisme balnéaire. Les montagnes qui, d'ordinaire, souffrent le plus d'ostracisme, peuvent, à ce titre, compter comme un postulant sensé pour ventiler les flux touristiques ailleurs que dans le littoral, pour diversifier le portefeuille des produits touristiques des pays du sud et pour bénéficier, en retour, des diverses retombées positives de l'industrie touristique.

3.2.2 La montagne comme alternative durable au tourisme côtier ?

Les initiatives de développement du tourisme dans un milieu défavorisé s'inscrivent dans une politique de gestion des flux touristiques soutenables. Celle-ci favorise le recours à des coopérations interrégionales en vue de proposer des loisirs et des thèmes de découvertes complémentaires. Au travers de cette volonté, il sera possible, à la fois, d'éviter la massification touristique enclavée sur le bord de mer et de donner aux autres régions indigentes au niveau humain et économique l'opportunité de bénéficier des retombées productives du tourisme.

Parmi les territoires les plus désocialisés, les régions montagnardes ont la réputation d'être les plus adynamiques du globe au niveau socioéconomique. Au décri de la littérature et de la recherche, les peuplements des montagnes sont les plus appauvris et les plus désavantagés du monde (Veith, 2013 ; Godde et *al.*, 2000 ; Boujrouf, 1996). La Commission interacadémique de la Recherche alpine de Suisse (ICAS, 2012) révèle qu'environ 40 % des populations vivant dans les monts des pays pauvres et en développement sont menacées par l'insécurité alimentaire. Aussi, l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (ONUAA, 2013) estime que 78 % des terrains montagnards sont inappropriés pour l'activité agricole. L'accès périlleux et l'éloignement entravent les initiatives de développement de ces régions reculées (Veith, 2013 : 5). Les populations souffrent également de la nonchalance gouvernementale en termes d'administration de services fondamentaux (les soins, la santé et l'éducation en l'occurrence), et subissent bien souvent une marginalisation politique, sociale et économique (Veith, 2013 : 6). En étudiant le cas des montagnes marocaines, Boujrouf (1996 : 39) confirme que les disparités entre la montagne et le reste du territoire « utile » sont très visibles au niveau du secteur d'enseignement, dans le domaine de la santé, dans l'industrie agricole et en termes d'aménagements et d'infrastructures sanitaires et hydroélectriques. Au rebours, la spécificité topographique de ce milieu, qui rend plus difficile l'installation des hommes ainsi que

l'aménagement des infrastructures humaines lui vaut, aujourd'hui, la particularité d'être une région relativement moins marquée par l'artificialisation (Milian et Antoine, 2011 : 252). Un engouement particulier est porté sur les territoires d'altitude reconnus pour être des « zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique » (Le Guen, 2001 : 17). De concert à ces spéculations, Godde et *al.* (2000 : 3) observent que « [...] the importance of mountain regions does not stop at environmental resources ; mountains also hold valuable human resources. About one-tenth of the global population inhabits mountains, including a variety of diverse cultures and the largest number of ethnic groups with a wealth of local knowledge ». Les conditions biogéographiques de la montagne, son isolation et son manque de communication avec le monde extérieur sont à l'origine de l'anthropisation singulière de cet espace et de la conservation de sa riche biodiversité culturelle (Milian et Antoine, 2011 : 252 ; Godde et *al.*, 2000 : 3).

À la lumière des faits présentés ci-haut, on peut comprendre, d'emblée, que le tourisme opère une jonction moins opportune que favorable quant à son exploitation du territoire montagnard. D'un côté, l'industrie touristique peut tirer profit des avantages et des riches potentialités humaines et naturelles de ces régions reculées et de l'autre, le tourisme se positionne comme un secteur fructueux à même de soumissionner des opportunités économiques et de développement pour les territoires de montagne habituellement plus défavorisés par rapport aux autres régions.

Tel est d'ailleurs le cas dans les montagnes occidentales où l'activité touristique se pratique depuis plus de deux siècles (Debarbieux, 1995 : 20 ; Antoine et Milian, 2011 : 192). La société européenne a décelé en cette industrie le potentiel d'optimiser les revenus des montagnards et de valoriser, en même temps, les nombreux atouts de ces régions (Euromontana, 2011 : 1). ICAS (2012) décrit la montagne comme « une destination touristique très prisée dans un monde toujours plus urbanisé notamment dans les pays industrialisés ». En faisant allusion aux monts suisses, Rebiere

(2012 : 4) ajoute que « [l']activité touristique se révèle ainsi un puissant levier d'innovation et de changement, susceptible d'entraîner dans sa dynamique propre l'ensemble de l'économie locale et régionale ». En revanche, les pays les plus pauvres et les pays émergents se tiennent à l'écart du tourisme en montagne (Bloc-Duraffour et Mesplier, 2011 : 135). Ces derniers soulignent toutefois que le tourisme montagnard se rend maître d'un rôle régional d'animation dans trois cas seulement, soit au Népal, au Pérou et dans le sud des Andes, en Argentine et au Chili (Bloc-Duraffour et Mesplier, 2011 : 135).

Dans la perspective d'entreprendre une démarche lucrative et plus durable du développement touristique, le reste des pays du Sud peut pister le sillon de la mise en tourisme de la montagne tracé par les pays industrialisés en vue de décentraliser les fluctuations touristiques des régions côtières et de faire bénéficier les populations montagnardes des atouts du tourisme. Le tourisme en montagne ne se vêtit pas systématiquement d'une parure durable et son exploitation ne se précautionne pas méthodiquement d'une massification des flux touristiques. Bien au contraire, son exploitation est davantage contestée en haute altitude où le patrimoine naturel et culturel est le plus fragile et beaucoup plus vulnérable. La massification du tourisme en montagne est alors un enjeu d'envergure qui se doit d'être majoré dans les politiques de développement touristique.

À ce constat, le recours au développement touristique de la montagne pour niveler celui du littoral est une alternative envisageable du moment que celui-ci soit fondé lui-même dès le départ sur une base durable. À cet égard, il est avisé d'examiner l'histoire du développement touristique des monts occidentaux pour en déceler quelques judicieuses instructions.

3.2.3 Dimension touristico-historique du développement du sport dans les montagnes occidentales. Les enseignements à retenir

À l'instar du littoral, de nombreuses chartes de protection environnementale des montagnes occidentales ont été émises durant les dernières années. Mountain Rider (2007) en compte 63. À titre d'exemple, mentionnons la loi montagne qui définit le cadre légal de la vie en montagne en France ; la charte pour une pratique durable des sports de nature (2004) ; la charte espagnole pour la montagne (2002) ; la charte états-unienne Golden Eagle Award (1993) qui met en valeur et récompense les démarches environnementales mises en œuvre par les stations ; la charte écossaise « saveoursnow » et les résolutions et les recommandations du congrès mondial de nature (2004) qui promeuvent la conservation et le développement durable des régions de montagne, etc.

Du même pas, l'intégralité de ces chartes, conventions et recommandations s'enlignent pour instituer, sous différentes approches, l'exploitation et la gestion durable des activités humaines dans l'espace montagnard. Compte tenu du signifié de ces préoccupations, le tourisme en montagne comme pour le littoral peut, en même temps, apporter sa bonne fortune au développement socioéconomique des montagnes des pays émergents, mais peut aussi ébranler la quiétude dont elles s'accommodent encore actuellement.

La contribution de Buckley et *al.* (2000 : 35) catalogue, avec exhaustivité, les nombreux heurts environnementaux qu'occasionne l'activité récréotouristique sur l'espace montagnard à savoir : l'hyper consommation d'énergie, l'usage boulimique de l'eau pour la création de neiges de culture, l'aliénation des paysages et du territoire, réduction de la qualité de l'air et de l'eau des rivières, bouleversement des flux des ruisseaux, entassement et érosion du sol, dégradation de la végétation, perturbation des espèces fauniques, etc. La recherche de Boujrouf (2003), qui va dans ce sens,

aborde de nouvelles problématiques liées au sens de la durabilité dans le milieu montagnard par rapport aux bouleversements sociétaux que l'industrie du tourisme affecte aux communautés d'accueil. Dans cette optique, le tourisme en montagne qui a été présenté, dans un discours progressiste, comme un promoteur de valorisation et de dynamisation du marché économique des espaces montagnards (Bourdeau, 1991 : 65 ; Fontugne, 2004 : 17), serait, sous une optique protectionniste, perçu comme un agent perturbateur dans les sociétés traditionnelles. Plus précisément, Boujrouf (2003 : 3) décrit le tourisme comme un agent protagoniste d'une acculturation des peuples montagnards, car cette industrie est porteuse, par sa nature même, de valeur des sociétés modernes, installe sur le marché les lois de l'économie libérale et accélère les processus de changement socioéconomique. Boujrouf (2003 : 3) reste aussi pessimiste quant à l'adoption d'un tourisme dit « doux », « écotourisme » ou « durable », car, selon lui, ces alternatives ne seront pas en mesure d'assurer la prospérité économique des populations hôtes. Plutôt que de sombrer dans des élucubrations catastrophistes, Debarbieux (1995 : 72) adopte une posture manichéiste pour présenter à la fois les avantages et les inconvénients de la croissance et de la modernisation des espaces montagnards. Pour paraphraser les propos de Bourdeau (1991) et de Fontugne (2004), Debarbieux (1995 : 72) avance les avantages sociaux favorables qu'apporte le développement économique dans la création d'emplois, dans l'amélioration de l'équipement des régions, dans la densification des services publics et dans l'augmentation des revenus et du niveau de vie. La distinction qui se forme entre les diverses générations de la population locale, de par l'avènement des métiers de la montagne et le développement des compétitions sportives, est présentée, sous un angle favorable, comme un précepte d'affirmation et de démarcation des jeunes par rapport aux aînés. Par contre, le tourisme en montagne est aussi répréhensible d'une part, pour l'élévation du prix de la terre et des coûts de logement pour les communautés d'accueil, et de l'autre, pour être responsable d'un bouleversement des valeurs culturelles quand son expansion se fait dans un court laps de temps (Debarbieux, 1995 : 74).

Pour la Fédération française de la Montagne et de l'Escalade (FFME, 2002), la défense de l'environnement est une nécessité qui doit s'affirmer au service des activités touristiques montagnardes. Au gré de son point de vue, elle profère l'importance de hiérarchiser les menaces qui pèsent sur le milieu naturel pour éviter de faire l'amalgame entre les avilissements encourus par l'exploitation des différentes activités touristiques en montagne (FFME, 2002). Plusieurs érudits semblent en effet lui donner raison puisque, manifestement, le poids des répercussions des activités touristiques hivernales outrepassa celui du tourisme estival en montagne.

Historiquement, si le thermalisme constituait, autrefois, le principal leitmotiv des incursions en montagne, ce sont les pratiques sportives hivernales et le développement successif des stations de ski qui sont à l'origine de la révolution et du succès économique des monts européens (Rebiere, 2012 : 3 ; Debarbieux, 1995 : 36). L'exemple de la France est, à cet égard, très édifiant. Pour équivaloir la mesure entre le développement touristique des régions côtières et montagnardes, les pouvoirs publics français ont volontairement adopté une stratégie d'aménagement programmé de la montagne baptisé « le plan neige ». Cette initiative est à l'origine du tournant décisif qu'ont emprunté, les monts français en 1960, explique Deyfus-Signoles (2002 : 29). Le plan neige avait pour dessein de retenir la clientèle française qui avait pour habitude de pratiquer le ski dans les montagnes suisses et autrichiennes et d'acquérir une clientèle étrangère en vue de tirer profit des apports de devises (Deyfus-Signoles, 2002 : 29). Ainsi, devenues plus accessibles et plus attractives auprès des contemporains, les activités alpines hivernales ont fini par se convertir progressivement en une forme de tourisme de masse (CAF, 2010 : 3). « Les pratiques de loisirs, notamment le ski, de même que les équipements nécessaires pour les satisfaire, provoquent de nombreux problèmes environnementaux qui sont autant de défis pour le système touristique-récréatif de haute montagne », constatent Clarimont et Vlès (2007 : 8). Aussi, le tourisme hivernal en montagne, communément appelé

tourisme de station, tourisme enclavé ou tourisme intensif, est plus enclin à mettre en jeu une surenchère des aménagements lourds, des constructions immobilières imposantes et réclame avidement l'installation et la rénovation des remontées mécaniques (Le Guen, 2001 : 22). C'est, d'ailleurs, en prenant pour exemple l'expansion de la superficie des domaines skiables que l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN, 2005 : 10) accuse l'industrie touristique d'être toujours avide d'espaces. Cette organisation environnementale désapprouve également le recours à la production de la neige de culture (neige artificielle) qui demande une consommation abusive en eau (4000 m³ d'eau pour un hectare), qui demande une mobilisation énergétique incommensurable (13 000 kilowatts/heure par an pour un hectare) et qui, conséquemment, aboutit au déséquilibre des rythmes biologiques spécifiques des espèces faunistiques et floristiques des montagnes européennes (UICN, 2005 : 11). Pareillement, le Club alpin français (CAF, 2010) déplore le délabrement des paysages provoqué par l'emménagement de ces équipements d'enneigement artificiel et condamne la prolifération insensée des remontées mécaniques qui s'étendent même sur des versants, par nature, inaptes au ski de piste. L'exemple du développement des centres de loisirs alpins, tel qu'avancé par Clarimont et Vlès (2005 : 8), démontre, en quatre temps, comment le recours au concept du développement durable s'est, de lui-même, légitimé dans le cadre du développement stratégique de ces régions :

- (1) Dans un premier temps, les efforts de développement touristique alpin s'axent, au cours des années 1960 et 1970, vers des objectifs de croissance quantitative.
- (2) Une fois la maturité du marché atteinte, levant le voile sur les effets pervers du tourisme de masse sur le milieu social et environnemental, les gestionnaires réorientent leur stratégie en faveur d'une croissance qualitative.

- (3) Arrivé à saturation, le recours au changement s'avère primordial quand la massification touristique devient inacceptable autant pour les habitants que pour les touristes et conséquemment.
- (4) Les stratégestes ont adopté, en dernier lieu, la notion de la durabilité pour échafauder des formes de tourisme accordables avec la protection des environnements naturels et sociaux.

De nos jours, même la fonction économique que l'on escompte du développement du tourisme de montagne hivernal en Occident est à reconsidérer. Les destinations sportives hivernales de montagne, autrefois attractives et fructueuses durant les années 1970, se contentent aujourd'hui d'un taux d'arrivées stagnant accusant, de surcroît, d'un accourcissement de la durée de séjour. On parle alors de « crise de sport d'hiver » ou de la « refonte de l'or blanc » (Bourdeau, 1998). Dreyfus-Signoles (2002 : 36), Bourdeau (1991 : 64) et Bourdeau (2007 : 22) expliquent ce fléchissement économique par le coût du séjour de ski devenu inabordable, par l'émergence d'une offre touristique « soleil » moins dispendieuse qui vient concurrencer l'activité de ski en pleine saison hivernale et par la demande touristique devenue versatile suite aux perpétuelles déficiences ou abondance de neige causées par les aléas climatiques.

Dès lors, les pouvoirs publics, les organisations territoriales de montagne et les entreprises sont amenés à repenser et à repositionner leur politique d'aménagement touristique vers un horizon plus durable découlant d'un développement global des communautés montagnardes (Rebiere, 2012 : 4). « Les modèles qui firent recette dans le passé paraissent contestés. De nouvelles voies sont aujourd'hui à explorer et l'on reparle de post-tourisme, d'hybridation des modèles concentrés/diffus, de diversification de l'offre, de station quatre saisons, d'écotourisme, de tourisme responsable... », affirme Rebiere (2012 : 4). Dans le même sens, Bourdeau

(2007 : 19) parle d'une réorientation de la politique de la montagne où l'on revendique le recours au soutien volontariste de l'agriculture et du tourisme estival.

En ayant encouru le risque de développer une monoactivité hivernale, les espaces montagnards occidentaux sont arrivés en phase de saturation à l'instar des régions côtières. Les dépravations environnementales et sociétales, flanquées par la crise des sports d'hiver, ont amené les décideurs politiques à repenser, récemment, la constitution de leur offre touristique vers une avenue plus durable. Le tourisme estival en montagne, qui s'est avéré être une alternative à la fois rentable et plus soutenable, a réussi à faire ses preuves durant les deux dernières décennies.

En effet, alors même que la crise des sports d'hiver fléchit les fondements du tourisme de montagne en Occident, de nouvelles pratiques sportives estivales ont émergé vers les années 1980 exhibant des potentialités spécifiques des espaces touristiques montagnards d'été longtemps négligés (Bourdeau, 1991 : 64 ; Mao et *al.*, 2004 : 105). Ces activités détiennent le mérite d'occuper une fonction motrice au niveau de l'affermissement et du renforcement du positionnement des destinations touristiques (Mouton et Bessy, 2004 : 27). Aujourd'hui, contenu de l'intérêt ostensible que les acteurs du tourisme portent sur ce nouveau créneau, le tourisme sportif de montagne s'inscrit comme une valeur fiable du marché touristique (Bourdeau, 1991). En ce cas, l'intégration des pratiques sportives en montagne estivales s'observe comme une forme récréotouristique durable et engageante, à même de décentraliser les flux touristiques des littoraux sans pour cela compromettre la quiétude fragile des montagnes.

L'exemple du développement touristique des monts occidentaux nous enseigne que, pour plusieurs raisons (écologiques en l'occurrence), l'heure est à la mise en tourisme de la montagne estivale. Les pays du sud qui, pour la plupart, n'ont ni les moyens ni le climat adéquat pour développer une activité touristique hivernale (intensive), ont

tout intérêt à emboîter le pas des nouvelles politiques touristiques occidentales accès sur le loisir en saison estivale. Toutefois, les formes de tourisme qui entrent en conformité avec la perspective de développer durablement les montagnes des pays du Sud sont nombreuses (tourisme communautaire, tourisme équitable, tourisme solidaire, écotourisme, etc.). La section suivante explique pourquoi, dans une optique de durabilité, il est astucieux de considérer le développement touristique des nouvelles pratiques sportives en montagne au même titre que celui des autres formes de tourisme durable.

3.2.4 L'agencement des nouveaux sports de montagne pour l'harmonisation du triptyque du développement touristique durable des montagnes

Les pays en développement, où l'activité touristique de montagne est encore embryonnaire, ont la chance de pouvoir amorcer, directement, le développement touristique de ces espaces sur des bases durables sans reproduire les erreurs commises en Occident. En effet, s'il n'y a seulement que quatre pays du Sud (le Népal, le Pérou, l'Argentine et le Chili) qui ont fait de leurs montagnes leur principale ressource touristique (Bloc-Duraffour et Mesplier, 2011 : 135), le reste des pays émergents profite de la mise en vitrine timide de leurs monts pour proposer des formes alternatives de tourisme.

Le tourisme alternatif se veut être une réponse cordiale au tourisme de masse que l'on associe souvent aux activités balnéaires. Cette forme de tourisme, mise en exergue dès le début des années 1950, se conjugue mieux aux réalités sociopolitiques et économiques locales et suggère une meilleure mise en relation entre les visiteurs et les populations d'accueil des pays du Sud (Delise et Jolin, 2007 : 40). Par définition, le terme alternatif associé au tourisme réfère à une forme de voyage qui s'oppose au tourisme traditionnel dit de masse. Les touristes qui adhèrent à cette approche,

privilégient les produits et les services touristiques qui se détachent de la chaîne touristique classique en prévision de faire profiter davantage les fournisseurs locaux et les populations hôtes des retombées positives du tourisme (Froger et *al.*, 2010 : 54 ; Delise et Jolin, 2007 : 40). Avec le paradigme du développement durable qui n'a cessé de gagner en ampleur et en complexité au cours des dernières décennies, le tourisme alternatif a fini par imploser en divers créneaux touristiques sous-jacents. Ces multiples branches dérivées du tourisme durable et nuancées par les valeurs qu'elles reflètent, se constellent en plusieurs formes : le tourisme responsable, le tourisme social, le tourisme solidaire, le tourisme intégré, le tourisme équitable ou le tourisme communautaire (Delise et Jolin, 2007 : 40).

En optant pour ces formes touristiques durables, les pays émergents tentent de mettre en tourisme leurs ressources montagnardes sans pour autant concourir à la destruction des milieux naturels et des ensembles patrimoniaux et culturels. Cependant, plusieurs auteurs (Boujrouf, 2003 ; Weaver, 1998 ; Froger et *al.*, 2010 ; Andrianambinina, 2010) s'accordent pour attester que ces alternatives comptent aussi des limites en termes de durabilité, le pylône économique étant le plus déconsidéré parmi les trois piliers du modèle développement durable. En effet, si l'on espère s'accommoder des revenus directs et indirects et de la création d'emploi grâce aux diverses formes de tourisme durable en montagne, Froger (2010 : 31) prévient que ces retombées peuvent être stériles ou même nuisibles si les recettes engendrées par l'activité touristique ne couvrent pas les frais d'aménagements et d'investissement encourus. Les mêmes constats sont rapportés par Andrianambianina (2010 : 153) qui remarque que les retombées financières du tourisme doux ne permettent pas à rentabiliser les coûts induits par la gestion des zones protégées à Madagascar. À ce sujet, Boujrouf (2003 : 3) reste perspicace quant à la faculté du tourisme durable à assurer la survie économique des populations montagnardes puisque ces créneaux touristiques échantillonnent formellement des espaces, des produits et une clientèle très spécifiques. Pareillement, bien qu'activiste émérite de l'écotourisme, Weaver

(1998 : 14) reconnaît que cette forme touristique peut se limiter à de « modest economics returns » avec un potentiel très réduit du développement économique. En outre, les emplois mis en marché par le tourisme alternatif se rangent généralement parmi les métiers précaires, secondaires et saisonniers font remarquer Froger *et al.* (2010 : 58) ; Andrianambianina (2010 : 153).

Dans cette perspective, il est légitime de tenter de développer le tourisme montagnard des pays émergents grâce au tourisme alternatif, mais il faudrait penser à développer en parallèle des produits touristiques complémentaires pour harmoniser attractivité territoriale et confort économique avec préservation de la culture et des écosystèmes. C'est ce que Musson (2010) appelle « [l']attractivité territoriale durable ». Ce concept qui conjugue comme un tout la dimension environnementale, sociale et économique « permettrait alors au territoire de non seulement préserver les investissements acquis, mais également de s'assurer d'une attractivité pérenne grâce aux activités innovantes déjà installées et au dynamisme qu'elles créent, aidées par l'environnement des affaires adapté », souligne Musson (2010). En prévision de réussir tout effort d'attractivité territoriale durable, Rebiere (2012 : 5) propose le concept de « l'effet panier » qui consiste à offrir une large gamme de produits et de services complémentaires et typiques sur un même territoire dans le but d'inciter les touristes à consommer davantage. À juste titre, Rebiere (2012 : 5) observe qu'un « cercle vertueux s'installe dans lequel les acteurs locaux affectent une part de la plus-value au renouvellement des aménités territoriales (paysage, patrimoine, biodiversité...) et se donnent ainsi les moyens de repenser le développement économique, d'implanter durablement l'accueil touristique [...] ».

Dès lors, les nouveaux sports de montagne, qui ont su démontrer leur valeur en donnant, de façon soutenable, un second souffle économique aux montagnes occidentales, seraient à même d'apporter la complémentarité, le zeste de rajeunissement et la rentabilité dont ont besoin les pays du Sud. Ce mouvement

vertueux mène à la mise en tourisme durable et lucrative des montagnes des pays du Sud et, par extension, contribue à l'amenuisement des déséquilibres territoriaux qui existent entre le littoral et les arrières pays. Cela dit, il faut noter que les sports californiens ne sont pas des activités exclusives à la montagne estivale, mais incluent l'ensemble des pratiques issues de la révolution sportive contemporaine. Le terme « sport californien » peut, donc, faire référence à des activités sportives balnéaires (surf, windsurf, kit surf, etc.), des activités hivernales (snowboard, raid à ski, etc.), et d'autres activités comme les sports de vol libre, le canyoning, et les sports d'eau vive, etc. La présente recherche ne prend pas en considération les sports californiens nautiques puisque le but de cette étude est justement de trouver une alternative gagnante au tourisme balnéaire et désavoue les sports californiens hivernaux étant donné que l'aménagement de leur cadre de pratique sort du contexte de la durabilité. Les activités appréciées aux limites de cette étude seront les sports californiens qui peuvent se développer dans les arrières pays, les régions montagnardes en l'occurrence, et qui se pratiquent durant la saison estivale à savoir : le deltaplane, le parapente, le rafting et, par excellence, le canyoning (activité typique de la montagne estivale).

Conclusion

Le concept de tourisme durable en montagne évoque spontanément l'idée d'une activité touristique inhérente à l'écotourisme, au tourisme solidaire, au tourisme équitable, au tourisme responsable ou au tourisme communautaire. Ordonner le sport pour dynamiser durablement le tourisme des régions montagneuses peut sembler être une solution irréfléchie. Avant d'aller plus loin dans le processus de recherche, l'objectif du chapitre 3 était justement d'expliquer, de façon discursive (voir l'illustration 3.6), pourquoi il est si judicieux de considérer le tourisme sportif californien pour donner à la destination montagne les moyens pour rivaliser avec les régions côtières.

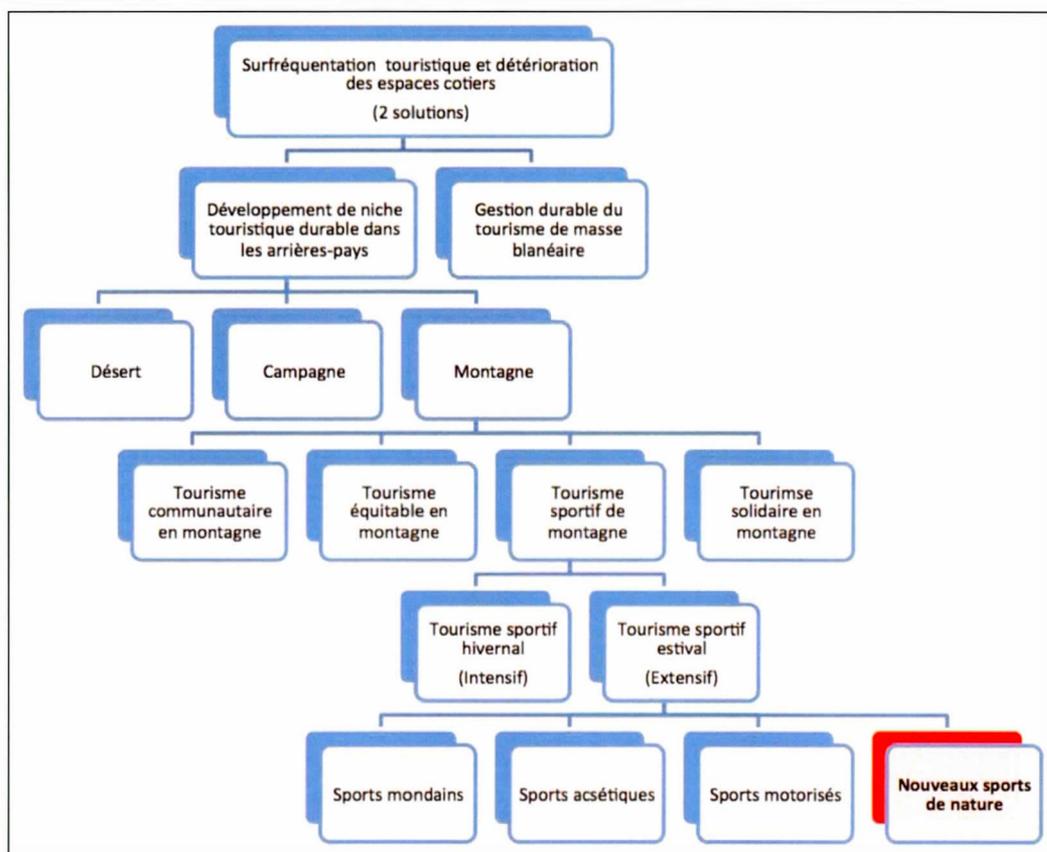


Figure 3.6 – Schéma synoptique de présentation des nouveaux sports estivaux au cœur du développement touristique durable (création de l’auteur)

Il a tout d’abord été démontré, écrits scientifiques à l’appui, que le tourisme des pays du Sud se confine majoritairement sur le bord de mer et que cette politique touristique a entraîné une détérioration sévère des littoraux. Le chapitre a justifié le choix de la montagne comme territoire d’étude en s’appuyant sur le fait que cette région sollicite, plus que d’autres, des initiatives originales pour stimuler son développement économique et sociétal. De même qu’au rebours, la montagne recèle d’une richesse humaine et naturelle avantageuse pour le raffermissement de l’industrie touristique. Le tourisme sportif a été mis de l’avant non pas dans une optique de compétitivité vis-à-vis des autres formes alternatives du tourisme durable en montagne, mais plutôt

dans une perspective de complémentarité (l'effet panier). Cette initiative d'interdépendance peut aboutir à un développement touristique des montagnes harmonieux au travers de la logique de l'attractivité touristique durable. Il a, par ailleurs, été impératif de nuancer la notion de durabilité en terme de tourisme sportif en montagne puisque le tourisme sportif hivernal ne se nivelle pas de la même manière que le tourisme estival. Le tourisme de montagne hivernal (intensif) a le démérite d'être énergivore et de perdre, au fil des ans, de sa profitabilité en raison du raccourcissement de la saison hivernale.

En revanche, le tourisme de montagne estival (extensif), de par les nouveaux sports (sports écologiques), se complait d'un cachet « écologiquement et socialement supportable » (Bourdeau, 1995 : 73). Les nouveaux sports estivaux de montagne sont, dans ce sens, présentés comme une solution moderne et originale, dans un premier temps, pour renforcer l'attractivité touristique des montagnes, valoriser ses attributs et rajeunir son image en prévision, de faire des régions montagneuses une alternative viable pour substituer le tourisme balnéaire.

Le choix des nouveaux sports de montagne comme outil de développement et de diversification touristique des montagnes ayant été justifié, il incombe, maintenant, d'étudier si ces derniers répondent aux critères de développement de « projet structurant » tel que convoité par les meneurs de projets publics. Le chapitre suivant éprouve le créneau des nouveaux sports aux sept fonctions principales attendues des dirigeants étatiques à l'égard d'un projet touristique et apprécie la représentativité des résultats obtenus au travers le cas concret du Maroc.

CHAPITRE IV

RECONNAISSANCE DES NOUVEAUX SPORTS ESTIVAUX DE MONTAGNE EN TANT QUE PROJET TOURISTIQUE STRUCTURANT

Le tourisme des nouveaux sports peut décentraliser, durablement, les flux touristiques des espaces côtiers dans les pays du Sud vers les régions de montagne, foncièrement plus marginalisées. Ces nouvelles activités très en vogue, diffuses et écologiques, ont le potentiel de rajeunir l'image touristique de la montagne, de renforcer son attractivité et de positionner ce territoire sur l'échiquier des destinations de voyage les plus sollicitées. Cependant, aux yeux des gouvernements, ces attributs ne font pas forcément de ce créneau touristique l'objet d'un projet de développement abouti (AFIT, 2002). Pour être complet et donc sollicité par le secteur public, une initiative de développement doit pouvoir s'inscrire dans une dynamique d'optimisation territoriale plus globale intégrant plusieurs notions au-delà de celles de l'économie, de l'environnement, du socioculturel. Avant d'étudier les obstacles qui freinent l'expansion de ce tourisme dans les pays du Sud et d'envisager une solution pour pallier à ces problèmes, il est convenable d'éprouver le mérite des sports de nature par rapport aux attentes du secteur public à l'égard d'un projet touristique opportun.

Pour ce faire, ce chapitre introduit, dans un premier temps, la notion de projet touristique « structurant » – une qualité indispensable pour la validation étatique d'une initiative de développement. On y fait, en second plan, le recensement de l'ensemble des enjeux économiques, environnementaux, territoriaux et socioculturels

gratifiés de ce créneau touristique. L'ensemble de ces données sera croisé avec les diverses fonctions relatives au projet touristique structurant en vue d'attester de la pertinence de la mise en tourisme des nouveaux sports de nature dans les pays du Sud.

Au final, au travers le cas concret du Maroc, le chapitre transmet les témoignages des nombreux intervenants à l'égard des multiples retombées du tourisme sportif de nature sur le territoire marocain.

4.1 Le projet touristique structurant selon l'Agence française de l'Ingénierie touristique

L'introduction de la notion de « projet touristique structurant » tel qu'entendu par l'Agence française de l'Ingénierie touristique (AFIT, 2002) est nécessaire pour connaître les attentes du secteur public vis-à-vis de toute initiative de développement touristique. La succession de multiples échecs de développement de projet en tourisme a incité les responsables de développement local à faire preuve de vigilance en matière d'investissement touristique (AFIT, 2002 : 2). Aujourd'hui, les porteurs de projet s'intéressent aux initiatives touristiques dont la pertinence des investissements et la cohérence des projets sont fortement manifestes. Il devient question alors de projets touristiques structurants (AFIT, 2002 : 3).

Le terme « projet » est le plus souvent employé par les maîtres d'ouvrage et les porteurs de projets publics pour désigner une intervention de développement local et des retentissements structurants découlant de cette initiative (AFIT, 2002 : 3). Le concept de projet est avant tout l'idée d'un ensemble fédérateur puisque la volonté de développement local implique forcément la mise en circulation de plusieurs opérations. En tourisme, le projet comporte également les principes d'une dynamique étant donné que les aménagements, les équipements et les événements sont évolutifs. En effet, leur contenu est astreint à un perpétuel renouvellement puisqu'il se doit de

s'adapter au marché en permanence pour assurer la pérennité du projet (AFIT, 2002 : 4). En termes de missions et d'objectifs, les finalités escomptées par le secteur public quant à la réalisation d'un projet peuvent différer de celles du secteur privé. Ainsi, pour le secteur public, un projet n'est pas systématiquement considéré « structurant » simplement par son envergure ou par sa rentabilité financière. Mise en second plan, la rentabilité de l'investissement est devancée, dans le choix décisionnel du porteur de projet public, par le caractère structurant de cette initiative de développement (AFIT, 2002 : 5). Ainsi, le qualificatif « structurant » s'approprie au projet qui soit de nature à mobiliser des acteurs locaux et à garantir d'importants impacts sur l'économie du territoire concerné. Le projet structurant est aussi une initiative gagnante, c'est-à-dire un projet qui marche et qui permet de valoriser l'image de son territoire d'implantation. Au niveau social, un projet doit pouvoir renforcer la structure de la société en consolidant les liens sociaux en améliorant la qualité de vie et en favorisant la bonne adhésion entre les acteurs locaux. En dernier lieu, pour être structurant, le projet touristique par ses fonctions doit démontrer son aptitude à créer des richesses et des emplois et à favoriser les loisirs et la connaissance tout en sauvegardant l'intégrité environnementale de son lieu d'attache (AFIT, 2002 : 6).

Mais encore, en raison des conjonctures économiques atténuantes, les gestionnaires de projets définissent une délimitation en termes d'investissement et ont recours à des procédés d'arbitrage pour sélectionner, avec réflexion, le produit et son mode de fabrication (AFIT, 2002 :29). Cette méthode de travail, privilégiant la réflexion préalable du gestionnaire de projet sur l'utilité des fonctions d'une initiative de développement, a fini par déboucher sur ce qui est promu aujourd'hui par l'analyse fonctionnelle. Aujourd'hui, l'application de cet outil d'aide à la décision est calquée sur l'analyse de l'intérêt de développement dans différents domaines, en l'occurrence la gestion des projets touristiques (AFIT, 2002 : 29). En ayant recours à cette méthode, le maître du projet tente de recenser les multiples besoins, objectifs (création

d'emplois, augmentation du chiffre d'affaire, etc.) et subjectifs (valorisation de l'image, stimulation des ressources locales, etc.), que le projet touristique peut combler puis à les traduire sous forme de fonctions (AFIT, 2002 : 29). L'illustration 4.1 fait parade de la multitude de fonctions que l'on suppose d'un projet touristique structurant.

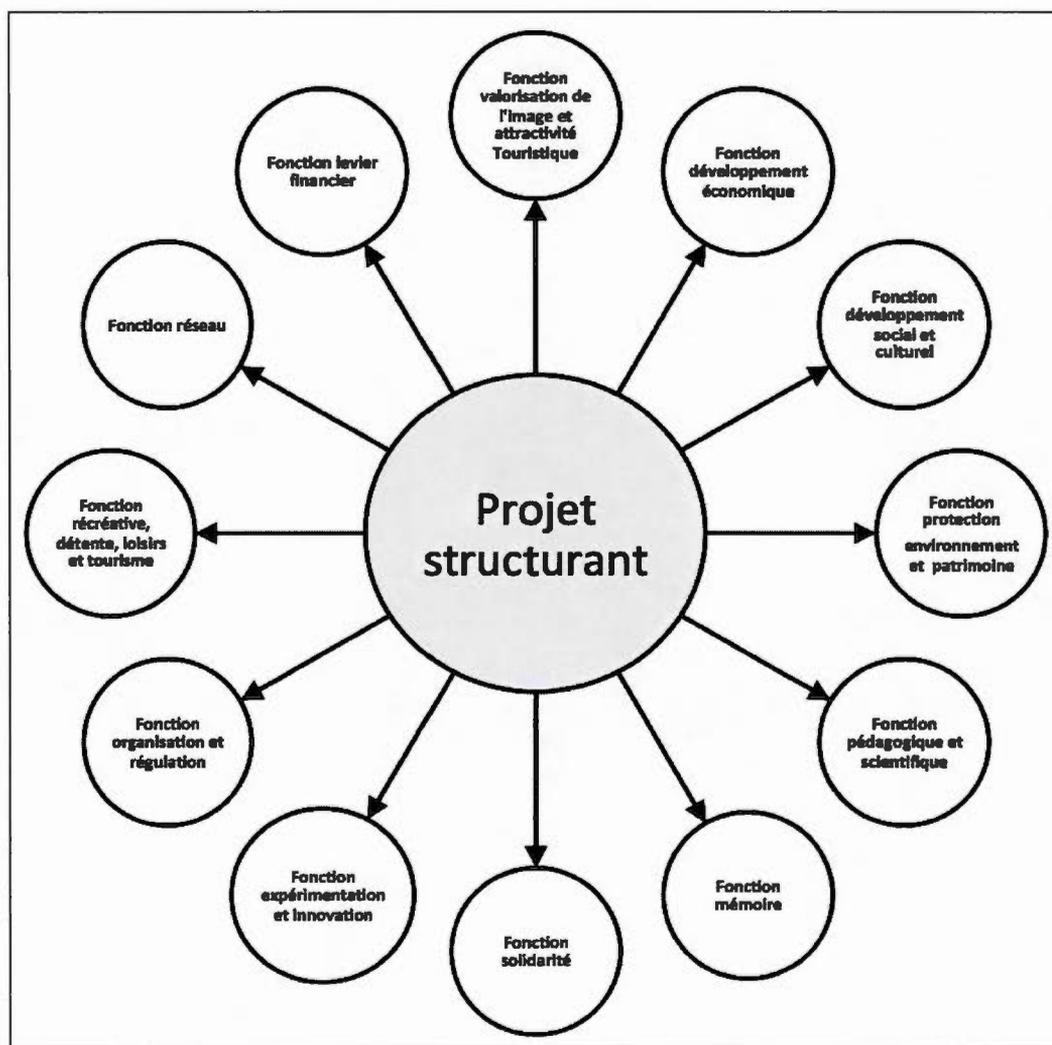


Figure 4.1 – L'interdépendance des fonctions d'un projet touristique
Source : Agence française d'ingénierie touristique (2002 : 40)

Parmi ce large éventail de fonctions de projet touristique, les plus brigués par les chefs de projets publics sont au nombre de sept, soit :

- **La fonction de levier financier :** le projet touristique doit conduire à un renouveau et à une optimisation d'infrastructures d'équipement et de service publics – les initiatives de développement touristique sont briguées pour leur effet mobilisateur de fonds provenant de l'état, des régions, des commanditaires privés et des autres sources de financement (AFIT, 2002 : 40).
- **La fonction valorisation de l'image :** le projet doit avoir la capacité de rehausser l'image de marque et la notoriété de la destination où l'on prévoit son développement (AFIT, 2002 : 40).
- **La fonction de développement et de diversification économique :** il est attendu du projet d'être une source de création d'emploi et de richesse – le bon projet se recommande pour les retombées directes qu'il peut générer sur une destination (chiffre d'affaire de l'hébergement et de la restauration, chiffre d'affaire des droits d'entrée, etc.) ainsi que pour les dépenses indirectes qui se font à l'extérieur de l'attraction touristique, mais qui se comptent, tout de même, dans le budget du voyage (alimentation, souvenir, artisanat, matériel de loisir, etc.) (AFIT, 2002 : 40).
- **La fonction de protection et de préservation de l'environnement :** l'aménagement et la mise en valeur d'un site à des fins touristiques incite les gestionnaires à prévoir des mesures pour protéger ce périmètre touristique et à circonscrire des réglementations et des balises d'usage le préservant ainsi d'une éventuelle « vampirisation » et de la convoitise avide des occupants (AFIT, 2002 : 40).

- **La fonction réseau** : le projet touristique est convié pour la dynamisation et la valorisation de ressources locales en offrant des débouchés aux producteurs locaux et en contribuant au renouveau de l'artisanat (AFIT, 2002 : 40).
- **La fonction développement social et culturel** : l'équipement ou l'évènement touristique peut se dynamiser en une importante action sociale et culturelle (réinvestissement des recettes touristiques dans les associations locales, mobilisation de la population, constitution de services spécialisés à l'intention d'un groupe particulier, etc.) (AFIT, 2002 : 40).
- **La fonction loisirs et tourisme** : il s'agit de l'aptitude d'un projet touristique à pouvoir divertir, outre la clientèle touristique pour lequel sa conception est planifiée, les populations de proximité de son lieu d'implantation – l'équipement ou l'évènement touristique se veut être une solution pour accroître le flux des touristes dans une région et pour allonger, éventuellement, la saison touristique (AFIT, 2002 : 40).

Les principales fonctions attendues d'un projet touristique achevé ayant été énoncées et définies, il est question de savoir si la mise en tourisme des sports californiens en montagne adhère à ces fonctionnalités.

4.2 Les enjeux des nouveaux sports estivaux de montagne : quels bénéfices pour les pays du Sud ?

Le succès que connaissent actuellement les sports de nature en Occident laisse croire, d'emblée, qu'il s'agit d'un créneau florissant et très prometteur. Pour saisir l'étendue des retombées de ce créneau ludo-sportif, le concept des nouveaux sports de

montagne doit être abordé dans un sens élargi ou inclusif qui les considère d'abord comme une activité sportive, un tourisme de montagne, un tourisme sportif, un tourisme sportif de nature, un tourisme de niche et d'aventure et un tourisme estival diffus.

4.2.1 Les enjeux économiques

Le sport, de façon générique, est un élément essentiel au développement humain et économique (ONU, 2003 : 4). La fabrication de matériel spécialement dédié à la pratique du sport, l'organisation de manifestations et des événements sportifs ainsi que le développement d'une multitude de services connexes sont des éléments déterminants du potentiel économique qui revient à l'industrie sportive. Vraisemblablement, les activités sportives s'avèrent être un moyen peu onéreux pour la création et la diversification des opportunités d'emplois particulièrement quand la demande n'est pas satisfaite et en même temps, il incite et stimule la demande pour les biens et services (ONU, 2003 : 4). De plus, une demande non satisfaite au niveau de développement d'un sport en particulier est une excellente occasion pour les petites et moyennes entreprises locales de produire le matériel sportif spécialisé à des prix compétitifs (ONU, 2003 : 12). Le nivellement d'un terrain, la réhabilitation d'une berge ou l'aménagement d'une infrastructure à des fins sportives requièrent des investissements dans le secteur de la construction qui suscitent conséquemment un besoin en main-d'œuvre (ONU, 2003 : 14). De la même manière, Mouton et Bessy (2004 : 24) perçoivent les sports de nature comme un marché très porteur, ses activités ludosportives ayant la capacité de drainer à la fois une clientèle locale et aussi de nombreux touristes étrangers. Ils garantissent que l'indubitable progression et l'émulation apparente de la demande pour ces loisirs parviennent à générer d'importantes retombées économiques directes auprès des prestataires publics (clubs, associations, ligues, etc.) ainsi qu'auprès des prestataires marchands (entreprises liées

à l'encadrement et à la formation, entreprises d'évènementiel, de location, de réparation, de fabrication du matériel) (Mouton et Bessy, 2004 : 24). Au surplus, de nombreux autres acteurs profitent, par ricochet, des retombées indirectes issues de ces sports soit les prestataires d'hébergement et de restauration, les voyagistes, les entreprises de transport touristique, les services de maintenance, les commerces et les prestataires de produits culturels, artisanaux et agricoles (Mouton et Bessy, 2004 : 24).

Collins et Jackson (1988 : 211) rapportent les cas de l'Autriche, de l'Australie et de l'Angleterre où les populations rurales et les paysans ont trouvé dans le récréotourisme une alternative efficace pour reconsidérer l'usage des terres agricoles devenues inappropriées à l'activité fermière et pour concevoir, ce faisant, de nouvelles perspectives d'emplois. À cet égard, Bourdeau (1995 : 75) rajoute que la dynamisation du territoire montagnard se réalise grâce au développement d'une offre touristique estivale subsidiaire aux sports hivernaux, à la redistribution spatiale des affluences touristiques et au prolongement de la saison touristique au printemps et en automne. Dans ce même contexte, l'expansion des nouveaux sports de nature en montagne s'inscrit, alors, dans un processus de développement de l'espace montagnard étant donné que cette nouvelle forme de tourisme participe tant à la diversification économique qu'à la fluctuation d'une nouvelle clientèle. À ce sujet, Hillairet (1999 : 113) fait constater que la nouveauté sportive adhère et découle, la majorité du temps, dans un secteur déjà existant et qu'il est rare que de nouvelles activités ludiques (le parapente, le deltaplane, le based-jumping, etc.) amorcent un segment de marché totalement nouveau. Tout en confirmant les spéculations de Hillairet (1999), Ali-Knight (2011 : 15) accrédite au tourisme de niche la faculté de répondre à une demande touristique sophistiquée qui convoite des produits touristiques très spécifiques. Cette demande croissante pour les niches touristiques se décèle comme une opportunité pour les destinations touristiques de diversifier leur offre touristique, de répondre aux ambitions de nouveaux marchés émergents, de moduler leur base clientéliste et d'accroître leur compétitivité dans une sphère

concurrentielle de plus en plus rigide (Ali-Knight, 2011 : 38). Si le tourisme sportif de nature fait foi de son rôle salubre au niveau économique, il jouit d'une position tout autant méritante dans la dynamisation de la société et de la culture du territoire où il s'exerce.

4.2.2 Les enjeux socioculturels

Pour les communautés d'accueil, la prolifération du sport peut, en contre poids à l'absence de modèle positif à suivre et au manque d'autodiscipline, s'inscrire dans une perspective de réduction de la criminalité juvénile, de prévention contre la consommation de produits narcotiques et peut atténuer de comportements antisociaux chez les jeunes désenchantés (ONU, 2003 : 14). Les nouvelles activités sportives en montagne, considérées comme des pratiques à forte charge émotionnelle, participent bien plus que les autres sports à la compensation des conduites à risque des jeunes précise Bourdeau (1998 : 254). Pour leurs parts, Collins et Jackson (1998 : 213) expliquent que l'agencement du tourisme sportif peut apporter certains bienfaits psychologiques pour les communautés hôtes quand ces dernières partagent fièrement et avec enthousiasme leur culture et leur héritage national. En réponse à la mise en tourisme du sport et à l'organisation de manifestations sportives dans l'arrière-pays norvégien, Ritchie (1988) identifie un raffermissement des traditions et de la culture régionale avec une consolidation accrue de la région comme destination touristique. Une autre praticité socioculturelle qui revient au développement du tourisme sportif décline de son aptitude à inciter les visiteurs étrangers d'en apprendre davantage sur le pays, son peuple et sa culture (Collins, 1991). Quant à eux, Mouton et Bessy (2004 : 24) placent les activités sportives de nature au centre d'une dynamique de mise en équilibre socioculturelle. L'illustration 4.2 de Mouton et Bessy (2004 : 24) fait parade des quatre principaux enjeux socioculturels propres aux loisirs et au tourisme sportif de nature.

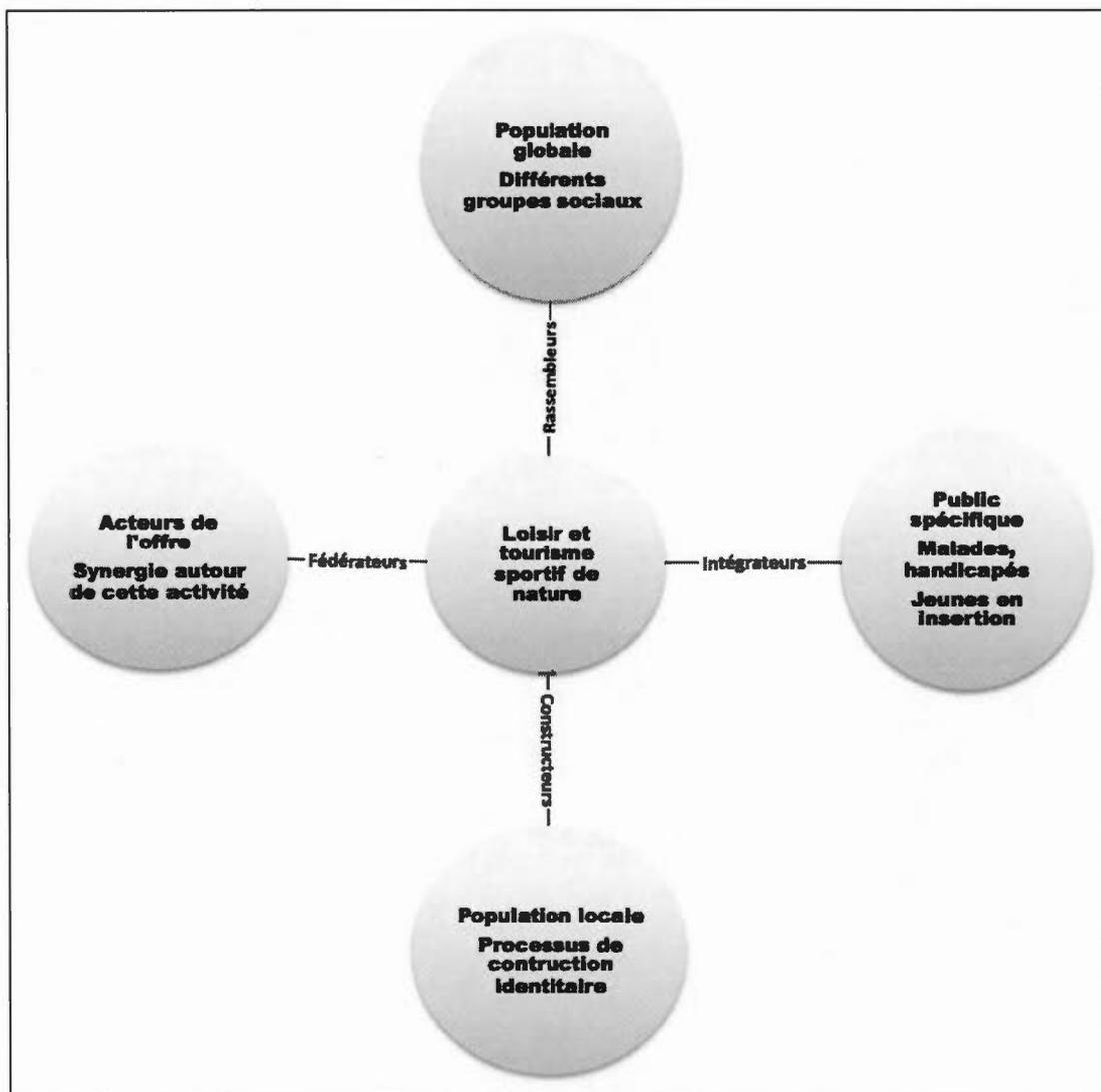


Figure 4.2 – Les enjeux socioculturels des loisirs et du tourisme sportif de nature
Source : Mouton et Bessy (2004 : 24).

À la lumière de cette esquisse, les sports de nature sont louables pour quatre raisons : (1) en vertu de leur nature fédératrice (qui induit la collaboration et favorise la synergie entre différents acteurs) ; (2) pour leur faculté de rassemblement (qui réunit sous le même apanage des pratiquants de différents horizons et qui privilégie l'échange entre hommes et femmes, entre différents groupes sociaux et entre

différentes générations) ; (3) par rapport à leur pouvoir intégrateur (qui contribue à l'intégration sociale de bon nombre de personnes affrénées par l'imaginaire de l'extrême – les jeunes en difficultés issus des quartiers défavorisés ou encore des individus en détresse désireux de se prouver quelque chose) ; et enfin, (4) puisqu'ils font office de loisir constructeur d'identité pour divers groupes sociaux en l'occurrence les groupes de jeunes pratiquants. Au-delà des retombées économiques et socioculturelles évaluées ci-haut, les sports de nature peuvent se considérer comme des incitatifs à la protection de l'environnement plutôt qu'à sa destruction.

4.2.3 Les enjeux environnementaux

De façon générale, l'activité sportive en milieu naturel requiert un environnement propice à sa pratique, c'est-à-dire propre, adéquat et bien aménagé. En effet, le sport convie, de lui-même, les pratiquants à agir de façon respectueuse et condescendante envers la nature qui leur sert de terrain de jeu (ONU, 2003 : 16). En effet, la prolifération des activités ludosportives de plein air occasionne, grâce au bon nombre d'aménagements qui s'impose (pistes, sentiers, airs de décollage, stationnements, bouées d'amarrage, etc.), un balisage régulateur du milieu naturel (Mouton et Bessy, 2004 : 25). Ces délimitations participent d'une part à détourner les usages anarchiques des sites de pratiques et de l'autre, donnent aux pratiquants l'opportunité de profiter, d'une manière soutenable, de la nature (Mouton et Bessy, 2004 : 25). Dans cette même optique, Orams (2005 : 256) atteste que la mise en valeur du patrimoine naturel dans la sphère touristique-sportive justifie l'intérêt de soutenir sa protection et sa maintenance. Les décideurs politiques gouvernementaux le sollicitent pour sa notable contribution en termes de croissance économique, d'instigateur d'aménagement et de valorisation des régions reculées. Plus explicitement, la pratique des sports de nature a le mérite de stimuler l'expression d'une écocitoyenneté quand les estivants, dans l'exercice de ces sports, découvrent, de façon active, les ensembles

patrimoniaux naturels et culturels et se sensibilisent à leur conservation et à leur protection (Mouton et Bessy, 2004 : 25). En somme, pour le commun des citoyens (pratiquants ou non des activités sportives de nature), le concept du plein air par définition comparait comme un vaste projet moralisateur, le retour vers la nature s'inscrivant comme la promotion d'une vertu contre la décadence (Mouton et Bessy, 2004 : 14). Dès lors, le créneau touristique sportif de nature est, pour sa prestance écologique, très sollicité par les touristes qui tirent parti de son rôle compensatoire dans un mode de vie sédentaire et un environnement malsain (Mouton et Bessy, 2004 : 14). D'ailleurs, les communautés d'accueil reconnaissent la fonction promotrice et valorisante que procure le créneau touristique sportif sur l'environnement local (Orams, 2005 : 255). En ce qui concerne les sports californiens, rappelons qu'ils se veulent être des sports relativement plus écologiques grâce à leur appareillage léger qui favorise l'utilisation des énergies douce (Pociello, 1981).

En somme, les sports de nature s'accaparent d'un rôle important dans la dynamisation d'une destination en niveau des trois piliers du développement durable. Mais encore, la mise en tourisme de ces sports semble disposer dans potentiel holistique de développement d'une destination, ces loisirs pouvant interférer, globalement et directement, sur l'ensemble du territoire où ils s'exercent.

4.2.4 Les enjeux territoriaux

Les sports de plein air se manifestent, de plus en plus, comme des formules originales pour faire découvrir et pour valoriser les territoires ainsi que les ensembles patrimoniaux qui s'y trouvent (Mouton et Bessy, 2004 : 27). Le tourisme sportif de nature collabore aussi à la structuration des territoires et vient, par ce fait, nuancer les déséquilibres territoriaux très ostensibles entre les territoires urbanisés et les zones rurales (Mouton et Bessy, 2004 : 27). Mouton et Bessy (2004 : 27) donnent ainsi

raison à l'objet principal de ce mémoire en attestant que « [...] les loisirs et le tourisme sportif de nature jouent un rôle non négligeable en matière de rééquilibrage. Ils permettent, en effet, par le biais des différents aménagements nécessaires à la pratique [...] de modifier les flux d'usagers et de dynamiser ainsi ces territoires en créant une branche d'activités économiques comprenant plusieurs prestataires de services (encadrement, animation et location sportives, hébergement, restauration, artisanat, commerces...) ».

Dans ce même lignage, Bourdeau (1998 : 254) avance que les nouveaux sports estivaux de montagne ont permis aux vallées et aux villages de montagne de stimuler leur attractivité touristique face à la rude concurrence du tourisme de station, et ce, en mettant simplement en avant leur potentialité et leurs atouts naturels. En valorisant de façon dynamique les vallées au détriment de la haute montagne, ce nouveau créneau récréotouristique se traduit par un rééquilibrage durable du tourisme montagnard européen (Bourdeau, 1998 : 254). Mais encore, le foisonnement des activités sportives de nature participe, à la faveur de l'imaginaire et des mythes que ces sports véhiculent, à la construction d'une image touristique forte du territoire où elles se pratiquent (Mouton et Bessy, 2004 : 27). En ce qui a trait aux nouveaux sports estivaux de montagne, ceux-ci ont véritablement permis de rajeunir et de revaloriser le blason touristique des monts occidentaux et de leur donner un second souffle dans la sphère concurrentielle des destinations les plus prisées (Bourdeau, 1991 : 65).

Le développement touristique de ces nouveaux sports dans les montagnes des pays du Sud semble porteur de promesses stimulantes d'abord au niveau des trois piliers du développement durable, mais aussi de manière globale et intégrale au niveau territorial. De plus, l'ensemble de ces observations incite à croire que les sports californiens se conforment aux fonctionnalités d'un projet touristique abouti. Le Tableau 4.1 compile les enjeux des nouveaux sports de nature et les croise avec les sept fonctions primordiales du projet touristique structurant.

Tableau 4.1 – Enjeux et fonctions structurantes de la mise en tourisme des sports de nature (complication de l'auteur)

LES ENJEUX DU TOURISME SPORTIF DE NATURE	
FONCTION DU PROJET	
Levier financier	<ul style="list-style-type: none"> • Effet mobilisateur de fond <ul style="list-style-type: none"> - amélioration des équipements des régions de montagne (Debarbieux, 1995 : 72) - densification de services publics et commerciaux (Debarbieux, 1995 : 72) • Effet sur la requalification de l'infrastructure et des services publics <ul style="list-style-type: none"> - réhabilitation des berges et des sentiers, nivellement de terrains (ONU, 2003 : 14) - création et aménagement d'infrastructure à des fins sportives (ONU, 2003 : 14) • Effet sur la création de la richesse et de l'emploi <ul style="list-style-type: none"> - retombées économiques directes (prestataires publics et marchands) ; - retombées indirectes (secteurs sous-jacents de l'industrie touristique : hébergement, voyageur, etc.) (Mouton et Bessy, 2004 : 24) - compensation de l'inefficacité lucrative du secteur agricole (Collins et Jackson, 1988 : 211). - diversification de la clientèle (Bourdeau, 1998 ; Hillairet, 1999 : 113 ; Ali-Knight, 2011 : 15) • Effet sur la dynamisation des ressources <ul style="list-style-type: none"> - création de nouveaux débouchés pour les producteurs locaux (Debarbieux, 1995 : 70). - sensibilisation à la nécessité de protéger le patrimoine naturel (Orams, 2005 : 256 ; Mouton et Bessy, 2004 : 25). - dynamisation des cultures (Ritchie, 1988 ; Collins et Jackson, 1998 : 254).
Fonction de réseau	<ul style="list-style-type: none"> • Effet sur la stimulation des actions sociales et culturelles <ul style="list-style-type: none"> - lutte contre la criminalité juvénile, la consommation de drogues et corrige les comportements antisociaux chez les jeunes (ONU, 2003 : 14 ; Bourdeau, 1998 : 54 ; Mouton et Bessy, 2004 : 24). - découverte de la culture et les coutumes des pays visités (Collins, 1991). - stimulation du travail en concertation (entre divers acteurs aux intérêts divergents) diapason (Mouton et Bessy, 2004 : 24) - érudition d'un échange entre les divers groupes sociaux de différentes générations (Mouton et Bessy, 2004 : 24)
Fonction de valorisation de l'image	<ul style="list-style-type: none"> • Effet sur la notoriété et l'image de la destination <ul style="list-style-type: none"> - partage de la culture et de l'héritage national (Collins et Jackson, 1998 : 213) - redynamisation et construction d'une image touristique forte de la destination (Mouton et Bessy, 2004 : 27 ; Bourdeau, 1991 : 65) - correction des déséquilibres qui existent entre territoires urbanisés et régions rurales (Mouton et Bessy, 2004 : 27) et entre vallée et montagne (Bourdeau, 1998 : 254)
Fonction tourisme et loisir	<ul style="list-style-type: none"> • Effet sur l'accroissement de la fréquentation des sites touristiques <ul style="list-style-type: none"> - mise en vitrine les régions reculées en tant que destinations touristiques cotées (Ritchie, 1988). - Accroissement des flux touristiques étrangers vers les destinations rurales (Mouton et Bessy, 2004 : 24). • Effet sur l'allongement de la saison touristique <ul style="list-style-type: none"> - compensation des imprédictibilités du tourisme hivernal en crise, ventilation des affluences touristiques entre vallée et haute montagne et élongation de la saison touristique au printemps et en automne (Bourdeau, 1995 : 75). - gratification d'un second souffle aux destinations touristiques en déclin via la diversification du portefeuille de produits (Ali-Knight, 2011 : 10).
Fonction protection et conservation de l'environnement	<ul style="list-style-type: none"> • Effet sur la lutte contre l'usage anarchique des sites naturels <ul style="list-style-type: none"> - émulation d'une action consciencieuse envers la nature (principal support de loisir des pratiquants) (ONU, 2003 : 16). - adoption d'appareillages légers et écologiques (Pocello, 1981 : 226). • Effet sur la mise en écrit du périmètre d'implantation <ul style="list-style-type: none"> - prévention des usages anarchiques de la nature ; émancipation d'un sentiment d'écocitoyenneté (Mouton et Bessy, 2004 : 25).

La lecture de ce tableau démontre que le tourisme des sports californiens peut répondre aux critères du secteur public quant à la validation des projets touristiques. Le mérite de créneau touristique revient surtout à sa double nature d'activité sportive et d'activité touristique qui multiplie ses retombées sur le large spectre des fonctionnalités d'un projet structurant. En effet, les nouvelles activités ludosportives de plein air font valoir un potentiel notable qui justifierait l'ambition de les commercialiser.

4.3 Étude de cas : La fonctionnalité du tourisme sportif de nature au Maroc : point de vue des acteurs sportifs et touristiques Marocains

Si la littérature accrédite aux sports de nature l'aspect structurant qui légitimise leur mise en tourisme, quant est-il du cas du Maroc qui dispose du potentiel topographique et naturel idéal pour leur développement, mais qui ne saisit pas, pour autant, l'occasion de les mettre en tourisme ?

À partir d'entretiens semi-directifs réalisés auprès des responsables du développement du tourisme et du sport au Maroc, il a été possible de sonder l'opinion de ces derniers quant à l'aspect structurant des sports de nature et, par là, de constater si ce créneau sportif peut se compter comme un projet de développement viable pour l'industrie touristique marocaine.

Le Maroc, qui calque en partie ses politiques de gestion du tourisme sur le modèle français, tient en compte l'aspect « structurant » des projets de développement touristique. Le discours des intervenants au sujet des fonctionnalités structurantes des sports de nature incite à penser, à priori, que ces derniers sont en faveur de leur mise en tourisme. De prime à bord, tous semblent d'accord sur la nécessité d'amener de la nouveauté à l'offre touristique marocaine et attestent que les sports de nature ont la faculté de réaliser ce besoin.

Par exemple, au niveau de la sphère sportive, un conseiller du ministère de la Jeunesse et des Sports soutient que le Maroc est :

« à la troisième génération d'un nouveau mode d'activité sportive, demandée et souhaitée par la population. Certes il n'y a pas d'étude ou un diagnostic qui a été fait pour identifier les réels besoins de la population, mais nous sentons qu'il y a une tendance surtout de la nouvelle génération envers le sport de glisse. Par exemple, le skate bord, le surf, etc. ceux sont de nouvelles disciplines qui commencent à s'imposer doucement, mais surement sur la scène sportive et qui exigent surtout au niveau des autorités publiques chargées du sport de revoir leur politique et stratégie afin de l'adapter à ces nouveaux besoins. Aussi, il ne faut pas perdre de vue le fait que le Maroc s'est inscrit dans une nouvelle voie où le sport est devenu une composante d'une politique globale. Il s'inscrit dans le développement durable et le développement du tourisme, etc. et là, il doit impérativement développer des créneaux ou des disciplines sportives qui vont dans la voie d'attirer un maximum de touristes. On peut dire que le sport est un facteur structurant de la vie du fait qu'il doit créer des disciplines qui peuvent s'inscrire dans une vision globale qui visent et le social et l'économique et aussi le développement durable ».

Si le sport est une discipline qui est en constante évolution, il en va de même pour le tourisme qui se soumet aux mêmes principes. Un responsable du développement touristique du Windsurf et du kite surf au Maroc affirme que :

« Le tourisme est une industrie qui évolue comme toute technologie et qui a besoin d'être renouvelée pour correspondre, plus ou moins, aux mutations et aux changements qui surviennent au niveau du mode des besoins en consommation en général et particulièrement le produit touristique. Donc, on attend sur le marché touristique qui est en mutation un tourisme de plus en plus actif. Certaines études ont avancé que plus de 60 % des motivations de voyage à l'étranger ont pour principal objectif la pratique d'une activité (toute activité confondue). 30 % de ces 60 %, souhaitent pratiquer une activité purement sportive. Et ce besoin est amené à évoluer davantage à travers toutes les destinations sachant que la plupart de la clientèle touristique est une clientèle de plus en plus jeune. Le Maroc n'échappe pas à cette évidence. Il a besoin forcément d'évoluer et de développer d'autres produits qui peuvent attirer cette clientèle qui est potentielle et qui a tout l'intérêt d'évoluer et de développer une offre de produit riche et diversifié ».

Ces deux constatations sous-entendent, d'entrée de jeu, l'acquiescement des acteurs touristiques et sportifs marocains vis-à-vis des nouveaux sports de nature et de leur mise en tourisme. Les opinions de ces experts quant aux sept fonctions structurantes des sports de nature en tant que produit touristique confortent, dans ce sens, leurs assentiments envers la nouveauté touristicosportive.

4.3.1 La fonction de levier financier

La fonction de levier financier poursuit deux objectifs principaux, à savoir : sa faculté à requalifier les infrastructures et les services publics et la mobilisation des fonds (étatiques, internationaux, commanditaires, etc.). Par exemple, plusieurs intervenants stipulent que le tourisme de parachutisme a fait de la région d'Azilal une référence internationale dans le domaine, menant au développement marquant de la province. Grâce en bonne partie grâce à ce tourisme, la province est maintenant desservie par des lignes aériennes internationales et est depuis récemment reliée aux autres villes du royaume par autoroute.

Les sports de vols libres (parapente et deltaplane) ont aussi contribué à la dynamisation de la région d'Aguergoure, comme le rapporte un responsable du développement des sports de Vol libre :

« [...] Il y a, aujourd'hui, environ 6gîtes à Aguerroure. Avant le parapente, il y en avait un seul où il n'y avait rien. Il y avait une chambre commune. Les gens venaient avec le sac de couchage. Alors qu'aujourd'hui c'est très bien équipé, vous avez de l'électricité, l'eau courante, l'eau chaude, les toilettes. Et les gens ne vivaient que de ça ».

Quant au deuxième objectif, les avis restent mitigés et dépendent plutôt des particularités de chaque discipline. En reprenant l'exemple du parachutisme, un conseiller du ministère du Tourisme démontre bien que cette discipline réussit, vraisemblablement, à mobiliser d'importants fonds monétaires, ne serait que pour

construire l'autoroute, aménager l'aéroport et accroître le nombre de structures hôtelières destinées à accueillir d'importants flux touristiques internationaux. En revanche, d'autres intervenants qui administrent des sports qui ne connaissent pas le même succès que le parachutisme, regrettent de pouvoir, que très difficilement, mobiliser des commanditaires pour le financement des manifestations sportives. N'ayant pas atteint une maturité professionnelle au Maroc, ces pratiques encore méconnues ne suscitent pas la confiance des commanditaires pour les inciter à y associer leur image de marque. Cette annotation est un obstacle de développement touristique de ce créneau touristicosportif et fera l'objet d'une analyse plus approfondie dans le cadre du prochain chapitre.

4.3.2 La fonction de développement et de diversification économique

La fonction de développement et de diversification économique porte sur la capacité du projet à stimuler la création de richesse et d'emploi. À ce sujet, les intervenants semblent bien d'accord pour reconnaître aux sports de nature en montagne leur bon office sur la sphère économique. « *Les gens viennent pour pratiquer ces activités et découvrent les produits du terroir et, bien sûr, s'approvisionner en denrées alimentaires là-bas* », soutient Mustapha Naitlho (2014 : communication personnelle) président de la Fédération du Ski et de la Montagne. « *À Aït Bougemez, par exemple, c'est plein de refuges et de gîtes d'étape, il y a des marchands partout et tout le monde vit avec ça...et autrement qui irait ?* », poursuit-il. Les présidents des Fédérations royale marocaine de canoë-kayak et le responsable de développement des sports de vol libre rapportent que la pratique de ces activités nécessite un besoin notable en main-d'œuvre notamment au niveau de leur exploitation (guides, formateurs, accompagnateurs, préposés à l'entreposage du matériel, etc.) et précisent que cet effet de création d'emplois est capital, en particulier, pour les provinces enclavées comme les régions montagneuses. Au-delà des démarcations de la fonction

économique, le président de l'Association de l'escalade et du canyonisme, perçoit, un échange très exaltant avec les populations locales avec qui s'est développée une réelle complicité :

« C'est sur la population locale que les retombées économiques sont les plus grandes. Ce sont en effet « les habitants », comme on les appelle, que nous visons indirectement parce que partout où nous allons dans le Maroc profond, avec nos adeptes, nous avons toujours tendance à loger aux mêmes endroits où l'on a fidélisé certaines personnes qui possèdent un gîte d'étape ou une structure d'accueil voire une certaine logistique pour nous épauler... Ces « contacts » permanents nous accordent des prix spéciaux et en retour nous leur apportons des clients et leur faisons de la publicité. Il y a donc un échange équitable et c'est très bien parce qu'il fait boule de neige. Nos amis locaux font des affaires à travers nous, et nous, nous sommes assurés de ne pas arriver dans l'inconnu », Jean Isbecque (2014 : communication personnelle).

Ces anecdotes s'enlignent de belle manière avec les études réalisées au sujet du récréotourisme, notamment avec celle de Mouton et Bessy (2003) qui abordent les enjeux économiques directs et indirects des loisirs et du tourisme sportif de nature.

4.3.3 La fonction de réseau

Cette fonction s'adjuge au projet touristique qui a pour effet la dynamisation des ressources et du savoir-faire local. Pour le cas du Maroc particulièrement, le tourisme sportif permet de développer les ressources et le savoir-faire local autant que ces derniers contribuent, de façon réciproque, à enchérir l'originalité de l'expérience touristique. Les ressources locales combinées au voyage récréotouristique peuvent se manifester comme une occasion pour le Maroc de concurrencer les autres destinations qui offrent un produit similaire. À ce sujet, un conseiller du développement touristique annonce que « *[c]'est un plus par rapport à d'autres. Ceux sont, au contraire, des éléments qui vont permettre au tourisme sportif marocain de concurrencer le tourisme sportif à l'échelle internationale. Ce patrimoine immatériel et cette richesse, c'est un plus* ». Jean Isbecque (2014 : communication personnelle)

donne l'exemple du canyoning qui « *fait vivre des populations locales qui, indirectement, vivent du tourisme. Comme quand on achète du miel, quand on achète de l'huile d'olive, d'argan ou des pots de confiture... ou de l'artisanat, des sculptures en bois, des cuillères. On achète des minéraux, on achète des fossiles* ». Le conseiller du ministère du Tourisme est conscient des effets indésirables que peut entraîner l'exploitation du tourisme sur la culture et les ressources locales, mais reste confiant pour le cas du Maroc où « *le tourisme et l'artisanat sont deux secteurs qui évoluent en parallèle* ». À ses dires, non seulement le tourisme des sports de nature peut remplir la fonction de réseau qui contribue à faire de ce créneau l'objet d'un projet touristique structurant, mais, en même temps, le savoir-faire et les ressources locales sont une pierre angulaire dans l'agrémentation de l'expérience touristicosportive.

4.3.4 La fonction développement social et culturel

Cette fonctionnalité mesure l'aptitude d'un projet touristique à donner lieu à une action sociale (festival, réinvestissement des retombées économiques sur la population, mobilisation citoyenne, etc.). Ce genre de retombées ne peut, ordinairement, s'apprécier que lorsqu'une activité sportive a totalement muri dans un territoire ce qui n'est pas le cas des nouveaux sports au Maroc qui ne s'intègrent pas encore dans la culture sportive du pays. Par ailleurs, Mustapha Naitlho (2014 : communication personnelle) de la Fédération de ski et des sports de montagne, rapporte le cas du trail, nouveau sport ascétique (course à pied en milieu naturel) qui a produit une émulation extraordinaire de l'ensemble des acteurs de la région de montagne (prestataire privé, secteur public, média, sponsors et population locale) :

« Nous n'avons eu que des échos très favorables et encourageants. Cette année, ils nous ont dit de ne pas limiter le nombre de participants à 60 ou 70, il faut laisser ouvert. Et on va encourager la gente féminine à la pratique de ce sport. Et la catégorie des juniors. Notre intention est d'ouvrir et de commencer même pour les cadets et pour les juniors [...] Le trail est connu maintenant. À la télévision, tout le monde a suivi le circuit du

trail. Déjà, un bon point positif pour nous. On a invité beaucoup de journalistes. Il y a eu toutes les chaînes de télévision qui ont suivi avec nous [...] Dans ces événements, il y a des autorités qui y participent. Pour le trail de khénifra, ils nous ont donné des bus, ils ont convaincu les hôtels à réduire leur frais de séjour et ils ont mis à notre disposition des ambulances, des gens d'armes, la police, etc. Ça veut dire que c'est toute la région qui participe, tout le monde est sensibilisé de l'importance de l'évènement et tout le monde y participe. Et bien sûr, les sponsors quand ils sont sûrs que les autorités participent, ils ont déjà une garantie de la réussite de l'organisation de l'évènement. Et surtout les résultats positifs. Si c'est bien réussi, l'année prochaine nous n'aurons même pas besoin de nous prendre la tête. Les sponsors vont venir par eux mêmes. Déjà, il y a des sponsors qui nous demandent les dates de l'évènement ».

Le Club de parapente, épaulé par la Fédération du vol libre, a organisé en 2012 le premier festival international du parapente. En 2014, la fédération amorce la seconde coupe du trône du parapente dans la région d'Aguergoure. D'un autre côté, la fonction de développement culturel et social est en étroite subordination avec la fonction pédagogique et éducative d'un projet touristique. À cet effet, les intervenants ont manifesté beaucoup d'enthousiasme sur l'aspect éducatif du tourisme sportif de nature et sur sa capacité à développer des connaissances et à inculquer de nouvelles valeurs aux populations locales. Cela amène l'ex-chargé du développement touristique du windsurf et du kite surf au Maroc à dire :

« On dit que le Maroc a tout le potentiel de développement des activités de montagne, des activités nautiques, etc. ça veut dire que c'est un manque à gagner pour la destination si on ne peut pas développer ces activités. On a donc tout gagné en développant ces activités, même si c'est minime. Il y a un impact pas forcément juste financier, mais il y a un impact de développement sur le plan social sur le plan de la formation. Les destinations qui ont développé ce type d'activités sont satisfaites dans le sens où, l'héritage qu'on laisse sur chaque territoire, c'est que les jeunes apprennent un métier. Et c'est ça le plus important. Ça veut dire que si je développe le surf, le canoë ou la voile, c'est un savoir-faire que je laisse sur le territoire. C'est important puisque c'est les locaux qui vont encore une fois prendre le relai pour pouvoir continuer cette aventure ».

À ce titre, Jean Isbecque (2014 : communication personnelle) de l'Association de l'escalade et du Canyonisme ajoute qu'« *[o]n veut surtout développer le Maroc, c'est notre pays (de cœur), et surtout inculquer aux Marocains ces notions de culture des*

nouveaux sports. C'est pour eux que l'on fait ça et en espérant qu'eux-mêmes puissent retransmettre pareillement ce flambeau chez eux et pourquoi pas aussi à l'étranger. On est ouverts... » ». Mustapha Naitlho (2014 : communication personnelle) de la FRMSM insiste sur les valeurs écoéducatives qu'instruit le tourisme sportif de nature auprès des touristes et des locaux. « *Les gens font la découverte et, en même temps, on éduque les touristes et la population à bien respecter l'environnement, à connaître la valeur des arbustes, à connaître le nom de tout et à protéger la faune. On les sensibilise sur la disparition de pas mal d'espèces fauniques* ». À l'exception du cas du parapente, les nouveaux sports libres de montagne ne sont pas encore assez développés au Maroc pour pouvoir évaluer leur rendement en tant que projet touristique au niveau de la fonction socioculturelle. Cependant, les témoignages des intervenants laissent croire que le tourisme sportif de nature dans toutes ses formes a tout les attributs pour provoquer de réelles actions sociales et citoyennes, en sus d'un considérable agissement socio et écoéducatif.

4.3.5 La fonction de protection et de préservation de l'environnement

Au travers la fonction de protection et de préservation de l'environnement, le projet touristique doit s'affirmer, d'une part, comme une mesure de protection du périmètre de son implantation (balisage et mise en écrin de l'espace de pratique), et de l'autre, comme une allégation contre l'usage anarchique des territoires. La littérature publiée à ce sujet décrit le tourisme sportif de nature comme une activité modèle pour cet office. Selon l'ONU (2003 : 16), les sportifs sont, par nature, plus enclins à veiller à la préservation de l'environnement qui leur sert de terrain de jeu. De même que la prolifération des sports dans un territoire de nature a le potentiel d'éveiller une conscience écocitoyenne (Mouton et Bessy, 2004 : 25). Leur exploitation prévient, en effet, l'usage anarchique des sites grâce aux aménagements nécessaires pour leur pratique (Mouton et Bessy, 2004 : 25). Les nouveaux sports de montagne qui ne

peuvent se pratiquer, pour la plupart, qu'à petite échelle, se considèrent comme des activités douces et soutenables (Bourdeau, 1998). Distinctement de toutes les autres activités sportives, les sports californiens se prodiguent comme des activités écologiques, car leur pratique requiert des engins sans carénages et favorisent l'exploitation des énergies douces. Ces diverses connotations attirées au tourisme sportif de nature sont reprises textuellement dans les témoignages des intervenants. L'ex-responsable du développement touristique du Kite surf et du Windsurf semble paraphraser les propos de l'ONU (2003) en affirmant que « *[l]es adeptes sont des pratiquants qui respectent l'environnement. Ils sont très sensibles au volet environnemental. Ils ont le souci de préserver ce territoire. Ils ont tout l'intérêt pour que les générations futures puissent venir et (perpétuer leur activité), ils ont aussi le sens du partage* ». Un intervenant de la Wilaya de Béni Mellal stipule que la constitution d'une charte pour encadrer les activités touristiques de plein air est une obligation, il annote, tout de même, que « *quand quelqu'un possède un esprit sportif, il doit avoir de bonnes notions de protection de l'environnement* ». Vincent Brotons (2014 : communication personnelle) laisse entendre que les activités sportives d'aventure qu'il développe, en structurant, en sectorisant et en balisant le parc national du Mont Toubkal à Marrakech, se manifestent comme un outil de protection et de valorisation du territoire. Les guides et les accompagnateurs qui sont formés et sensibilisés dans ce sens, doivent être les vecteurs et les ambassadeurs de ces zones-là. Pour ce qui est de leur nature diffuse, l'ex-responsable du développement du tourisme de kite et de windsurf fait constater que « *cet opérateur qui développe cette activité n'est pas dans la masse, c'est-à-dire, qu'il est sur une clientèle de niche encore une fois. Il est obligé de recevoir 5-6-7 jusqu'à 10 personnes pour pouvoir les encadrer. Ça a un coup. Il n'y a pas d'effet de masse. Donc, vu le prix qu'elle paye cette clientèle est déjà très sensible et qui a une certaine éducation. Je pense que le sport avant tout est une éducation et ces gens-là on le souci de l'environnement et le souci du développement du territoire et des activités. Mais je ne parle pas du tourisme sportif polluant (les sports motorisés) qui est un autre secteur* ». Le responsable du

développement des sports de Vol libre et le président de l'Association de Canyoning défendent la nuance écologique des pratiques qu'ils régissent. « *Ça reste quand même un sport [parapente] écologique. On ne pollue pas. On ne fait pas de bruit. Nous utilisons les sites tels qu'ils sont* » affirme le responsable du développement du parapente. En adoptant une posture défensive, Jean Isbecque (2014 : communication personnelle) argüe que « *[c]e n'est pas des adeptes de sports que ce soit l'escalade, le canyonisme ou la spéléologie qui sont polluants. Pas du tout au contraire. Nous avons une éthique très stricte envers la montagne et la nature et on prend toujours soin de ne pas polluer notre environnement* ». En effet, le président de la FRMSM insiste sur l'aspect écoéducatif du tourisme sportif en montagne et explique que « *[l]a première des choses que l'on fait, c'est d'interdire aux gens de jeter les ordures, les restes, etc. sur les pistes sur les endroits... Il n'y a pas de papiers, il n'y a pas de bouteilles. On les sensibilise sur la protection des arbres, la protection de la faune et de la flore [...] Maintenant, tous les endroits que l'on fréquente sont des parcs nationaux. Il y a le respect des gravures rupestres. On nomme des gens pour veiller à la propreté et prévenir le vol de ces gravures rupestres (et par les étrangers et par les nationaux). Donc maintenant, lorsque l'on fait le balisage d'un parcours, on évite de passer par ces endroits qui sont historiquement connus* » (Mustapha Naitlho, 2014 : communication personnelle). Somme toute, par rapport à ce qu'avance la littérature et compte tenu des témoignages corroboratifs des intervenants marocains, le tourisme des nouveaux sports de nature se qualifie mieux que moult projets quant à l'atteinte de la fonction de protection et de préservation de l'environnement. Ce qualificatif devrait, normalement, être d'autant plus considérable compte tenu du fait que le Maroc met justement, dans le cadre de la vision touristique 2020, la montagne comme réceptacle expressif du tourisme durable.

4.3.6 La fonction tourisme et loisir et la fonction valorisation de l'image

Vu leur contigüité, ces deux fonctions peuvent être étudiées concomitamment. La première (tourisme et loisir) calibre le potentiel du projet à divertir les touristes et la population locale, à accroître la fréquentation des entreprises touristiques et à allonger la saison touristique, tandis que la seconde s'attache à son aptitude à gratifier l'image et la notoriété de la destination.

De prime à bord, le divertissement des touristes et des locaux est un effet indéniable du tourisme sportif de nature puisque ces sports se définissent, avant tout, comme loisirs et donc, principalement, comme objets de divertissement. D'ailleurs, plusieurs intervenants créditent à cette forme touristique sa disposition à la dynamisation de l'attractivité touristique de la destination. À ce titre, un conseiller du ministère du Tourisme explique que *« ça apporte de la diversité. Ça permet d'élargir la durée moyenne de séjour des touristes [...] maintenant, si les gens viennent juste pour dormir et manger ça ne sert à rien. C'est grâce à ces sports qu'on diversifie l'activité et qu'on augmente la moyenne de séjour »*. Les résultats de l'analyse de la fonction du développement social et culturel témoignent de la volonté de certains intervenants à inculquer à la population locale la culture du sport de nature et d'en faire les futurs ambassadeurs du développement de ces activités dans leurs régions.

Bien au-delà que d'accroître simplement la fréquentation des entreprises touristiques, plusieurs intervenants indiquent que certaines activités ont fait foisonner le nombre d'entreprises hôtelières dans les régions de leur implantation. C'est le cas des activités de vol libre dans le site d'Aguergoure, du parachutisme dans la ville de Béni Mellal, et de la randonnée à Ait Bougomez. Mustapha Naitlho président de la FRMSM rajoute l'exemple de Tabant où *« quand les gens viennent pour faire de la randonnée, automatiquement, ils vont prendre l'hôtel, ils vont prendre les refuges, ils*

vont chez l'habitant. Ils dépensent de l'argent. On a, aussi, l'exemple d'Imlil. Au départ c'était tout petit. Avant il y avait une capacité de 10 à 20 personnes. Maintenant, on peut héberger jusqu'à 300 personnes ».

Mais encore, les nouveaux sports estivaux de montagne ont le double avantage de pouvoir, d'un côté, allonger la saison touristique et de l'autre, de se pratiquer au Maroc à longueur d'année. Avant d'intégrer les pratiques estivales, le rôle de la fédération de la montagne se limitait à la saison d'enneigement. « *On a allongé la saison. D'habitude après le ski, on arrête. Maintenant on a rajouté l'escalade et la randonnée [...] Il y a deux ans on a créé le canyoning* » Mustapha Naitlho (2014 : communication personnelle). Au niveau du canyoning « *la saison touristique au Maroc elle est là toute l'année. En canyon, en hiver on ira plutôt du côté d'Agadir, la vallée du Paradis entre autres, on n'a pas encore tout équipé là-bas. Il y a du pain sur la planche, des projets qui attendent. À Pâques, c'est surtout le Moyen Atlas qui nous appelle. Mais il y a aussi le Rif, au nord, où les oueds débitent de l'eau toute l'année* », enseigne Jean Isbecque (2014 : communication personnelle).

Quelques témoignages démontrent aussi que le tourisme sportif de nature peut stimuler l'image et la notoriété de la montagne marocaine. Le président de la FRMSM (Mustapha Naitlho, 2014 : communication personnelle) affirme que « *[c]'est grâce à ces sports que l'on connaît un peu les régions marocaines* ». Un conseiller du ministère du Tourisme perçoit les nouveaux sports de nature comme jonction entre la valorisation de l'image de la destination et sa prospérité économique. Cet intervenant soutient que « *On encourage les gens à mettre en place ces types de sports. C'est très important pour l'image surtout que le tourisme est un secteur évolutif. Si vous restez dans les métiers de base là où il n'y a pas d'évolution, là vous perdez beaucoup de clients* ». Vincent Brotons (2014 : communication personnelle), pionnier en développement de l'hélicski au Maroc, fait constater que le Maroc est le premier et, encore, le seul pays en Afrique où l'on peut pratiquer cette activité.

« *L'hélicoptère a un potentiel extrêmement intéressant et c'est une belle vitrine pour le Maroc* », souligne Vincent Brotons (2014, communication personnelle). Il ajoute : « *C'est un atout majeur que le Maroc n'utilise et n'exploite pas, à mon avis, suffisamment* ».

Au niveau des trois effets attendus d'un projet par rapport à la fonction du tourisme et du loisir, les sports de nature semblent concrètement avoir le potentiel de divertir les touristes et les locaux puisqu'il s'agit, à la base, d'activités de loisir ; d'améliorer la fréquentation des entreprises touristiques voire même d'accroître leur nombre dans le territoire ; et d'allonger la saison touristique déjà qu'au Maroc leur pratique est envisageable à l'année longue. Le tourisme sportif peut aussi combler la fonction de la valorisation de l'image de la destination. À juste preuve, ces activités incitent les touristes à visiter les montagnes, rajeunissent l'image touristique du Maroc et peuvent, ainsi, contribuer à l'épanouissement économique du secteur touristique.

Conclusion

En deux temps, ce chapitre a examiné le potentiel du tourisme sportif de nature et le juge conforme aux critères de développement de projet affectés au secteur public. Documentés à partir des écrits scientifiques édités à ce sujet, les enjeux des sports de nature ont été éprouvés au travers une grille d'analyse des sept fonctions principales du projet structurant. En second plan, ces résultats ont été consolidés grâce aux témoignages des nombreux professionnels du domaine sportif et touristique du Maroc. Sur les sept volets étudiés (économique, financier, environnemental, socioculturel, touristique, valorisation de l'image et réseautage) les sports de nature réussissent à combler, pleinement ou en partie, les effets recherchés pour moduler l'aspect structurant de leur mise en tourisme. Par ailleurs, l'effet mobilisateur de fond de la fonction levier financier fait défaut puisque certaines activités de plein air, les plus récentes notamment, ne disposent pas d'une notoriété assez forte pour susciter

l'intérêt des investisseurs privés, les institutions financières et les commanditaires. Aussi, le fait que les sports de nature répondent aux critères d'un projet structurant ne signifie pas pour autant que les têtes dirigeantes touristiques du Maroc en tiennent compte forcément. Par exemple, le Maroc, qui est le seul pays en Afrique à offrir l'activité de l'héliski, ne tire aucun parti de cet avantage concurrentiel. Par surcroît, il faut bien souscrire, de façon générale, que ce volet du mémoire étudie, exclusivement, les abords positifs des sports de nature. Il n'en reste pas moins, cependant, que ces activités sportives, si mal régentées, peuvent aussi comporter leur part de limites particulièrement au niveau des trois piliers du développement durable (élévation du prix du logement et du foncier, folklorisation des coutumes, dépendance de la population au tourisme, concurrence du tourisme avec les secteurs agricole et artisanal, emplois touristiques précaires, conflit entre touristes et locaux, etc.). Cet aspect fera plus loin (chapitre 6) l'objet d'une analyse plus approfondie, le présent mémoire ayant pour objectif de proposer un modèle de développement touristique « maîtrisé » de ces sports.

Enfin, si les sports de nature, preuve à l'appui, présentent les caractéristiques requises pour aboutir à un projet touristique structurant, comment se fait-il, aujourd'hui encore, qu'il n'y ait aucune volonté politique de développement à l'égard de leur mise en tourisme ?

CHAPITRE V

IDENTIFICATION ET ANALYSE DES FREINS AU DÉVELOPPEMENT DES NOUVEAUX SPORTS DE NATURE : LE CAS DU MAROC

Malgré les nombreuses plus-values que peuvent bien amener les sports californiens aux territoires reculés des pays du Sud, l'expansion de ce créneau ludosportif ne connaît, pour la plupart de ces pays, qu'un timide rayonnement à peine perceptible dans leur politique de développement touristique. Dans ces pays, les nouvelles activités de nature se pratiquent, généralement, de façon libertine et libertaire ou sont importées, de manière dissolue, par quelques Occidentaux passionnés. Ainsi, les sports californiens s'inaugurent mollement et informellement dans les pays émergents sans qu'un réel effort de communication marketing ne soit soumissionné ou qu'une initiative de développement concrète ne soit entreprise. Pourtant, une clientèle potentielle, avide de sensations fortes et toujours à l'affût de nouveaux territoires à découvrir, existe et ne demande qu'à être conviée. Mais comment alors faire bénéficier les pays émergents des avantages socioéconomiques du tourisme sportif californien ? Comment revaloriser et dynamiser l'image touristique des montagnes des pays du Sud grâce à ce nouveau créneau touristicosportif écologiquement et socialement acceptable ? Comment profiter de cette niche touristique pour modérer les déséquilibres territoriaux qui s'observent entre les régions littorales et les arrières pays ? Au prologue de toutes ces questions, il serait avant tout clairvoyant de s'interroger sur ce qui freine actuellement le bon développement du tourisme sportif californien dans les pays du Sud.

Puisque ces activités sont situées au carrefour du tourisme et du sport, leur développement est tributaire, à la fois, des politiques gouvernementales attitrées au domaine sportif et touristique. Ruisselant de ces deux phénomènes, le développement du tourisme des nouveaux sports de montagne est d'autant plus complexe compte tenu du fait qu'il est difficile de commercialiser une activité sportive non maîtrisée dans un territoire qui, à la base, n'est pas assez mature pour accueillir un produit touristique aussi sophistiqué.

Au niveau du développement de l'activité sportive à des fins touristiques, Bouchet et Lebrun (2009) témoignent qu'un développement territorial échafaudé à partir de la mise en tourisme des sports dans les pays émergents a déjà été ambitionné auparavant. Cependant, « [d]ans les pays en voie de développement (ou en émergence) et à l'opposé de ce qui se passe en France, des expériences ont tenté un développement local centré sur l'aspect touristique de ces activités. Cet état de fait risque de présenter un handicap dans le développement de ces pratiques sportives touristiques en ce qui concerne la population autochtone. En effet, ils ont été en quelque sorte importés en sautant l'étape proprement sportive qui est, probablement un préalable indispensable à l'appropriation de ces activités », soulignent Bouchet et Lebrun (2009 : 228).

Pour ce qui est du développement de projet touristique, le ministère marocain du Tourisme via la Société marocaine de l'ingénierie touristique (SMIT) se donne pour mission « la réalisation de la stratégie de développement du produit touristique du Maroc à travers la définition, le placement, l'exécution ainsi que le suivi des projets touristiques », (SMIT, 2011). La SMIT ne se positionne donc pas comme un meneur de projets en soi, mais se veut être un « allié incontournable » en matière de développement touristique au Maroc. Cette institution propose aux investisseurs de les accompagner au niveau de la stratégie de développement du territoire, des études de faisabilité technique et financière et du montage opérationnel de projets (SMIT,

2011). La politique de développement des projets touristiques privilégie, alors, le recours aux investisseurs. Alors, même si l'on considère, hypothétiquement, que la demande et l'offre des nouveaux sports de nature sont assez mures au Maroc pour la commercialisation de ces activités, leur mise en tourisme reste quand même tributaire de la volonté des promoteurs à vouloir s'y investir. Dans ces conditions, des obstacles, extérieurs à la sphère sportive et bien spécifiques au constitutif de la montagne marocaine, peuvent freiner les meneurs de projets à s'engager dans le développement du créneau touristicosportif au Maroc.

Sur ces entrefaites et dans la perspective de comprendre les obstacles qui entravent la mise en tourisme des nouveaux sports de montagne au Maroc, ce chapitre, qui se consacre entièrement à l'étude de cas, propose donc d'analyser, l'un après l'autre, les freins du développement des sports californiens et, ensuite, les freins du développement de la montagne touristique.

5.1 Les obstacles au développement des nouveaux sports au Maroc

Pour envisager le développement du tourisme sportif au Maroc, il faut avant tout développer l'activité sportive en soi. C'est ce que tente d'expliquer l'ex-chargé du développement touristique du windsurf et du Kate-surf en comparant le modèle touristicosportif français à celui du Maroc. Cet intervenant témoigne que :

« [l]e sport est une industrie dans laquelle il faut mettre un certain nombre d'assises pour parler d'une société de sport avant de parler d'une société de tourisme sportif. Je citerai donc le cas de la France et comment ce pays a évolué pour commercialiser le tourisme sportif. Parce qu'on ne vend pas le tourisme, mais on vend le sport. Là est la différence. Le système français est régi par les professionnels eux-mêmes et à travers une réglementation qui est rigoureuse. Le parapente, le canyoning ou le canoïng, toutes ces disciplines ont un certain nombre de normes pour l'encadrement que ce soit à but récréatif, ludique, pédagogique, sportif ou de haut niveau. Pour chaque gamme de produits, on retrouve un certain nombre de règlements. Quelles sont les conditions pour

encadrer, pour faire évoluer une population dans le cadre d'un système ou dans le cadre d'une structure ? Différemment au Maroc, malheureusement, à ce jour, on n'a pas encore pris conscience de cette importance. L'activité sportive reste plus ou moins mal encadrée, ce qui nous fait perdre, malheureusement, énormément d'opportunité pour pouvoir commercialiser ces disciplines ».

Sur ces propos, cette première partie du chapitre se consacre exclusivement aux sports de nature au Maroc et tentent de recenser et de comprendre les freins qui entravent leur développement. À ce titre, les obstacles de développement des sports de nature (et des sports californiens au demeurant) sont nombreux. Ces derniers sont généralement maillés les uns aux autres et, bien souvent, résultent les uns des autres. Si certains intervenants mettent davantage l'accent sur des obstacles liés à la nature des sports californiens d'autres avancent des freins techniques qui entravent l'évolution et la maturation des activités de plein air au Maroc. Une lecture et une analyse plus approfondie des résultats d'entretiens ont permis de scinder les observations en deux embranchements logiques dissociant, ainsi, les freins fondamentaux ou « primaires » au développement des nouveaux sports desquels saillissent d'autres obstacles secondaires.

5.1.1 La non-compétitivité, l'aspect libertaire et l'imaginaire du risque : trois caractéristiques propres aux nouveaux sports de nature à l'origine de leur faible développement

Au Maroc, la quasi-totalité du financement du sport est d'origine étatique, l'apport financier des collectivités territoriales, des ménages et des entreprises n'étant à ce jour que très modeste (Kaach et Zeghdoud, 2004 : 133). Kaach et Zeghdoud (2004 : 137) observent que les efforts de l'état restent « en deçà des espérances d'un véritable développement du sport marocain [...] ». C'est surtout l'absence de projet politique en sport à moyen et long terme qui apparaît la plus grave ». À cela, s'adjoint le désintérêt marquant des collectivités territoriales qui ne favorise pas l'enracinement local du sport dans plusieurs villes et régions du Maroc (Kaach et Zeghdoud,

2004 : 137). De plus, l'absence de mesures incitatives (juridiques, politiques, administratives) n'incite pas le secteur privé à soutenir les efforts du mouvement sportif et à le relayer dans le financement du sport dans toutes ses formes (Kaach et Zeghdoud, 2004 : 139).

Un conseiller du ministère de la Jeunesse et des Sports blâme les collectivités territoriales qui « *se désintéressent de tous les sports même les sports traditionnels* », dit-il. Il ajoute que « *[m]ême quand vous voyez le schéma régional d'aménagement du territoire (qui est une obligation à travers la loi intercommunale), il n'y a rien qui mentionne le sport. On s'intéresse à l'hydraulique, on s'intéresse à l'eau, on s'intéresse à l'électrification, la santé, l'artisanat, etc., mais aucun mot ne mentionne le sport* ». Les mêmes constats sont avancés par Guibert (2011) qui, en étudiant le cas du développement du surf au Maroc, soulève plusieurs témoignages révélateurs. Ceux-ci dénoncent le manque de considération des politiques à l'égard du sport de façon générique, l'indifférence des élus envers la voix des sportifs, le manque de budget alloué à l'expansion de l'activité sportive au niveau national et la dénégation de son rôle en tant qu'outil de développement socioéconomique (Guibert, 2011). De ces observations liminaires, on appréhende que les nouvelles activités californiennes soient, à la base, mises en marge des politiques de développement gouvernementales, le sport, de façon générale, étant loin de faire l'objet d'une priorité locale ou nationale.

Par ailleurs, la nature non compétitive des sports californiens vient considérablement mettre en relief cette pénible déveine. Rappelons-le, ces nouvelles activités « libres » favorisent les zones de moindre concurrence, là où la rivalité n'est qu'occasionnelle, et adhèrent à une pratique soit individuelle soit en petits groupes organisés de façon informelle (Pociello, 181, 222 ; Dienot et Theiller, 1999 : 42). C'est d'ailleurs à ce sujet que le conseiller du MJS reproche aux fédérations de ne pas comprendre l'aspect non compétitif des sports qu'elles fédèrent et d'avoir constamment recours au prétexte financier pour justifier leurs improductivités. Il explique que :

« Il faut avoir une vision claire, une politique, une stratégie, un plan d'action », commente ce conseiller du MJS. Il poursuit : « Quand on parle de stratégie, elle doit être étalée sur 5 ans. Et jusqu'à maintenant on est en face d'actions et d'implants annuels. Et malheureusement, quand on fait une lecture des programmes proposés par les fédérations, elles s'intéressent essentiellement au voyage à l'étranger. Bien que c'est un coût exorbitant. On se désintéresse totalement à la formation et à la formation de la discipline. Et ça ce sont des remarques faites par des auditeurs. Le ministère a sollicité et a audité à travers des cabinets privés le compte de pas mal de fédérations et il est sorti avec ce constat lamentable. Le budget est orienté vers les voyages, vers la participation aux compétitions qui malheureusement n'apporte rien ».

Pourtant, plusieurs intervenants issus des fédérations et des associations sportives (et donc directement situées sous la tutelle du MJS) déplorent justement le fait d'être contraints à organiser obligatoirement des compétitions sportives pour gagner l'intérêt de leur ministère de tutelle et espérer en tirer quelques subventions, et ce, même si cela va à l'encontre de l'esprit de ces activités. C'est le cas de Jean Isbecque (2014 : communication personnelle), président et fondateur de l'Association marocaine de l'escalade et du canyonisme, qui s'indigne que *« déjà dans notre esprit à la base, on n'est pas très compétition. On n'aime pas ça du tout. D'ailleurs, en canyon, on ne peut pas faire de compétition. Franchement, comment pourrait-on s'y prendre ? Ce n'est pas du ski ni du kayak... En spéléologie aussi la compétition est impossible. C'est une évidence. Dans la conjoncture actuelle, on n'aura jamais de subvention pour ces disciplines... Il reste l'escalade. Mais les compétitions organisées à l'échelle fédérale ou nationale, sur structures artificielles, n'ont pas vraiment jusqu'ici l'esprit escalade. Pour le spectacle, l'accent est trop souvent mis sur le « top chrono » ce qui à mon sens va à l'encontre de l'essence de ce sport... »*. Un professionnel du développement des sports de vol libre au Maroc tient le même discours : *« [l]e ministère du Sport subventionne plutôt des manifestations. Nous recevons des subventions pour organiser certaines manifestations. Mais ça ne va pas plus loin. Pour eux, on n'est rien... on est considéré comme des gens un petit peu fous »*. Le président de la Fédération royale marocaine du ski et des sports de

montagne vente les mérites de l'athlète Adam Mhamdi qui, en remportant la médaille d'or des Jeux olympiques de la jeunesse, *« a fait beaucoup pour la publicité de la fédération. C'est grâce à lui que notre fédération commence à respirer et c'est grâce à lui que notre ministère commence à s'intéresser à notre fédération et à nous aider financièrement »*, observe Mustapha Naitlho (2014 : communication personnelle).

Par contre, le conseiller MJS reconnaît aux nouveaux sports de nature leur caractéristique libertaire :

« Il ne faut pas oublier que les systèmes de mouvements sportifs au Maroc sont bâtis sur les séquelles du protectorat. Il était bâti en 1912, 1913, etc., et on a essayé de perpétuer le même système. C'est le même système en France. Or, la nouvelle génération a une autre vision du sport et des activités sportives. Les pratiquants ne s'intéressent pas à cette notion de bénévolat, de volontariat et se désintéressent à ce qu'ils soient inscrits dans un club, ou dans une structure associative. Ils préfèrent ne pas être encadrés (Encadré qui est synonyme d'être bien maîtrisé, bien minimisé). C'est là qu'on sent qu'il y a une confrontation parfois tacite, parfois révélatrice d'un conflit de générations au sein même des clubs, au sein du bureau fédéral, au sein des clubs inscrits dans la fédération. Même dans les compétitions, on voit ces associations qui préfèrent créer leurs propres événements sportifs en dehors, sans reconnaître la fédération ».

Effectivement, plusieurs responsables du développement des activités de plein air dénoncent la pratique informelle des sports qu'ils régissent et déplorent le fait de ne pouvoir en tirer ni profit ni reconnaissance de la part de leur ministère de tutelle. Ainsi, discréditées par la nature non-compétitive et libertine des sports qu'elles régissent, les fédérations et les associations des nouveaux sports de nature se voient quasiment déshéritées de toutes formes de soutien humain et financier. Par surcroît à ce manque de moyens, le système sportif marocain (lui-même mis en marge des politiques de développement gouvernementales) fait preuve, au-delà d'un simple désintérêt, d'un dénigrement manifeste pour le développement de ces activités. À juste preuve, le président de la Fédération royale marocaine de Canoë-Kayak, El

Mamoun Belabbas Al Alaoui (2014 : communication personnelle) déplore la destruction de tous les clubs nautiques pour les besoins de l'utilité publique :

« Ils n'ont pas pensé à établir une structure ne serait ce que précaire....une base nautique pour mettre les clubs sous cette structure et pour faire perdurer le développement du sport et l'activité normale telle qu'elle devrait se faire. Les conséquences de cette omission sont très graves puisque les sports nautiques ont régressé. Nous avons énormément régressé dans toutes les disciplines (canoë-kayak, aviron et la voile). Nous qui étions, hélas, pourtant les leaders en Afrique et des pays arabes ».

Un intervenant de la région de Tadla Azilal fait remarqué que le Centre de Formation aux Métiers de Montagne est dans un état lamentable et rajoute qu'*« il y avait, en 1980, plusieurs spécialités (le ski, l'escalade, etc.), mais on a éliminé toutes les autres formations et ils n'ont gardé que celle des guides de montagne qui s'est, elle-même, réduite à une durée de 6 mois au lieu d'un an »*. De même que le professionnel du développement des sports de vol libre soupire : *« [d]es fois, vous avez le Caïd du coin qui n'a rien compris à ce que c'est [le parapente] et qui va venir interdire l'activité. Parfois, il y a des gens d'armes qui viennent saisir notre matériel »*.

À ces affronts qu'essuient les sports de nature, l'absence d'une culture sportive de plein air au Maroc secondée d'une réticence face aux impressions de risque qu'évoquent ces activités, viennent, diligemment, décourager les structures sportives étatiques à s'engager dans le développement des sports californiens de montagne. Le président de la Fédération du canoë-kayak reconnaît que le rafting devrait faire partie des activités de la fédération, mais préfère s'en écarter, dans un premier temps, en raison du risque que ce nouveau sport génère (El Mamoun El Alaoui, 2014 : communication personnelle). Pour les responsables du développement des sports de nature interrogés, le risque figure comme motif principal à l'échec de développement des nouveaux sports de montagne au Maroc et de leur mise en tourisme, un accident mortel pouvant sérieusement entacher l'image de la destination. Le président de

l'Association marocaine de l'Escalade et du Canyonisme souligne que « *Les gens font souvent l'amalgame entre le canyoning et le rafting [...] Nous évoluons dans un monde qui ne connaît pas nos disciplines. Il n'y a pas longtemps que le terme de « Canyonisme » a été porté dans les statuts de la fédération. La spéléologie n'y figure toujours pas. Il n'y a pas de fédération pour la spéléologie au Maroc* », Jean Isbecque (2014 : communication personnelle). Un conseiller en développement de la montagne et du tourisme de montagne explique simplement qu' « *[e]n ce qui concerne ces nouveaux sports de montagne qui ne font pas partie de la culture sportive des Marocains, il s'agit d'un nouveau monde. Leur développement prend du temps* ». Avec cela, cette mécompréhension des nouveaux sports bride le recours aux institutions financières privées pour soutenir un projet de développement de sports à risque. Comme le rapporte le professionnel en développement des sports de vol libre « *[i]l n'y a aucune grande structure ou banque qui va venir investir de l'argent dedans. Parce que pour elles, ce sont des fous qui volent accrochés au bout d'une toile. Ça fait une image durlu-durlu. Ça ne fait pas sérieux. Ne comptez pas sur une banque pour qu'elle vous donne un crédit* ».

L'ensemble de ces témoignages se confère, de point en point, aux spéculations de Mouton et Bessy (2003 : 22) sur la limite sportive et sur la limite politique des sports de nature. Au niveau des limites sportives, les activités de plein air, déjà plus récentes par rapport aux sports traditionnels, se tiennent à l'écart du cadre compétitif et endossent conséquemment l'image de loisirs plutôt que de sports (Mouton et Bessy, 2003 : 22). Perçus comme tels, les ligues et les comités concernés peinent à se développer et manquent souvent de moyens humains et financiers pour réaliser leurs ambitions (Mouton et Bessy, 2003 : 22). Sinon, le manque d'engouement des institutions étatiques vis-à-vis des sports de nature (limite politique) s'explique justement par l'absence d'une culture sportive chez de nombreux élus, par leur incompréhension de ces activités et par la symbolique d'insécurité et de risque que ces pratiques suscitent (Mouton et Bessy, 2003 : 22).

En substance, trois freins majeurs apparaissent être à l'origine du faible développement des nouveaux sports de nature au Maroc. Premièrement, faute de ne pouvoir inscrire les sports de nature dans un cadre compétitif, le ministère de la Jeunesse et des Sports n'accorde que très peu d'intérêt pour ces activités de plein air et n'octroie que très rarement les subventions nécessaires à l'épanouissement professionnel des structures concernées. La régression de certaines activités (canoë-kayak, aviron, sports de montagne, etc.), privées de leur structure d'encadrement et de formation témoigne, en effet, du déni financier et politique qu'assument les sports de nature au Maroc. Notons, par ailleurs, que ces aléas concernent les sports de nature classiques dans leur ensemble et que l'insuccès au développement est encore plus marquant pour les nouveaux sports de nature (californiens), encore moins compétitifs, plus méconnus, plus libertins et plus risqués.

Deuxièmement, les sports de nature qui peuvent s'exercer de façon libertine et libertaire permettent la pratique informelle et court-circuitent ainsi l'agrégation des fédérations. Cette concurrence déloyale comprime le faible retour monétaire qu'espèrent soutirer les fédérations des licenciations et les discrédite, encore plus, auprès de leur ministère de tutelle. Enfin, la méconnaissance des nouveaux sports de nature, que l'on associe à tort au risque et à l'incertitude, n'encourage ni les structures étatiques ni le secteur privé à s'investir dans leur développement et la professionnalisation de ce secteur ludosportif. Par ailleurs, plusieurs autres limites découlent des premières. Ces obstacles prennent part dans le ralentissement du développement des nouveaux sports au Maroc, contribuent à renforcer l'indifférence politique à l'égard des activités de plein air et provoquent, par extension, l'abstention de l'état et du secteur privé de les financer.

5.1.2 Les obstacles subsidiaires au développement des nouveaux sports de nature au Maroc

Les obstacles subsidiaires découlent des trois premières limites et sont plutôt d'ordre technique. Ces éléments sont des occurrences itérées à maintes reprises dans le discours des douze intervenants. Leur point commun reste, à priori, le manque de ressources humaines et financières soutenu par le manque de reconnaissance et de volonté politique à l'égard des nouveaux sports. Cette inclinaison leur confère un statut d'obstacles secondaires. Il n'en reste pas moins que tous freinent la maturité professionnelle des sports de nature et s'inscrivent dans l'arceau d'un cercle vicieux puisqu'ils alimentent, en même temps, le désintérêt de leur ministère de tutelle et des promoteurs touristiques privés. Conséquemment, ces obstacles endiguent, fatalement, de façon directe ou indirecte, la mise en tourisme de ces activités au Maroc puisque l'on ne peut commercialiser un produit que l'on ne maîtrise pas. En somme, il s'agit de limites relatives au manque de matériel et d'équipement requis dans l'exploitation des sports concernés, des limites au niveau commercialisation de ces activités, des limites au niveau du manque du savoir-faire et de la formation professionnelle, des limites en lien avec le manque d'image et de notoriété et, enfin, des limites attisées par l'absence d'un cadre juridique et règlementaire.

Limites relatives au manque de matériel et d'équipement

Il peut paraître insignifiant de considérer le matériel et l'équipement comme un important obstacle au développement du sport. En effet, les équipements sportifs sont rarement pris en compte dans les politiques d'aménagement et de développement territoriaux en France (Secrétariat d'État aux Sports, 2010 : 18). Mais pourtant, le modèle sportif français, qui commence à estimer les enjeux de l'équipement, essaie de lui donner plus de poids au travers la constitution d'un schéma directeur prévu à cette fin (Secrétariat d'État aux Sports, 2010). En ces termes, le Secrétariat d'État français aux sports (2010 : 10) atteste que « [l]es équipements sportifs participent de

plus en plus à la transformation, la réorganisation et la structuration de l'espace urbain non seulement du quartier où ils s'implantent, mais aussi d'un territoire plus vaste (communauté d'agglomération, département, région). Ils suscitent des attentes singulières en termes de développement local, de rayonnement et prestige économique et touristique... et sont donc de plus en plus souvent intégrés dans les projets de rénovation et de redynamisation du territoire ».

Les témoignages des intervenants impliqués dans le développement des sports de nature au Maroc donnent raison à cette résolution, car vraisemblablement, la disposition du matériel et de l'équipement s'avère être une composante essentielle dans l'expansion et pour le développement des activités qu'ils administrent. À ce sujet, un intervenant de la région de Tadla Azilal affirme, tout simplement, que « *[l]a randonnée est facile et ne requiert pas grand-chose pour son développement. Mais les activités plus techniques, ça demande, d'abord et avant tout, un budget pour acheter le matériel, assurer une formation et un encadrement... Et on n'a pas tout ça...* ». À cet effet, l'inexistence du rafting au sein de la Fédération royale marocaine du canoë-kayak est un exemple concret qui peut s'expliquer, par le rapport matériel qui sort du budget de la fédération (El Mamoun Al Alaoui, 2014 : communication personnelle). Jean Isbecque (2014, communication personnelle) de l'Association de canyoning, avance exactement, les mêmes propos. « *Déjà, pouvoir se procurer du matériel pour les sports de corde c'est très compliqué et principalement pour les marocains* », souligne le président de l'Association marocaine d'escalade et de canyonisme, Jean Isbecque (2014 : communication personnelle). Il ajoute que « *Ici, généralement, les jeunes ne quittent pas le pays à cause d'un problème de visa. Et comme il n'existe pas au Maroc de magasin qui vende ce type de matériel (très spécialisé), les adeptes sont très souvent tributaires de ce que peuvent rapporter les voyageurs dans leurs bagages. Il faut déjà qu'ils se connaissent. Ça ne développe pas le sport en lui-même. L'appartenance à un club reste une aubaine voire un passage obligé* ». Il en va de même pour le président de la FRMCK qui affirme que « *[m]ême*

si l'on dispose des moyens, pour acheter une pagaie en carbone c'est la croix et la bannière. On doit l'importer de l'étranger. Il faut attendre que quelqu'un veuille bien la ramener, etc. Maintenant, bien sûr que l'on peut en importer une centaine, ce qui fait un bon 30 ou 40 000 euros. Ceux sont des pagaies qui coutent 400 euros l'unité. Comment importer ça, sans compter les tarifications à la douane, etc. Tout ça, ce sont des obstacles qui nous embêtent qui nous font stagner un petit peu » (El Mamoun El Alaoui, 2014 : communication personnelle).

Ces trois citations mettent au clair, d'une part le rôle décisif du matériel dans l'existence ou l'absence d'une activité sportive au Maroc et témoignent, d'autre part, du manque de budget requis pour l'acquisition de ces équipements. Ces lacunes financières sont d'autant plus considérées compte tenu de l'absence de production locale et de magasin dédiés à la vente de ces équipements au Maroc. Face à cette réalité, les intervenants sont contraints de recourir à l'importation qui génère aussi sa part de complications.

Somme toute, si le matériel et l'équipement s'inscrivent comme une composante essentielle pour le développement du sport, plusieurs intervenants manifestent, amèrement, de la difficulté à pouvoir s'en procurer au Maroc. Il est intéressant de noter que le manque de financement est une occurrence qui revient systématiquement pour justifier cette déficience. L'absence de production locale et l'inexistence de points de vente dédiés à ce type d'équipement poussent les dirigeants des associations et des fédérations à avoir recours à l'importation. La pertinence de cette alternative reste discutable étant donné que le budget ne peut endosser, outre les couts exorbitants du matériel, des charges douanières additionnelles sans compter, en sus, les difficultés au niveau de la logistique pour faire venir le matériel au Maroc (problème de visa, dépendance d'une tierce personne fiable, etc.). Au final, tous les intervenants attestent que cette défaillance fait, effectivement, obstacle à leur volonté de développer les sports de nature au Maroc.

Limites relatives au marketing et à la promotion

Le discours du milieu fédéral et associatif se confronte à nouveau avec celui du ministère au niveau de la promotion du sport. Alors que les faibles efforts marketing s'enregistrent, à nouveau, sur le compte du manque de moyens humains et financiers du côté des fédérations, des clubs et des associations, le conseiller du MJS, dénonce plutôt le manque de savoir-faire du milieu associatif et des acteurs territoriaux en terme de promotion sportive (toutes disciplines confondues). Pour lui :

« [I]es acteurs territoriaux n'apportent pas un apport tangible pour le développement du sport. Et quand je parle du sport, je parle de la promotion du sport. La promotion est la base nécessaire pour assurer, injecter dans les clubs permettre de redoubler l'effort au niveau des sports de compétitions et des sports de haut niveau [...] Les associations qui travaillent sur le système du bénévolat sont ancrées dans la culture purement sportive, technico-sportive. Alors ils oublient que le sport dans ces nouvelles disciplines, je peux dire 25 % à 50 % de l'apport pour leur développement c'est le marketing. C'est dans ce sens-là qu'ils doivent s'appuyer sur d'autres sociétés d'ingénierie qui peuvent leur apporter des conseils et les accompagner à réaliser ces objectifs-là. Ce qui veut dire que la commercialisation doit s'appuyer sur des sociétés qui ont ce savoir-faire. Et je peux dire qu'actuellement les fédérations n'ont pas cette culture de marketing, et elles drainent derrière elles une culture de bénévolat, une culture de désintéressé... ».

De ce constat, on retient que les structures associatives dédiées à l'activité sportive n'éprouvent que très peu d'intérêt pour la dimension marketing qui, pourtant, joue énormément dans le développement du sport. Ce manque de volonté communicationnelle tire sa profonde origine, aux dires du conseiller du MJS, d'une absence de culture marketing, les associations sportives étant monodisciplinaires, centrées uniquement sur l'aspect « technico-sportif ». À titre d'exemple, l'on ne peut trouver au niveau de la région d'Azilal que des bureaux d'information dédiés au métier de guide touristique en montagne. Toutefois, le manque de moyens financiers et de ressources humaines compromet, également, certaines initiatives des fédérations et des associations à mettre en vitrine leurs activités. Le manque de moyen financier empêche le prédicament de la FRMCK de promouvoir, sur une base longitudinale,

l'activité du Kayak dans un territoire donné. « *On a fait des journées portes ouvertes dans certaines régions du Maroc. Mais nous n'avons malheureusement pas les moyens de venir régulièrement parce qu'il y a d'autres milieux qu'il faut aller prospecter* », explique El Mamoun El Alaoui (2014 : communication personnelle). Ainsi, les nouveaux sports, peu mercantilisés, n'atteindront que très difficilement une maturité professionnelle démonstrative, ces derniers étant pénalisés d'un côté, par l'absence d'une culture marketing du secteur associatif et de l'autre, par le manque de moyens humains et financiers. En stagnant dans cet amateurisme, le nombre dérisoire de licenciés accentue le désintérêt du ministère à l'égard des nouveaux sports qui sera encore moins porté à y investir ressources humaines et financières. Ceci loge le développement des nouveaux sports au Maroc dans les tourments d'un cercle vicieux. Aux limites de cette conjoncture, il sera, aussi, très difficile de mettre en tourisme une activité qui ne s'est pas encore épanouie au sein de la culture sportive nationale et qui n'a pas encore atteint le stade de maturité professionnelle requis pour amorcer sa commercialisation.

Limites au niveau du savoir-faire et de la formation

L'absence de connaissances techniques et des compétences nécessaires pour mettre en œuvre une innovation sportive peut expliquer la langueur du développement des nouveaux sports au Maroc. Cette incomplétude au niveau de la technicité déconforte les entrepreneurs et les investisseurs privés qui se rabattent sur ce qui est plus simple à produire. C'est ce que soutient Évolution 2, une agence internationale, privée, spécialisée dans le domaine des sports d'aventure et qui compte plus d'une vingtaine de succursales en France, une au Chili et une autre à Marrakech au Maroc. Son directeur, Vincent Brotons (2014, communication personnelle) affirme que « *au Maroc, tout le monde s'est orienté vers peut-être ce qui été le plus facile à réaliser : la randonnée ou l'activité plus classique* ». Du fait de son expertise internationale en la matière, l'équipe d'Évolution 2 et son réseau de spécialistes est, par elle-même, en

mesure de repérer les sites appropriés pour la pratique de diverses disciplines, de les équiper, de les sécuriser et de les rendre accessibles. « *Il y a une notion pionnière. Donc, automatiquement, il y a des choses que nous devons prendre en charge nous-mêmes* », souligne Vincent Brotons (2014 : communication personnelle). Dans ces circonstances, il est actuellement indispensable pour les meneurs de projets marocains, de faire appel à des consultants internationaux pour être assistés dans le développement de ces nouvelles activités. Sur ces propos, un conseiller du ministère du Tourisme confie que « *[n]ous n'avons pas beaucoup de gens qui sont spécialisés dans ces nouveaux sports. Même maintenant si on veut faire des études sur la spéléologie, on en ramène depuis l'étranger. Souvent, ce sont des consultants au niveau international qui viennent pour nous aider pour tout ce qui est de la spécialisation des zones pour faire la spéléologie, pour tracer et équiper les voies et tout* ». Cet engagement n'arrange pas, forcément le président de la FRMCK, monsieur El Mamoun El Alaoui (2014 : communication personnelle) qui souligne le manque d'encadrants (professionnels et compétents) pour mener à bien l'exploitation du rafting. « *Il faudra les former* », précise-t-il. « *Il nous faut les moyens et le temps nécessaire pour former ces gens. Sinon, il faut ramener un étranger qui va nous coûter cher et ça ne rentre toujours pas dans nos moyens* ». Au niveau de la région de Tadla-Azilal, un intervenant issu de cette province manifeste beaucoup de volonté à diversifier le portefeuille de loisir de la région, mais se consterne devant le manque de connaissances techniques en la matière qui freine son élan. « *On a fait le constat que plusieurs choses peuvent être faites et que c'est nous qui n'avons pas su comment s'y prendre* », affirme l'intervenant. « *Il aurait fallu avoir quelqu'un pour nous accompagner. On peut dire un coach. Il est primordial d'avoir recours au benchmarking. Pour étudier ce qu'on fait d'autres avant nous, pour éviter de commettre les mêmes erreurs* ».

En lien avec ce manque de connaissance technique, la défaillance au niveau de la formation et des structures de formation est une autre complication. Sans plan de

formation concret et notifié pour le long terme, il est difficile de pérenniser le développement d'une activité sportive et encore moins la mettre en tourisme. L'ex-responsable du développement touristique du Kite surf et du Windsurf au Maroc, affirme que « *l'on ne peut venir du jour au lendemain et développer une activité. À qui va-t-on la confier ? Est-ce que les ressources (je parle des ressources humaines) au niveau local sont capables aussi bien sur le plan professionnel (formation et métier) d'encadrer et de développer un produit touristique ? Quelques initiatives ont été faites sur place, mais ça n'a pas réussi* ». Cet intervenant adjoint à ce bilan l'absence de cursus de formation au niveau des fédérations et met l'accent sur l'insuffisance quantitative des centres qui y sont spécialisés :

« Les structures de formation sont des structures qui se comptent sur le bout des doigts. Toutes disciplines confondues, je dirai que le système fédéral aujourd'hui n'a pas encore un cursus de formation dans les métiers du sport [...] Et particulièrement pour ce type d'activités qui émergent, ce sont des disciplines qui ont leur particularité aussi bien sur le plan pédagogique technologique, scientifique. Il faudra développer des formations spécifiques ».

D'autre part, l'aspect qualitatif lacuneux de la formation attirée aux activités de plein air peut expliquer leur médiocre expansion au Maroc. « *On ne donne plus de formation approfondie qui permet à l'apprenant de devenir professionnel* », soutient l'intervenant de la province de Tadla Azilal. « *Si les activités ludiques ne se sont pas développées ici, c'est, d'abord, parce que la formation de base n'est pas qualifiante, n'est pas à la hauteur... Surtout maintenant...* », déplore cet intervenant. Rappelons aussi que les fédérations sportives, en prévision d'attiser l'intérêt de leur ministère de tutelle à leur égard, allouent la majeure partie de leur budget vers l'organisation de compétitions internationales, laissant, de ce fait, en marge les perspectives de formation.

Bref, les connaissances techniques pour amorcer et exploiter un projet de développement des nouveaux sports (repérage des « spots », équipement, sécurisation,

encadrement, etc.) restent inaccessibles et expliquent, de ce fait, pourquoi leur offre est, encore, si rarissime au Maroc. Si les structures étatiques marocaines envisagent d'accomplir une prospection préalable pour un éventuels développement ou mise en tourisme de ces nouveaux sports, elles sont tenues de faire appel à des consultants étrangers, ce qui n'entre pas toujours dans leur budget.

Pour ce qui en est de la formation, cet aspect ne fait pas partie des priorités des fédérations sportives qui orientent plutôt leur budget vers l'organisation de compétitions stériles. Conséquemment, les lacunes qu'on y attribue sont à la fois d'ordre quantitatif (peu d'encadrants et peu de structures de formation) et qualitatif (formations peu valables et peu qualifiantes, etc.). Sans savoir-faire pour élargir l'offre sportive et sans formation pour assurer la viabilité pérenne de son expansion, les nouveaux sports de montagne peuvent rester longtemps en dehors de la culture sportive nationale. Incidemment, le Maroc ne pourra pas atteindre la plénitude professionnelle pour se vendre comme destination touristique de plein air, mais stagnera plutôt dans le cadre de l'animation touristicosportive.

Limite au niveau du cadre juridique et règlementaire

L'inexistence d'un cadre juridique et règlementaire réservé aux nouveaux sports de nature s'inscrit comme un obstacle assujettissant tant pour le secteur public que pour le secteur privé. Le flou juridique puise, surtout, son incommodité de par les nombreuses conséquences qu'il induit. Il n'a pas été possible, au gré des entrevues, d'identifier l'origine de cet absentéisme règlementaire puisque les justifications sont hétérogènes et non structurées. Selon le professionnel du développement des sports de vol libre, des problèmes d'organisation au sein même de la fédération de l'aviation légère bloque la production et la mise en circulation du cadre juridique spécifique aux sports de vol libre. Puisque les activités comme le rafting et la spéléologie n'appartiennent à aucune fédération, elles sont, par défaut, dépourvues de cadre

règlementaire. Pour le cas du canyoning, c'est une autre histoire. « *En matière de réglementation au niveau national, il n'y a rien. Ça n'existe pas !* », lance le président de l'Association marocaine d'escalade et de canyoning. Cet intervenant explique qu'il a déjà été sollicité pour rédiger une réglementation nationale et fixer des normes à appliquer au Maroc, dans le cadre de l'escalade, sans que l'on ne mette à disposition le financement nécessaire pour la réalisation de ce projet (Jean Isbecque, 2014 : communication personnelle).

Ainsi, sans aucune loi, ni décret qui encadrent ces activités, bon nombre d'adversités émergent au sein même des intervenants gouvernementaux. Comme le rapporte le responsable du développement des sports de vol libre « *[l]'absence de réglementation crée des vides partout et les gens profitent de ce vide. Si demain on dit, par exemple, que seule la fédération qui nous encadre a le droit de fermer les sites, elle doit les gérer, elle doit donner les autorisations, le problème sera réglé* ». Pour les mêmes causes, le président de la Fédération royale marocaine du ski et des sports de montagne déplore le fait qu'il n'y ait pas d'organisation dans le développement et l'exploitation des activités récréotouristiques en montagne. Mustapha Naitlho (2014 : communication personnelle) donne en guise d'exemple deux monts reconnus au Maroc pour leur attractivité ludosportives (Oukaimden et Michlifen). Ces milieux récréotouristiques sont gérés par des organismes qui ne sont pas du domaine soit, respectivement, l'Office national des eaux potables pour le cas de l'Oukaimden et la municipalité de Ifrane pour le mont Michlifen.

Dans un autre ordre d'idées, les entreprises privées et des institutions fantômes se permettent de commercialiser, impunément, ces sports sans correspondre avec les fédérations concernées. C'est le cas du Canoë-kayak qui s'exploite librement par certains hôteliers au-delà du décret de la fédération, donnant ainsi à cette dernière peu de crédit auprès de son ministère de tutelle (El Mamoun El Alaoui, 2014 :

communication personnelle). Le responsable du développement des sports de vol libre condamne ce genre de pratiques qui sont cause de fuites fiscales :

« Les gens qui pratiquent dans le formel, ce sont des sociétés bien organisées, avec leur identifiant fiscal, qui payent leurs impôts. Mais vous avez aussi un certain nombre de sociétés fantômes... Certains ont des identifiants et d'autres pas. Certains payent et d'autres pas. Et ça les arrange que la situation reste telle qu'elle est. Pourquoi ? Parce que si demain le secteur s'organise, ces gens-là seront obligés de déclarer, de payer leurs impôts, de se soumettre à des lois et à une réglementation ».

Mais encore, l'absence de politiques règlementaires pour encadrer les activités dans un territoire peut entraîner une exploitation anarchique de l'espace et nuire à l'expansion et l'esprit ésotérique de ces sports. « *Il y a beaucoup de choses à faire au Maroc* », estime Jean Isbecque de l'association de l'escalade et du canyoning, « *mais nous souhaitons qu'elles se fassent en relation avec des entités locales afin d'éviter que des hordes de « sauvages » ne débarquent de façon anarchique et ne viennent tout saccager sur le terrain, puis repartent chez elles sans même dire un merci. Et ça, ça a tendance à se faire beaucoup et nous qui sommes ici de façon pérenne, on n'aime pas ça du tout* », renchérit cet intervenant. Au-delà du volet environnemental galvanisé, la pratique informelle des nouveaux sports n'apporte pas grand-chose en termes de retombées économiques. Du côté du secteur privé, Vincent Brotons, directeur de l'agence Évolution 2 affirme que l'absence d'un cadre juridique et des assurances attitrées aux métiers des sports de nature est l'obstacle principal qui freine l'épanouissement de son entreprise :

« [L]e développement de ce type d'activités est très compliqué. Il n'y a pas de cadre juridique qui les encadre de manière structurée et donc, par définition, beaucoup de difficultés à pouvoir assurer ce type d'activité et les clients qui les pratiquent. [...] nous devons quand même être en mesure d'assurer nos professionnels et là, c'est compliqué. Très difficile de trouver des guides qui peuvent s'assurer ».

Un responsable chargé de la promotion du tourisme préfère ne pas s'engager à promouvoir un domaine touristique que l'on ne maîtrise pas totalement. Selon ce

répondant, un flou persistant existe encore au niveau législatif, au niveau des assurances et dans l'encadrement juridique des nouveaux sports extrêmes de montagne et c'est pour cette raison, précisément, qu'aucun effort marketing n'est entrepris dans ce sens.

Sommairement, l'absence du cadre juridique et réglementaire dans le domaine des sports de nature est répréhensible pour bien des maux. De prime à bord, le rôle des diverses parties prenantes concernées par les nouveaux sports qui n'est pas clairement défini dans un arrêté, aboutit à une gestion désordonnée de ces activités (le cas des sports de vol libre et des sports de montagne en général). De plus, sans lois pour réglementer la pratique de ces sports, des conflits émergent entre fédérations et entreprises privées (hôteliers) et aussi entre fédérations et pratiquants informels. Le manque de coopération entre le secteur privé et le milieu fédéral au niveau de la licenciation des touristes-pratiquants affaiblit l'image des fédérations qui ne gagnent aucun poids politique auprès du ministère de la Jeunesse et des sports et ne dégagent aucun profit. La prolifération des activités souterraines non maîtrisées contribue, dans un premiers temps, à la destruction de l'environnement et, par extension, nuit à la pérennité des sports. Elle donne, en second plan, libre cours à des problèmes d'évasions fiscales ce qui ne profite, économiquement parlant, ni au gouvernement ni à la population hôte. Mais encore, l'inexistence d'un programme d'assurance au Maroc pour encadrer les sportifs et les professionnels est un frein considérable pour les agences spécialisées dans le plein air installées au Maroc et peut dissuader d'autres entrepreneurs à s'investir dans un domaine aussi mal régi. Au final, tant et aussi longtemps que ce flou au niveau réglementaire et juridique persistera, le Maroc ne pourra jamais se vendre comme une destination de sport de plein air à part entière.

Limite au niveau de la notoriété et l'image

La dernière limite découle des quatre premières. Sans expertise dans le domaine des nouveaux sports, sans structures de formation et sans ressources matérielles pour étendre leur développement, en l'absence d'un cadre juridique et règlementaire pour les encadrer, mais surtout, sans efforts marketing pour les promouvoir, le Maroc semble encore loin d'avoir gagné une image et une notoriété assez forte en la matière pour éveiller une réelle vocation sociale, un intérêt entrepreneurial et une volonté politique à leur égard. On peut dire, en reprenant les termes de Guilbert (2011 : 7), que les nouveaux sports de nature n'ont pas encore réussi à se fondre dans un « codage social et symbolique » au sein des mœurs marocaines. Cette absence de culture sportive ressortant de la méconnaissance et du mauvais développement de ces activités, accentue la symbolique du risque et de l'insécurité et provoque des problèmes de mobilisation de fonds même auprès des investisseurs, des commanditaires et des institutions financières privées. De cette annotation, l'on peut comprendre la constatation du professionnel de développement des sports de vol libre qui souligne la difficulté à obtenir du financement auprès des institutions bancaires, ces dernières percevant l'activité du parapente comme un sport de fous. Selon le responsable du développement touristique du kite surf « *[c]e que cherchent les sponsors, c'est l'image. Ils ne peuvent donc pas associer leur marque à un produit qui n'est pas encore connu, qui commence à peine à se faire connaître* ». Cette allégation est confirmée par le président de la Fédération du canoë-kayak qui admet que « *[l]es sponsors, les gens qui pourraient investir ne nous font pas encore assez confiance. Donc il y a un problème de sponsoring. On vient d'organiser le championnat arabe du canoë-kayak et le championnat magrébin aussi et nous n'avons eu, hélas, aucun sponsor* » (El Mamoun El Alaoui, 2014 : communication personnelle). Par ailleurs, exempt d'une image professionnelle au niveau des sports de nature, le Maroc ne se perçoit pas comme une destination fiable pour la pratique de

ces sports et n'encourage pas les touristes internationaux à s'y rendre. L'ex-chargé du développement du tourisme du kite-surf et du Wind surf explique :

« [l]a clientèle touristique est une clientèle exigeante, une clientèle qui ne va pas s'aventurer pour aller dans une destination qui ne dispose pas des infrastructures et ressources nécessaires et l'équipement nécessaire. Un étranger ne va pas forcément venir au Maroc pour faire un baptême de parapente. Ils sont très vigilants dans ce sens et si on va dans une destination pour faire une activité, c'est forcément parce qu'on est convaincu et on est conscient que derrière il y a des experts pour encadrer cette discipline ».

Pour sa part, Vincent Brotons (2014 : communication personnelle) affirme que « [l]a marque existe sur certaines activités. Elle existe chez les initiés. Moi je suis dans un monde où il y a des initiés et croyez-moi : tous savent que le Maroc regorge de potentialités et ils y viennent ».

Sommairement, c'est surtout au niveau de l'acquisition des aides financières auprès du secteur privé que la défaillante image de marque « sportive » d'un Maroc de plein air fait défaut. De ces nombreux témoignages se rapporte le cas des institutions bancaires qui peuvent refuser de financer un sport aussi incompris que le parapente au Maroc. Par manque de confiance, les commanditaires, pour leur part, ne voudront pas associer leur marque à un produit méconnu et incontrôlé. Par ailleurs, en l'absence d'une image de marque « touristique » d'un Maroc de plein air, le pays ne parvient pas à drainer un bassin clientéliste amateur de ces activités bien que le royaume regorge de potentialités naturelles idylliques pour leur pratique. Actuellement, la destination reste réservée aux puristes « californiens » et n'évoque rien encore pour le grand public.

L'on décompte ainsi trois limites principales liés à la nature même de ces activités (la non-compétitivité, la libre pratique et l'imaginaire du risque) desquelles se déduisent cinq autres limites sous-jacentes (le savoir-faire et la formation, le marketing, l'image

et la notoriété, le matériel et l'équipement, le cadre juridique et réglementaire). Qu'en est-il, alors, des limites attitrées au développement du tourisme de montagne ? Un détour par les témoignages des intervenants sur ce sujet est un préalable pour saisir, dans sa forme globale, l'infélicité du créneau touristique des nouveaux sports de montagne au Maroc.

5.2 Les obstacles au développement du tourisme de montagne au Maroc

La politique du développement du tourisme au Maroc remet entre les mains des investisseurs le soin d'entreprendre des projets touristiques et réserve à l'état la fonction d'assister ces initiatives au niveau de leur montage opérationnel et de leur faisabilité technique et financière. En ce cas, plusieurs contrariétés, au-delà des limites sportives évoquées ci-avant, peuvent brimer la volonté des promoteurs à vouloir investir dans un projet touristique au Maroc. Au vu des attestations évaluées dans le cadre de cette recherche, trois conjonctures entravent le développement touristique du Haut Atlas Central à savoir : un manque de volonté des collectivités territoriales quant au développement touristique de la province d'Azilal, des limites administratives éprouvées particulièrement au niveau du développement de projet et une déficience marquante au niveau des infrastructures de base.

Limites relatives au manque de volonté des collectivités territoriales à l'égard du tourisme

Le poids des acteurs régionaux, des acteurs départementaux, des coopérations intercommunales et des communes dans la conduite du développement économique local est prépondérant (AFIT, 2004 : 27). Le sport et le tourisme ne s'exemptent pas de ce constat. Alors qu'en France, les différents échelons territoriaux ont appris à travailler en concertation pour un développement harmonieux du territoire par le biais,

entre autres, du tourisme et du sport (AFIT, 2004 : 27), les structures publiques marocaines restent désorganisées et ne manifestent que très peu d'intérêt pour les activités récréotouristiques. Il y a donc, avant tout, un manque de coopération, tel que le confie l'intervenant de la province de Tadla-Azizal :

« Il est difficile de réunir sous le même toit 4 gîteurs. Il est aussi difficile de constituer une coopérative. Pour rassembler les guides de montagne, c'est difficile. Juste pour que ces parties prenantes travaillent ensemble ça a pris deux ans de travail et encore... Il y a un esprit de compétitivité et d'individualité entre les acteurs qui empêche la coalition facteur de succès « win-win ». Il n'y a pas de travail en groupe ».

En second plan, vient le désintérêt pour le sport et pour le tourisme. Au niveau du sport dans toutes ses formes, le conseiller du MJS compare l'exemple de la France avec celui du Maroc pour expliciter le gouffre qui sépare les deux pays au niveau de la structuration territoriale de l'offre sportive :

« En France, on voit que le plus important employeur des sportifs sont les collectivités territoriales. Au Maroc, aucune collectivité n'a créé un poste dédié à encadrer le sport. Par exemple en France, il se trouve qu'il existe 190 000 fonctionnaires en sport. Or, le ministère n'a seulement que 4 000. Ce sont des chiffres réels et révélateurs. Au Maroc, c'est le ministère qui assure l'encadrement, etc. Les collectivités territoriales n'ont que peu d'intérêt. Et c'est là le bas qui blesse. Quand je parle de structurel, ceux sont les acteurs territoriaux qui n'apportent pas un apport tangible pour le développement du sport ».

La situation n'est pas plus prometteuse du côté touristique. L'intervenant de la province de Tadla Azizal rapporte que « *[l]es décideurs au niveau de la politique locale, au niveau de la délégation et de l'administration, ne prêtent plus d'attention au tourisme. Ils se préoccupent seulement des autorisations que l'on accorde aux gîtes (et encore... ça aussi ça s'est dégradé) [...] Qu'est-ce qu'ont fait les politiciens, les élus ? Il n'y a personne pour prendre et mener des décisions au niveau local. Il y a eu des initiatives un peu timides. Mais ils n'avaient aucun poids. Ils ne sont pas du tout conscients du rôle du tourisme. Je dis qu'ils ne sont pas conscients pour éviter de dire qu'ils ne veulent, tout simplement, pas* ». Que ce soit au niveau sportif ou

touristique, l'ex-responsable du développement du tourisme du kite et du windsurf, insiste sur le fait que l'on ne peut développer une destination si la volonté locale ne s'enlignait pas avec cette perspective, ce qui n'est justement pas le cas du Maroc. Ce laxisme marquant à l'égard du tourisme a pour effet d'affecter, inéluctablement, le ressort de l'investissement. L'intervenant de la province de Tadla-Azilal rapporte le cas de plusieurs investisseurs et intervenants de renom (AXA assurance, Vivendi, UNESCO, etc.) qui se sont déplacés à Azilal pour envisager la mise en route d'éventuels projets touristiques. Mais les autorités municipales les plus importantes n'ont pas pris le temps de les rencontrer ou de lier connaissances avec eux. *« Par rapport à la Tunisie où l'on collabore au doigt et à l'œil avec les investisseurs, on n'a pas ici ce respect, cet intérêt, cette hospitalité avec les gens qui viennent pour investir »,* déplore-t-il. Il ajoute que *« [s]i l'initiative n'entre pas dans un cadre électoral où ils peuvent gagner quelques votes auprès des électeurs, ils s'en foutent. [...] Une personne qui vient investir, il lui faut des facilités... Il lui faut des autorisations... Et qui va l'aider dans tout ça ? Tout ça leur laisse une mauvaise impression et c'est normal qu'ils ne reviennent pas ».*

À la lumière de ces constatations, il paraît que le domaine des loisirs en général, tant pour le sport que pour le tourisme, est loin d'être une priorité territoriale dans la province d'Azilal. Or, cette volonté locale est un préalable requis pour le développement d'une destination. Cela se manifeste, premièrement, par l'absence d'initiatives locales dans ce sens et, deuxièmement, par le manque de professionnalisme et de convivialité que l'on accorde aux investisseurs. Tout ceci nuit considérablement à la mise en tourisme de la montagne marocaine et entraîne des inconvénients administratifs qui complexifient les initiatives de développement de projets touristiques.

Limites administratives comme frein à l'investissement

Le volet administratif est la principale contrainte au niveau de la gérance des investissements, car même si la SMIT parvient à mobiliser des promoteurs pour le financement d'un projet touristique, ces derniers se retrouvent confrontés à des problèmes bureaucratiques qui entravent leurs ambitions. Dans ce sens, si le manque de volonté politique des élus d'Azilal à l'égard des loisirs complique les démarches administratives pour le développement de projet, le problème ne se cantonne pas seulement aux seules régions de montagnes. Il s'étend aussi à l'échelle de tout le pays. L'ex-responsable du développement touristique du Kite et du windsurf aborde l'exemple concret de la vision touristique 2010 pour expliquer le problème :

« [l]e problème est purement administratif. D'ailleurs la vision 2010, à travers son plan azur, était confrontée principalement à l'aspect administratif. Ce n'est même pas l'aspect financier parce qu'il y avait le choix entre les investisseurs pour le développement des stations balnéaires. Ils étaient une trentaine ou une quarantaine qui voulaient tous acquérir les stations. Et encore, une fois, ils étaient confrontés à un problème de foncier. Ils étaient confrontés à un problème de levée de fonds, ils étaient confrontés à un problème de modèle de développement, du programme, vis-à-vis de l'administration, des agences urbaines, des finances. Ça veut dire que derrière, on ne peut pas aujourd'hui inviter des investisseurs et leur vendre une image et, en fin de compte, ils se retrouvent dans une réalité qui est pleine d'handicaps. Même le CRI [Centre Régional d'Investissement] qui joue le rôle de guichet public, il est amené à traiter encore une fois avec des administrations qui ont leurs réglementations qui ne sont pas forcément adaptées au développement des activités sportives ».

L'intervenant de la province de Tadla Azilal rapporte un constat similaire :

« Quelqu'un qui veut investir, il lui faut des autorisations, il lui faut un terrain, il lui faut des facilités. Le CRI d'Azilal, il vaut mieux s'en écarter. Ils font justement partie des choses qui bloquent. Aussi, il n'y a pas de guichet unique. Ça multiplie le nombre de personnes à contacter, et l'on peut trouver un manque de professionnalisme, un manque d'intérêt, des problèmes de corruption au niveau de la dimension réglementaire ».

La question occurrente du foncier peut même contrarier les investisseurs professionnels des sports de nature puisque cet aspect sort de leur champ d'expertise. « *C'est vrai qu'il y a des choses qui prennent plus de temps à se structurer parce que ce n'est pas toujours évident de comprendre qui est le propriétaire d'un lieu d'un endroit, d'un terrain* », commente Vincent Brotons (2014 : communication personnelle). Un conseiller de la Wilaya d'Azilal conforte ces affirmations en affirmant que :

« [i] est en effet difficile d'obtenir les autorisations requises pour le développement de projet. Il y a beaucoup d'intervenants qui entrent en jeu (caïd, autorité locale, sureté nationale, gendarmerie royale, etc.). Nous avons aussi de grosses lacunes au niveau du cadre juridique. On a beaucoup de lacunes au niveau de la logistique, le matériel, le balisage et la sécurité. Une société allemande a essayé, en 1999, de s'installer à Azilal pour y développer l'activité de deltaplane, mais n'y est jamais revenue. Les raisons de son désistement sont méconnues. Mais peut-être que le manque de soutien administratif et d'encadrement y est pour quelque chose... ».

Dans l'ensemble, ces témoignages révélateurs montrent que de sérieux problèmes administratifs sont à l'origine de la fuite des promoteurs touristiques au Maroc. Leur nature est très variée et peut prendre plusieurs tournures à savoir : un nombre important d'intervenants qui manque de professionnalisme (corruption, manque de volonté, etc.), des problèmes de levée de fonds, des problèmes du foncier, des problèmes de modèle de développement spécifiques au tourisme sportif, etc. S'il est vrai que ces problèmes administratifs se manifestent à l'échelle nationale et se répercutent sur toutes les formes de projets touristiques (même le tourisme balnéaire), ces derniers gagnent en intensité dans la province d'Azilal qui se distingue, particulièrement, par le désintérêt plombant des collectivités territoriales à l'égard du sport et du tourisme.

Limites au niveau des infrastructures

Quelle que soit la nature de l'activité touristique (culturelle, balnéaire, sportive, etc.), celle-ci ne peut prospérer que dans un environnement qui soit, à la base, apte à supporter le nombre d'arrivées qu'elle génère et à répondre aux besoins des touristes. Les promoteurs touristiques prêtent beaucoup d'attention à cet aspect qui figure parmi leurs principaux leitmotivs à s'engager dans le développement d'un produit touristique dans une région donnée. Cependant, les montagnes marocaines s'illustrent justement par leur statut notoire d'« espaces périphériques délaissés par rapport au Maroc utile » (Boujrouf, 1996 : 86). Différemment des plaines atlantiques et des grands foyers urbains, généralement plus rentables, les régions montagneuses n'ont perçu que très tard une réelle volonté de l'état à assumer leur équipement et leur aménagement (Boujrouf, 1996 : 87). Ces régions se retrouvent, encore aujourd'hui, maigrement équipées pour soutenir une activité touristique ou du moins pour stimuler la volonté des promoteurs à entreprendre un projet de développement. « *Encore une fois, on ne peut pas venir et dire que nous sommes une destination* », explique l'ex-responsable du développement touristique du Kite et du Windsurf. Il conclut que :

« Il faut un bon nombre de critères qui doivent être présents. La première des choses, c'est la sécurité d'un territoire. Deuxièmement, la présence d'une animation, pas uniquement le potentiel naturel. Le promoteur touristique doit être là et doit développer une offre à travers l'hébergement, à travers la restauration, à travers l'animation pour pouvoir faire ce packaging. Sinon, on ne peut pas venir et dire qu'on va vendre uniquement, par exemple, la descente en eaux vives. Il faut qu'il y ait derrière une infrastructure d'accueil, que ça soit sécurisé, que l'encadrement soit professionnel, etc. ».

Vincent Brotons (2014 : communication personnelle) d'Évolution 2 met plutôt l'accent sur les lacunes au niveau de la logistique médicale en affirmant qu'« *[i]l y a toujours des améliorations à faire, notamment, au niveau des moyens de transport médicaux, des ambulances* ». Il en est de même pour les infrastructures routières qui ne contribuent pas à bonifier l'expérience touristique. En abordant l'exemple du ski,

l'intervenant du ministère du tourisme fait remarquer que c'est la régularité des infrastructures touristico-sportives qui fait la différence entre les pays occidentaux et le Maroc en termes d'expansion du tourisme sportif. Il approuve le fait que « *[l]a montagne marocaine a un peu de retard dans tout ce qui touche aux infrastructures [...] Donc on essaye de se rattraper et d'aller en parallèle avec ce qui se passe* ».

Les limites « infrastructurelles » au développement des sports de montagne, au Maroc, sont principalement reliées à l'absence d'infrastructures touristicosportives (stations et équipements sportifs de montagne, etc.), d'infrastructures routières et d'infrastructures d'accueil de base indispensables pour former un produit touristique complet (accueil, hébergement, restauration, animation, etc.). À cela, s'ajoutent l'absence d'infrastructure et de services en matière de sécurité et de santé (absence d'hôpitaux, d'ambulances et d'installations de sécurité, etc.). Il est par ailleurs circonspect de noter que si l'on compte sur le tourisme pour désenclaver les régions de montagnes au Maroc, le fait que ces territoires soient, justement, enclavés, mal équipés et mal desservis n'y favorise pas les initiatives de développement touristique. Ainsi, le développement du tourisme de montagne s'inscrit également dans les dissensions d'un cercle vicieux tel que le représente l'illustration 5.1

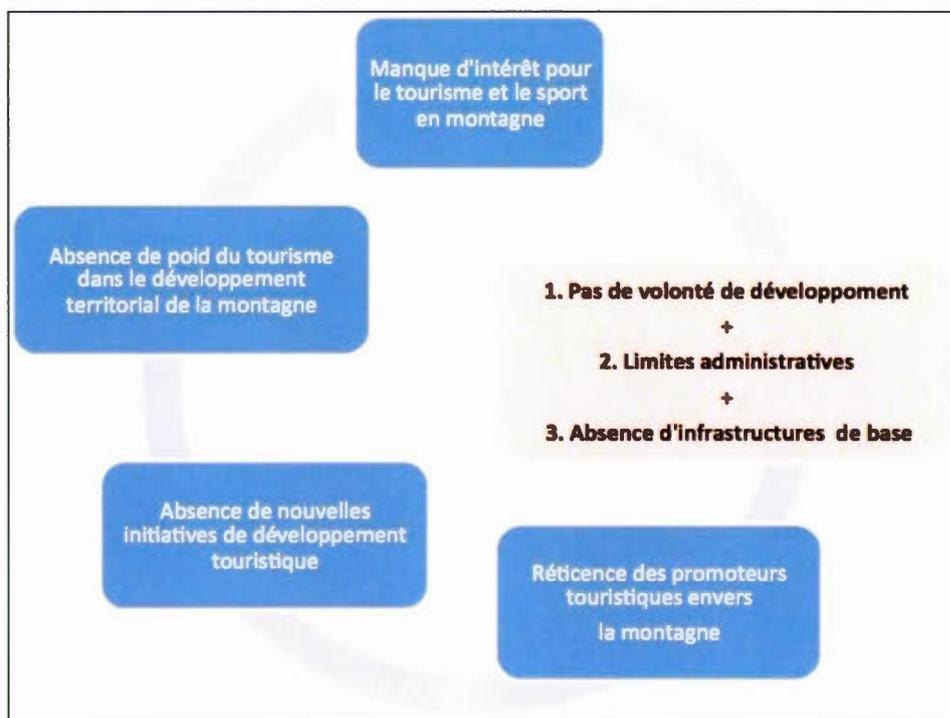


Figure 5.1 – Le cercle vicieux du développement du tourisme de montagne et son incidence sur la fuite des investisseurs (conception de l’auteur)

Ce schéma montre comment les trois limites liées au tourisme de montagne et leur conséquences ont des incidences dans le démarchage auprès des investisseurs touristiques et freinent, de ce fait, la mise en tourisme des nouveaux sports de montagne et le développement de ce territoire. Au gré de ces annotations, il devient possible de percevoir les points cardinaux qui bloquent le développement du tourisme de montagne d’une part et des nouveaux sports de plein air d’autre part. Au-delà, il existe encore des freins qui se rattachent spécifiquement au développement du « tourisme sportif de plein air ». L’étude de ce dernier registre de freins complète et clôturera ce chapitre dédié au recensement et à la compréhension des obstacles de développement touristique des sports californiens au Maroc.

5.3 Les obstacles à la mise en tourisme des nouveaux sports de montagne au Maroc

Certaines limites concernent directement le tourisme des sports californiens notamment au niveau de leur promotion. Un intervenant chargé de la promotion du tourisme rural admet ne pas mettre l'accent sur la promotion des créneaux touristiques des nouveaux sports de plein air pour la simple raison que ces activités ne s'assujettissent encore à aucune loi ni à aucune réglementation.. Par surcroit, d'autres raisons expliquent l'hésitation de l'Office national marocain du tourisme à faire la promotion touristique des nouveaux sports de nature. Toujours selon les dires de cet intervenant, les créneaux touristiques balnéaire et culturel s'accaparent la majorité du budget alloué au développement touristique. Il explique que les autorités responsables du développement touristique restent encore très septiques quant à la capacité du tourisme de niche à apporter une réelle valeur ajoutée à l'offre touristique actuelle. Dans ce sens, une offre très réduite (peu d'investisseurs privés) et non structurée vient alimenter cette réticence du gouvernement à considérer consciencieusement le potentiel tourisme de niche au Maroc et à prendre l'initiative d'aller plus loin dans sa promotion et son développement. Les volets dits « de niche » les plus sollicités par les investisseurs se confinent aujourd'hui, principalement, autour du produit touristique d'affaire et du golf met au clair le responsable chargé de la promotion du tourisme. En termes de produit de niche, les meneurs de projets privés semblent davantage interpellés à investir dans le haut de gamme donnant, de ce fait, très peu de crédit au créneau touristique des sports de plein air. Or, « [a] destination brand can be developed in a variety of ways, most obviously in advertising, through direct marketing, personal selling, on websites and in brochures, but also through public and media relations, an through the co-operation of destination marketing organizations (DMOs) with journalists, event organizers and filmmakers », soutiennent Morgan et Pritchard (2004 : 59).

Pour ce qui est du manque de volonté dans la promotion du tourisme des sports californiens, on retient que les autorités compétentes sont, de façon générale, perplexes quant à la capacité de cette niche touristique à créer de la valeur ajoutée pour le Maroc touristique. L'absence d'un cadre juridique qui règlemente ces sports et le manque d'engouement des investisseurs pour cette forme touristique accentuent la réticence du gouvernement à l'égard de ce créneau touristicosportif. Ce dernier se tourne, au final, vers des niches touristiques de haut de gamme qui, à son sens, sont plus lucratives et plus qualifiantes. Ceci laisse penser que les têtes dirigeantes responsables du développement du tourisme au Maroc ne reconnaissent pas encore au créneau touristique des nouveaux sports de nature son côté structurant.

Il semble alors que la faille qui existe au niveau de la fonction levier financier (effet mobilisateur de fonds étudié dans le chapitre 4) s'avère, au final, décisive et discriminatoire. Cette circonstance prend tout son sens pour le cas du Maroc qui fonde son industrie touristique sur le démarchage de l'investissement privé. Cependant, si l'on ne donne pas la chance à la destination Maroc de construire son image de marque touristique autour de ces activités (par le biais du marketing et de la communication notamment), le tourisme sportif californien restera inaccessible pour le grand public et se réservera seulement aux initiés. La destination tarde, ainsi, à commercialiser une forme originale et moderne du tourisme qui a pourtant le potentiel de diversifier, durablement, son portefeuille de produits touristique.

Conclusion

Pour comprendre le faible développement touristique des nouveaux sports de montagne au Maroc, il a fallu dissocier le concept du tourisme sportif et faire, l'une après l'autre, l'analyse des deux composantes qui le constitue (le sport et le tourisme). De façon générale, l'origine des obstacles reste la même et se résume par le manque

de volonté des acteurs concernés à l'égard du développement de ces disciplines. Le ministère de la Jeunesse et des Sports ne manifeste que très peu d'intérêt pour les nouvelles activités ludosportives, méconnues, libres et surtout non-compétitives ; les collectivités territoriales désavouent le rôle du tourisme et des loisirs dans la structuration des régions de montagne ; et les autorités compétentes du tourisme restent perplexes quant au potentiel de ce créneau touristique à amener une réelle valeur ajoutée à l'offre existante. Pour chaque activité, ce manque de volonté politique engendre un bon nombre d'obstacles qui, d'une part, freinent leur développement, et de l'autre, renforcent ce désintérêt continu. Ceci inscrit chacun des domaines étudiés (le sport et le tourisme) dans la fixité d'un cercle vicieux. Par surcroît, les cercles vicieux du sport, du tourisme et du tourisme sportif qui entrent en interaction les uns avec les autres, complexifient l'appréhension du phénomène. Une vue d'ensemble des mouvements de ces trois cercles vicieux en interférence peut s'imaginer comme les roues vacillantes d'un train d'engrenage. L'illustration 5.2 fait état de la complexité du phénomène.

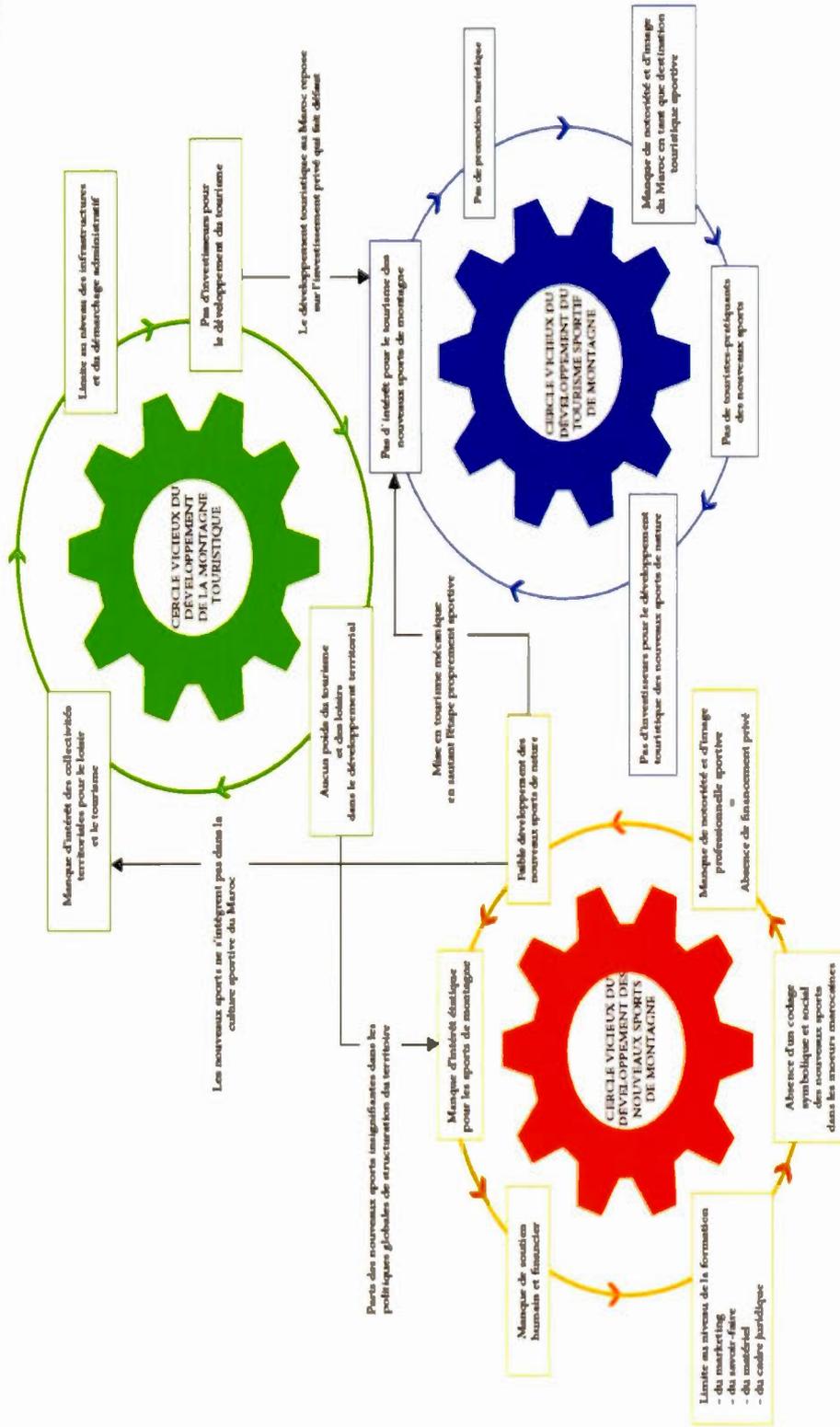


Figure 5.2 – Engrenage vicieux du développement du tourisme des nouveaux sports de montagnes (création de l’auteur)

Cette illustration résume le contenu de ce chapitre en faisant parade des trois cercles vicieux des nouveaux sports de nature, du tourisme de montagne et du créneau touristique des nouveaux sports de nature en montagne et de leurs interactions. Il faut souscrire que plusieurs autres interdépendances existent entre les trois roues d'engrenage, mais que par souci de clarté, seules les plus importantes ont été mises en exergue dans ce schème.

En substance, la roue d'engrenage orange condense, sommairement, les insuccès du développement des nouveaux sports de nature au Maroc. Pénalisées par leur caractère libertin et leur nature non-compétitive, les nouvelles activités de plein air n'attisent pas l'intérêt du ministère de la Jeunesse et des Sports qui, de son côté, ne boursille pas les fonds monétaires et les ressources humaines requis pour leur développement. En partie à cause de ce manque de moyens humains et financiers, les fédérations, les associations et les clubs, voient leurs ambitions de développement limitées particulièrement au niveau de l'acquisition du matériel et du savoir-faire, de la formation, du marketing et l'établissement de cadres juridiques. Ces aléas font, d'un côté, obstacle au développement de ces activités qui ne s'intègrent toujours pas dans la culture sportive de la population, et de l'autre, accentuent le désintérêt du ministère de tutelle à leur égard. Tant qu'il n'y aura pas un développement concret de ces sports et que ces derniers ne subissent pas un profond codage symbolique et social, les collectivités territoriales ne manifesteront que très peu d'intérêt pour le développement de ce loisir dans les régions de montagne (interaction avec la roue d'engrenage bleue), et leur mise en tourisme se fera d'une manière mécanique et sera réduite à la fonction d'animation touristique (interaction avec la roue d'engrenage bleue).

La roue d'engrenage verte représente le cercle vicieux du développement du tourisme et des loisirs en montagne. Le désintérêt des collectivités territoriales, qui perçoivent d'un œil improbable l'industrie du loisir, est à l'origine des obstacles administratifs à

l'investissement. Combinés avec la précarité des infrastructures d'accueil, médicales et routières, ces aléas administratifs sont responsables de la fuite des investisseurs qui se veulent être la partie prenante principale et incontournable dans le développement de projet touristique. Ainsi mis en marge, le tourisme et les loisirs dans toutes leurs formes ne contribuent pas à la structuration globale du territoire de montagne ce qui, par ricochet, n'émule pas plus l'intérêt des collectivités territoriales. Dans ce sens, les nouvelles activités de plein air, qui n'ont pas fait leur preuve en tant que projet sportif structurant, n'éveillent pas l'attention du ministère de la Jeunesse et des Sports qui continue toujours à brider leur développement sportif (interaction avec la roue d'engrenage orange). Par ailleurs, l'incapacité à aiguillonner l'investissement privé pousse les autorités responsables de la promotion touristique à sous-estimer le créneau touristicosportif en montagne puisque ce dernier ne répond pas à leur attente principale en termes de fonctionnalité de projet touristique structurant (interaction avec la roue d'engrenage bleue).

Le cercle vicieux du développement touristique des nouveaux sports de montagne est reproduit par la roue d'engrenage bleue. Le désintérêt des responsables du tourisme vis-à-vis de ce créneau est alimenté, d'une part, par le développement sportif lacunaire de ces nouvelles activités de plein air particulièrement au niveau du cadre juridique, et de l'autre, par la timidité de l'offre dédiée à ce domaine (promoteurs privés) qui reste très réduite et déstructurée. Ces deux aléas déconfortent l'Office national marocain du Tourisme qui détourne ses efforts de promotion touristique vers d'autres niches, à son sens, plus prometteuses comme le tourisme d'affaire ou le tourisme de golf. Dépourvue de promotion touristique, la destination Maroc ne peut bâtir une image de marque forte dans le domaine du plein air et ne peut contracter et développer ce nouveau segment de marché. Ceci, par extension, ne stimule pas l'exhalation des investisseurs à l'égard du tourisme des nouveaux sports de nature et ponctue, une fois de plus, le manque de volonté des responsables du tourisme marocains à promouvoir le tourisme sportif de nature. Maintenant que les obstacles

au développement touristique des nouveaux sports de nature ont été démystifiés, la question est de savoir par quels moyens il serait possible de renverser, promptement et durablement, cette situation.

CHAPITRE VI

SOLUTION POUR LE DÉVELOPPEMENT MAITRISÉ DU TOURISME SPORTIF DE NATURE

Les obstacles qui entravent la mise en tourisme des nouveaux sports de nature sont nombreux et leur appréhension est complexe. Sommairement, les résultats énoncés jusqu'ici – voir chapitre 5 – divulguent que le tourisme des nouveaux sports de montagne au Maroc est lacunaire pour trois raisons. Premièrement, les activités de plein air tardent à se professionnaliser, à s'intégrer dans la culture sportive du pays. Elles ne peuvent donc pas se commercialiser. Deuxièmement, la montagne touristique, peu aménagée et mal administrée, ne stimule pas l'intérêt des promoteurs et des investisseurs touristiques. Enfin, la promotion touristique des sports californiens est absente puisque les dirigeants du secteur restent indifférents vis-à-vis de cette niche, à leur sens, peu profitable. Alors qu'il a le potentiel de figurer parmi les meilleures destinations du tourisme sportif de nature, le Maroc n'en tire pas avantage pour diversifier durablement son portefeuille de produits touristiques et pour en faire profiter les populations montagnardes.

Afin de soutenir une solution pour le développement du tourisme sportif de nature au Maroc, ce dernier chapitre examine, dans un premier temps, la structuration de l'offre sportive de France, cas exemplaire au niveau du tourisme sportif de nature, pour étudier et comprendre les conditions de son succès. La France, qui reconnaît officiellement les sports de nature comme « un fait social et économique à part entière », compte plus de 25 millions d'adeptes (PRNSN, [s.d] : 14). À cet effet, le

Maroc pourrait s'inspirer des conditions et des méthodes qui ont contribué à l'essor résolu que connaît le développement des sports de nature en France depuis le début des années 1990. En second lieu, le chapitre présente les solutions au développement du tourisme sportif de nature au Maroc suggérées par les intervenants marocains du secteur sportif et touristique. De cette double observation, il s'est avéré que le développement durable des sports de nature au Maroc ne peut s'arrimer que par la voix de la concertation. Le dernier point de ce chapitre précise, en détail, comment coordonner les objectifs des divers acteurs marocains vers une finalité commune (celle du développement touristique maîtrisé des sports de nature) et explique comment le travail en synergie peut concrètement pallier les obstacles de développement du tourisme sportif de plein air au Maroc et favoriser sa croissance.

6.1 Structuration de l'offre du tourisme sportif de nature, le cas de la France

L'engouement pour les activités sportives, principal moteur de la fréquentation touristique des régions montagnardes, naît d'abord de l'expression des désirs et des besoins de groupes sociaux de taille réduite. Le tourisme sportif en montagne se vulgarise et se propage, avec le temps, par un processus d'imitation sociale (adoption des activités touristiques par un plus grand nombre d'individus). Debarbieux (1995 : 21) notifie toutefois qu'à l'heure actuelle, le processus d'imitation sociale aurait évolué vers le phénomène de diversification des pratiques. Cette évolution est expliquée par certains sociologues, Bourdeau (1991) notamment, comme une réponse à l'imposition des valeurs postmodernes à savoir le narcissisme, le primat de l'être et la recherche d'identité. Pociello (1981 : 221) valide ces observations en expliquant que « [l]es créateurs (qui sont le plus souvent des « importateurs ») de style de vie, parviennent à capter l'énergie sociale qui se concentre sur leur personne du fait même de l'exemplarité de leur « style » ». Les initiateurs des nouveaux sports de plein air, tels que profilés par Pociello (1981 : 221), se démarquent par leur dynamisme et par

leur à la fois intellectuels, écologiste et sportif. Ces derniers, prenant fait et cause d'un capital culturel important, font l'édiction des écosports et sont de taille à prôner tout un art de vivre fondé sur l'exploitation des énergies douces, l'informationnel et le qualitatif (Pociello, 1981 : 221).

Cependant, ce nouveau marché des loisirs sportifs n'aurait pas pu prospérer uniquement par le biais de ce renversement de valeurs. Bourdeau (1991 : 66) insiste sur rôle joué par les médias dans la popularisation et la massification de ces pratiques et discute, sans entrer dans les détails, sur l'influence de la structuration de l'offre dans la mise en valeur de la montagne. C'est, en effet, à partir d'instantanés photographiques qui amplifient la réalité sociale que les médias parviennent à faire paraître que ces pratiques sont très répandues (Dienot et Theiller, 1999 : 44). Plus clairement, Dienot et Theiller (1999 : 44) précisent que les médias « contribuent à cristalliser des envies diffuses, à modeler l'imaginaire ». Dans cette optique, Debarbieux (1995 : 22) est d'accord pour dire qu'une part significative de l'intérêt touristique d'un site est lancée par la présence des touristes eux-mêmes, mais qu'une autre part réside, bien entendu, dans les efforts d'animation culturelle, commerciale et sportive que proposent les acteurs de l'offre touristique aux visiteurs. Beedie et Hudson (2003 : 627) précomptent trois facteurs clés à l'origine du succès du développement du tourisme d'aventure en montagne soit « a deferring of control to experts, a proliferation of promotional media including brochures, and the application of technology in adventurous setting ». En revanche, les travaux, plus récents de Fontugne (2004) exposent, avec beaucoup plus d'exhaustivité, l'apport de ces activités dans la structuration de l'offre touristique. En prenant l'exemple significatif de la France, la recherche de Fontugne (2004) permet aux lecteurs d'avoir un panorama sur l'ensemble des acteurs mandataires de la mise en marché du tourisme sportif de nature. Fontugne (2004) est aussi en tout point d'accord avec Bourdeau (1991) et Debarbieux (1995) pour affirmer que l'évolution des nouveaux sports de nature est, avant tout, une initiative avancée par les pratiquants. Cependant, il rajoute

que cette détermination a ensuite bénéficié du support du mouvement sportif fédéral et du ministère de la Jeunesse et des Sports pour arrimer à une impulsion de politique de développement de sport de nature et à une fertilisation de l'offre sportive dans le milieu rural et montagnard (Fontugne, 2004 : 17). La coopération entre les diverses fédérations et associations sportives a ensuite favorisé la reconnaissance et la découverte des milieux naturels grâce, entre autres, à la labellisation et la création de topoguide, de sentier, et de manifestations grand public.

Pour leur part, les parcs naturels régionaux contribuent à assurer la cohérence de l'offre touristique et s'impliquent dans la mise en marché et le développement des sports de nature dans de nombreuses communes. Enfin, Fontugne (2004 : 19) souligne le rôle majeur qu'exerce la collaboration des prestataires avec les voyagistes dans la professionnalisation du secteur sportif et au développement de l'offre. De la même manière, Bessy et Mouton (2004 : 21) démontrent aussi, mais à leur façon, comment les différents acteurs se concertent en France dans la constitution de l'offre du tourisme sportif de plein air. Dans un premier temps, ce sont les acteurs économiques qui subodorent le potentiel lucratif de ces activités et parviennent à développer leur activité grâce au soutien des chambres du commerce et de l'industrie (Bessy et Mouton, 2004). Depuis le début des années 2000, les ministères du Tourisme, de la Jeunesse et des Sports, de l'Environnement et de l'Agriculture travaillent en concertation dans la structuration de la filière du tourisme sportif de nature (Bessy et Mouton, 2004 : 23). Dans cette impulsion, la mise en route du Conseil national des sports de nature (CNOSF) témoigne de l'ambition du gouvernement français à promouvoir les activités ludosportives de plein air dans le contexte du développement durable. L'Agence française de l'ingénierie touristique, qui en collaboration avec l'Observatoire national du tourisme (ONT) et avec les fédérations sportives, s'affaire à estimer et à étudier les retombées économiques des sports de plein air au sein des territoires. La création des Commissions Départementales des Espaces, Sites et Itinéraires (CDESI), qui battent le rappel à toutes les parties prenantes concernées par

les sports de nature, concrétise la structuration de ce secteur. Et au final, la prise de conscience des acteurs politiques régionaux et départementaux des enjeux économiques, sociaux et territoriaux facilite l'implantation et le développement des activités sportives de nature dans les diverses contrées (Bessy et Mouton, 2004 : 23). La contribution de Mounet (2004 : 164) apporte une nuance sur les jeux de rôle attendus par chaque acteur dans le développement durable des sports de nature. Puisque l'aspect compétitif, presque absent dans le cadre des sports de nature, déteint sur l'importance que l'on accorde aux fédérations sportives, ces dernières ne peuvent se figurer comme des gestionnaires uniques des activités sportives de plein air. De même, les acteurs du tourisme, bien que fortement concernés par la maturité du marché sportif de nature, n'entrent pas en ligne de compte dans le développement de ce créneau sportif (exception faite pour la pratique du ski). Toujours selon Mounet (2004 : 166), les organismes chargés de la promotion touristique des territoires, mettent en avant maladroitement et sans sélection, l'offre globale sportive et finissent par nuire à la qualité de l'image de la destination. En revanche, puisque ce créneau touristicosportif s'exerce en pleine nature, généralement dans un territoire rural, d'autres acteurs entrent en jeu dans la bonne prospérité de cette forme touristique étant donné que son exploitation empiète sur celle des activités traditionnelles du territoire (Mounet, 2004 : 166). Aussi, les acteurs institutionnels (collectivités territoriales, mairie, police, office national des eaux et des forêts, etc.) se prévalent d'une position très influente dans le développement des activités sportives en France compte tenu des prérogatives légales qu'elles opèrent sur leur territoire (Mounet, 2004 : 166). À partir de l'ensemble de ces constatations, il devient évident que le développement des sports de nature est une charge partagée entre plusieurs intervenants et que le succès de la structuration de ce secteur repose sur la volonté des acteurs concernés à contribuer et à collaborer pour l'atteinte de cette finalité. Au-delà du bon développement touristique et sportif qu'elle engage, la collaboration est aussi un élément clé dans le développement durable des sports de nature.

6.2 Le développement par concertation : un engagement incontournable pour le tourisme durable des nouveaux sports de montagne

Tirant son origine des principes fondateurs du développement durable, la notion du tourisme durable, introduite en 1993 par l'OMT, désigne une forme de gestion harmonieuse du tourisme où s'équilibrent les dimensions économiques, environnementales et socioculturelles (PNUE et OMT, 2006 : 11). Il est décrit comme « un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil » (PNUE et OMT, 2006 : 12). Par rapport à cette définition et au gré des conclusions retenues dans le chapitre 3, les nouveaux sports estivaux de montagne se complaisent, effectivement, d'une image de durabilité justifiée vis-à-vis des autres sports. À l'opposé des sports à moteur et aux sports à logistique lourde, les sports californiens s'établissent sur un procédé d'écologisation des pratiques de par l'allégement de la machinerie et par le masquage des logistiques (Pociello, 1981 : 226). Même au niveau du pilier économique du triptyque du développement durable, les nouvelles pratiques sportives de nature semblent mieux placées que les sports mondains et les sports ascétiques pour drainer une clientèle touristique et la fidéliser à la destination de montagne estivale (Bourdeau, 1991 : 65). Les nouveaux sports parviennent à manifester, au détriment des pratiques traditionnelles, une légitimation culturelle, intellectuelle, mais aussi touristique (Pociello, 1981 : 226). Dans la sphère du tourisme justement, les nouveaux sports estivaux de montagne, par la nature diffuse de leur exploitation, se démarquent des sports hivernaux (tourisme de station, intensif) et se veulent être, aux limites de cette prérogative, plus acceptables tant au niveau écologique que social (Bourdeau, 1995 : 73). De même, puisque ces nouvelles pratiques ressortent d'une microniche touristique, leur exploitation peut apporter, à coup sûr, une optimisation des retombées économiques des destinations qui limitent leur récréotourisme aux sports nautiques ou aux activités sportives hivernales. Malgré cela, il serait faux de

croire que les nouveaux sports libres se dispensent automatiquement de toutes mauvaises conséquences environnementales ou sociales, pas plus que ces activités ne s'érigent, à coup sûr, comme la solution miracle du redressement économique des territoires marginalisés. Comme l'introduit Bourdeau (1998 : 253) « [p]endant longtemps en effet, il a suffi aux sports de montagne de se différencier du ski alpin et aux sports motorisés pour assurer la bonne conscience de leurs pratiquants. Mais ce postulat simpliste résiste de moins en moins face à la multiplication du nombre d'itinéraires et de sites de pratique sportive aménagés et fréquentés – voire surfréquentés – par un public de plus en plus diversifié. » En accord avec ces dires, le Club alpin français (2010 : 6) prévient que l'engouement pour les activités de montagne finira par se pervertir progressivement en sports de masse. Plus précisément, Dienot et Theiller (1999 : 52) prophétisent que cette massification viendrait d'une alternance de formes sociales distinctes induite par l'ouverture d'un véritable marché de consommateurs. Bourdeau (1998 : 253) pointe surtout du doigt la diversification des activités ludiques de montagne qui, à la suite d'une multiplication d'itinéraire et de sites de pratique, finit par faire pression sur le milieu. En outre, il est difficile d'identifier et de contrôler les nuisances de ces sports libres (d'itinérance) qui, par leur diversité et par leur multiplicité, occasionnent, de façon non homogène, des impacts sur le milieu naturel (Bourdeau, 1998 : 253). En accord avec ces spéculations, Mounet (2007 : 165) souligne aussi la difficulté à circonscrire scientifiquement les impacts des sports de nature sur l'environnement. Ce manque de connaissance alimente, dans ce sens, les sources de conflits entre les diverses catégories d'acteurs (Mounet, 2007 : 165). Dans cette incertitude, la prolifération incontrôlée des nouvelles pratiques sportives de montagne accentue les dissensions qui existent entre sportifs et ruraux ou encore entre sportifs de diverses disciplines concernant l'usage et de l'accès aux sites de pratiques (Bourdeau, 1998 : 253). Les constats de Bourdeau (1998) et de Mounet (2007) sont approuvés par De Myttenaere et D'Ieteren (2009) qui, en étudiant, le cas de la Wallonie, expliquent que les pratiques sportives de nature, aussi douces soient-elles, peuvent se situer au carrefour des enjeux

environnementaux et socioéconomiques. La pratique du kayak en territoire wallon est, en effet, sujette à des conflits d'usage où se confrontent diverses parties prenantes (locaux, pêcheurs et kayakistes) aux intérêts divergents (Myttenaere et D'Ieteren, 2009).

Au niveau économique, Corneloup et Bourdeau (2004 : 118) reconnaissent que la part marchande des sports de nature reste critiquable puisque certaines pratiques s'inscrivent en dehors de toutes prestations financières. Les sports de nature engendrent quand même d'importants apports monétaires indirects au niveau de la location de l'équipement, de l'hôtellerie, du transport et de la restauration (Corneloup et Bourdeau, 2004 : 119). Par contre, ces retombées économiques ne sont significatives que lorsque la configuration de l'itinéraire de voyage impose un transit par un village (Bourdeau, 2005 : 75). « Il suffit souvent de quelques centaines de mètres, du tracé d'une voie d'accès au site, de la localisation d'un emplacement de stationnement, pour que les flux de pratiquants ne se rendent jamais dans un village et le privent de retombées en termes de consommation au bar, de restauration, d'approvisionnement et d'hébergement », spécifie Bourdeau (2005 : 75). À ces égards, la durabilité des nouveaux sports de nature ne se confine pas tant dans leur constitution comme l'avance Pociello (1981). Elle découlerait plutôt d'une gestion patrimoniale des sites de pratiques où serait mis en avant, de façon durable, concertée et polyfonctionnelle, l'ensemble des ressources locales (Bourdeau, 1998 : 253). Bien conscient de cette réalité, Boujrouf (2003 : 13) déclare que l'enjeu du développement touristique de la montagne ne s'inscrira dans l'optique de la durabilité que lorsque les divers acteurs auront la patience de concevoir, ensemble, une mise en œuvre d'un tourisme capable de s'intégrer sereinement dans le milieu local montagnard. Pour Stoffel et *al.* (2002 : 28), la démarche de développement durable du tourisme de montagne doit donner avantage à une approche participative plutôt qu'à un système de gestion centralisé. Il est effectivement possible d'éviter la dispersion des forces, de comprendre et de répondre aux préoccupations des divers acteurs et donc de favoriser

la réussite des projets touristiques en montagne par la mise en place d'une plateforme de rencontre et de négociation où se coaliseraient riches et pauvres, urbains et paysans ainsi qu'autorité centrale et communautés rurales traditionnelles (Stoffelet *al.*, 2002 : 28). De façon générale, « [l]e tourisme durable est une affaire de contrôle local, mais aussi de travail commun. Tous ceux qui sont impliqués dans le tourisme doivent avoir la possibilité d'influer sur son développement et sa gestion. Cela peut prendre la forme de partenariats formalisés ou d'accords plus informels, et impliquer le renforcement et l'utilisation des structures démocratiques locales » (OMT et PNUE, 2006 : 16).

En France, le succès de la structuration de l'offre touristicosportive de plein air et de son développement durable repose, en grande partie, sur la fondation des commissions départementales des espaces, sites et itinéraires (CDESI) (Bessy et Mouton, 2004 : 23). Ces commissions ont pour finalité de favoriser le développement « maîtrisé » des sports de nature c'est-à-dire qui « permet de satisfaire l'aspiration légitime des citoyens à pratiquer des activités sportives en milieu naturel en la conciliant avec les autres usages de l'espace, la protection de l'environnement et le respect du droit de la propriété » (PRNSN, [s.d] : 17). La fondation d'une CDESI doit, dans ce sens, reposer sur la connaissance des divers acteurs de sports de nature certes nombreux, mais parfois non fédérés. Cette initiative consiste à liquer toutes les parties prenantes pour comprendre les enjeux économiques, sociaux et environnementaux des sports de nature sur le territoire et pour discuter collectivement des solutions de conciliation des usages des espaces naturels (PRNSN, [s.d] : 17). À l'exemple de la France, l'établissement d'un conseil général spécifiquement dédié au développement maîtrisé des sports de nature a le potentiel d'améliorer les conditions de développement touristique des nouveaux sports au Maroc. Un coup d'œil sur la structuration du secteur sportif de plein air au Maroc (à son actif l'ensemble des limites recensées dans le chapitre 5) fait comprendre pourquoi le recours au système

de la CDESI est la formule la plus fonctionnelle pour que le pays puisse développer, rapidement et durablement, son tourisme sportif de nature.

6.3 Le tourisme sportif de nature au Maroc : les séquelles d'une offre touristique et sportive déstructurée

En sus des limites du développement touristique des nouveaux sports étudiés dans le chapitre 5, le réseau de structuration de cette offre désorganisée explique l'écart considérable qui existe entre l'expansion du tourisme sportif de nature en France et au Maroc. Les intervenants sondés dans le cadre de cette enquête condamnent, d'un même ton, le manque de concertation des diverses parties prenantes et l'élisent comme frein considérable à l'épanouissement des sports de nature au Maroc. Dans le secteur sportif, le conseiller du ministère de la Jeunesse et des Sports stipule qu' « *il y a au niveau de la ville d'Azilal pas mal d'acteurs (publics, privés, le ministère de la Jeunesse et des sports, etc.). Tout le monde crée des projets. Et nous sommes là en face d'une politique sectorielle. Il n'y a pas une cohérence, une synergie entre ces politiques-là. Et c'est là le bas qui blesse* ». Un intervenant de cette même province confirme qu' « *[i]l n'y a jamais eu de dialogues concrets sur le tourisme avec le ministère de la Jeunesse et des Sports ni avec les décideurs. « Ce sont eux qui doivent chercher à savoir qu'est-ce qui peut se faire. Pas seulement mettre sur pied une association des guides de montagne et c'est tout* ». Le président Évolution 2 (agence spécialisée en sports d'aventure) regrette que le gouvernement ne fasse pas plus confiance aux professionnels et que ce manque de concertation avec le secteur privé, spécialiste en la matière, pénalise les deux parties (Vincent Brotons, 2014 : communication personnelle). Cet intervenant explique :

« Aujourd'hui, je pense que le gouvernement marocain, en tout cas, les autorités touristiques marocaines et les autorités sportives doivent faire confiance aux meilleurs et à des structures professionnelles. Je pense que le soutien on en a besoin sur toute la

ligne, sur le plan juridique... sur l'utilisation des lieux... On est là, nous, pour leur apporter support. Et ils sont là normalement pour nous apporter soutien. Là, il y a du progrès à faire dans la matière pour qu'on se voit plus et qu'on travaille plus ensemble sur l'amélioration de ce type de chose [...] Il faut aussi s'appuyer sur les opérateurs. Il n'y en a pas beaucoup, mais il y en a. il y en a de plus en plus au Maroc et il faut s'appuyer sur ça. Il y a un lien à créer. Il n'y a pas assez de liens ».

À titre d'exemple révélateur, aucun des présidents de la Fédération du canoë-kayak et de la Fédération du ski et des sports de montagne, n'étaient au courant que les sports qu'ils fédèrent (le kayak et le ski) sont sélectionnés comme activités touristicosportives phares dans la cadre de la vision touristique 2020. Le représentant de la région d'Azilal espère que le gouvernement puisse les encadrer et leur consigner des directives au niveau du développement touristique de cette province. Par surcroît, le flou qui existe entre le rôle et les fonctions des différents acteurs radicalise les complications de la structuration de ce secteur sportif de nature au Maroc. Comme expliqué dans le chapitre 5, cette gestion anarchique découle de l'absence d'un cadre juridique et réglementaire qui codifie les relations entre les différents intervenants. À cet effet, c'est le ministère de l'Intérieur, par exemple, qui gère le projet touristique dans la province raconte l'intervenant de la région d'Azilal. Dans une optique similaire, un responsable du développement des sports de vol Libre proteste que la direction de l'air continue de donner des autorisations alors que ce n'est pas son rôle, jetant, de la sorte, le discrédit sur les fonctions de la fédération responsable des vols libres.

Dans un horizon comparatif, en France, la filière des sports de nature, initiée par des pratiquants, a trouvé un environnement réceptif où elle a pu murir valablement. Le mouvement sportif fédéral et les ministères ont, par la concertation, stimulé son développement et sa structuration. Les associations, en partenariat avec les fédérations, ont contribué à élargir et à aménager les espaces et les sites de pratiques. Pour leur part, les parcs nationaux ont contribué à la commercialisation de ces sports dans diverses communes. Le secteur privé a, de son côté, favorisé la

professionnalisation et la structuration technique de ce créneau ludosportif. Les retombées économiques du secteur sont prises au sérieux et sont scrupuleusement étudiées par l'Agence française de l'ingénierie touristique, l'Office national du tourisme et les fédérations. Les collectivités territoriales approbatives ont simplifié l'implantation de ces sports dans les régions. En somme, la loi no 2000-627 du 6 juillet 2000 relative à l'organisation et à la promotion des activités physiques et sportives laisse entendre que l'état français reconnaît les sports de plein air comme fait social et économique (www.legifrance.gouv.fr, 2015). À contrario, la situation au Maroc est foncièrement différente. Déjà que le sport dans son ensemble est marginalisé par rapport à d'autres secteurs prioritaires (agriculture, santé, éducation, etc.), les activités de plein air, qui sortent de la culture sportive du pays sont, dans ce sens, doublement dominées.

En effet, bien que le royaume ait inscrit le sport comme composante d'une politique globale, les intervenants sondés dans le cadre de cette enquête sous-entendent que les activités de plein air sont loin de faire l'objet d'un véritable outil de structuration territorial. La structuration vacillante de l'offre sportive et touristique de ce créneau (aucune synergie entre les acteurs, gestion anarchique des pratiques, aucune stratégie ou plan de développement, etc.), témoigne, selon toute apparence, du manque de volonté politique à l'égard des sports de nature. Une réelle volonté de développement basée sur une connaissance scientifique de ces sports aurait incité le MJS à consigner aux fédérations des objectifs stratégiques clairs et adaptés aux spécificités du secteur de plein air puis à les encadrer, scrupuleusement, vers l'atteinte de ces livrables. Une communication collaborative entre les fédérations sportives, les clubs, les associations et les collectivités territoriales aurait certainement favorisé le codage social des sports de nature dans les mœurs marocaines, stimulé l'intérêt de la population et des élus à cet effet et accéléré leur expansion dans les régions. Un partenariat public-privé outillerait le gouvernement pour concourir à la professionnalisation et la commercialisation des sports de nature. Mais surtout, la

mobilisation de l'ensemble des acteurs concernés autour de la question du développement des sports de nature au Maroc aurait, peut-être, permis d'établir un plan de structuration de cette offre et de contourner, par effet d'émulation, bon nombre d'obstacles à sa mise en tourisme. Ceci constitue la première bonne raison pour calquer le modèle français de la CDESI. Le système de commission départementale s'organise et s'anime par la concertation de l'ensemble des acteurs concernés par les sports de nature et leur développement. Mais encore, en vue de favoriser le développement maîtrisé des sports de nature, la CDESI s'affaire à constituer un état des lieux en prévision de « mieux connaître l'ensemble de ces acteurs et envisager la mise en synergie de leurs interventions et attentes » (PRNSN, [s.d] : 19).

Par ailleurs, si au Maroc le secteur du tourisme sportif de nature s'en tient encore au bricolage et à l'amateurisme, et tenant pour compte que la durabilité repose aussi sur la faculté des diverses parties prenantes à travailler en synergie, quand est-il de la perception des acteurs marocains à l'égard du développement durable de ces nouveaux sports ?

6.4 Les impacts socioculturels, économiques et environnementaux des sports de nature au Maroc : perception des intervenants marocains

La croissance disgraciée du tourisme sportif de nature sur le territoire marocain présente le seul avantage de n'avoir, pour le moment, que très peu de conséquences négatives sur la population et les usagers du territoire ainsi que sur l'environnement. Pour une bonne partie des intervenants sondés, la question sur l'acculturation et la folklorisation des traditions berbères, les conflits d'intérêts d'usage du territoire ainsi que la dégradation de l'environnement semble appartenir à un avenir lointain, voire même incertain. Plusieurs intervenants qui exercent déjà leurs pratiques respectives

(parapente, rafting, héliski, canyoning) dans les régions, n'ont encore, jusqu'aujourd'hui, jamais eu de problèmes de conflit d'intérêt avec les pratiquants des autres disciplines ni même avec les populations locales.

Les propos l'ex-chargé du développement touristique du Kite et du windsurf qui comparent les exemples français et marocain, vont dans le même sens. « *Nous ne sommes pas encore là* », sourit-il. « *On est encore trop loin du cas de la France pour atteindre ce niveau de conflit entre pêcheurs et pratiquants. Je ne pense pas qu'il y a ce conflit d'usage de l'espace* ». D'autres acteurs plus technocrates et progressistes semblent sous-estimer les impacts du tourisme et du sport sur le territoire.

Par rapport à la question de l'élévation du prix du foncier pour les habitants, un conseiller du ministère du Tourisme voit plutôt cet aspect du bon côté. « *C'est bien pour eux aussi [les habitants] parce qu'ils sont les propriétaires. Les habitants s'ils ont des lots de terrains en plus, ils peuvent les vendre avec des prix qui sont plus importants. Mais ça, c'est l'axe de l'évolution et du développement. C'est toujours comme ça. Doit-on laisser les gens dans la misère ?...non ! Le développement c'est une équation, il faut trouver un équilibre. On ne peut pas se positionner contre la construction d'une autoroute pour éviter la dénaturalisation du patrimoine. Il y a l'être humain aussi* ». Sur la question du sport, monsieur Mustapha Naitlho (2014 : communication personnelle) de la fédération royale marocaine du ski et des sports de montagne est catégorique : « *notre objectif principal est de développer les régions. Dans notre domaine sportif, tout est bon. Le sport et la pratique du sport sont toujours positifs. Parce qu'on cherche le dépassement de soi, la santé, la pratique de plein air, la concurrence. Donc toutes ces qualités sont très souvent présentes dans les activités que l'on propose* ». Par ailleurs, le pilier économique du développement durable est déjà ébranlé par l'existence de l'activité souterraine qui ne rapporte aucune retombée ni pour le gouvernement ni pour les populations. De plus, les pratiquants du secteur informel « *arnaquent les gens chez qui ils logent. Ils les*

mettent en concurrence [par le marchandage] pour obliger les hôteliers à baisser leurs tarifs au plus bas », raconte un intervenant sportif. Dans la même veine, Vincent Brotons (2014 : communication personnelle) soutient le fait que plusieurs opérateurs étrangers pratiquent leur activités sportives au Maroc sans faire bénéficier les populations hôtes des retombées directes et indirectes des sports qu'ils régissent.

En somme, si en Occident les impacts négatifs des sports de nature et du tourisme diffus, longtemps méjugés, commencent à faire couler beaucoup d'encre, ceux-ci ne sont pas sérieusement considérés par les autorités responsables du développement du tourisme et du sport au Maroc. Mis à part les complications retenues au niveau du pilier économique (rivalité malsaine entre prestataires touristiques locaux, aucune retombée monétaire, concurrence déloyale, fuites fiscales, etc.), les incidences culturelles et environnementales sont encore très peu visibles dans les régions marocaines, les sports de nature ne s'étant pas encore largement proliférés. En outre, le discours technocrate de certains intervenants semble prévaloir les données économiques et socioéconomiques sur la dimension culturelle et environnementale, mésestimant de la sorte, les réels dangers des industries du sport et du tourisme. Cependant, la situation actuelle du Maroc, en termes de développement des sports de nature, est opportune puisqu'il est encore possible d'envisager, dès le départ, le développement de ce créneau touristique sur une base durable évitant ainsi de reproduire les mêmes erreurs qu'en Occident. À cet effet, cette ambition constitue la seconde bonne raison pour reproduire le dispositif du CDESI qui tient compte, justement, des enjeux socioculturels, économiques et environnementaux dans l'échafaudage des politiques concertées et réfléchies dédiées aux sports de nature. En substance, la CDESI s'affaire, autour de la notion de projet, à « concilier au mieux les fonctions d'ordre économique (productions agricoles, sylvicoles, tourisme rural...), social (aménités, loisirs et sports liés à la nature...) et environnemental (protection et conservation de la biodiversité et des ressources, prévention des risques naturels...), pour la satisfaction des besoins actuels et futurs de la population » (PRNSN,

[s.d] : 122). Au-delà, le guide d'entretien auquel étaient confrontés les intervenants sonde leur opinion quant aux solutions pour l'amenuisement des obstacles recensés dans le chapitre 5. Encore une fois, c'est par la concertation que les répondants perçoivent une voie favorable pour le développement des sports de nature et pour leur mise en tourisme durable au Maroc.

6.5 Le travail en concertation : l'issue revendiquée par l'ensemble des acteurs marocains

Que ce soit pour le développement du sport ou pour celui du tourisme, l'ensemble des intervenants interrogés dans le cadre de cette étude s'entend sur le fait que la synergie des acteurs concernés est la clé du succès pour les deux secteurs. Le conseiller du MJS regrette l'absence « *d'une structure qui assure la coordination, la cohérence... On ne trouve pas de plan et de stratégies étalées, etc.* ». L'intervenant de la région d'Azilal croit que la constitution d'un « *lobbying* » peut donner plus de poids aux initiatives de développement du tourisme de montagne. Mustapha Naitlho (2014 : communication personnelle) de la FRMSM affirme clairement que « *[t]outes les personnes concernées doivent envisager une commission composée de gens qui représentent les parties concernées. Si on veut atteindre le but très rapidement, il faut qu'il y ait la contribution de tout le monde. Notre fédération à elle seule n'a pas les moyens de faire quoi que ce soit. Mais si toutes les bonnes volontés se regroupent, on peut venir avec de nouvelles idées, de nouveaux moyens et avec pas mal de projets* ». Un spécialiste du développement de la montagne marocaine énonce trois principes pour le développement raisonnable du tourisme des nouveaux sports de montagne soit :

- (1) Le développement de projet doit se faire dans un contexte territorial et reposer ainsi sur un mode de planification et de *gestion par gouvernance* – c'est-à-dire que tous les acteurs et intervenants impliqués par ce projet

touristique doivent s'y concerter et s'y engager afin de le traduire en intérêt commun.

- (2) Aller au-delà d'une approche commerciale (capitaliste), afin de percevoir qu'est ce que ce nouveau créneau touristique peut apporter (valeur ajoutée) à la population, les traditions et la culture et quels seront les impacts sur les écosystèmes.
- (3) La volonté de développer ces sports doit provenir de l'état –le gouvernement doit reprendre son rôle et assumer ses responsabilités notamment en ce qui concerne l'apport de soutien de développement, l'encadrement, la formation des acteurs concernés, la mise en disposition d'un cadre favorable de développement et d'investissement balisés, responsabilisation des populations, des investisseurs, etc. (Boujrout, 2014 : communication personnelle).

Cet intervenant n'est pas le seul qui brigue l'implication de l'état dans la mise en tourisme des nouveaux sports de nature. La mise en place d'une stratégie spécifique du territoire et d'un plan d'action détaillé, précis et opérationnel est indispensable rapporte l'ex-responsable du responsable du développement touristique du Kite et du windsurf. Il ajoute que *« l'état doit se porter garant. C'est lui qui doit prendre l'initiative et mettre ne place des projets pilotes. Il faut mettre un projet pilote par rapport à chaque activité. Et à travers ces structures de relais, on peut former ces gens là à encadrer et faire de ces endroits de vraies destinations de tourisme sportif à travers ces disciplines »*. Un intervenant de la Wilaya de Béni Mellal confirme le rôle prépondérant de l'état dans le développement des nouveaux sports, mais incite aussi sur l'importance de l'implication du réseau professionnel. *« Premièrement, il faut une volonté politique soit l'intervention directe de l'état. Deuxièmement, il faut aimer pour produire. Il faut que les fervents amateurs de ces nouveaux sports viennent par eux-mêmes les développer. Or, ces professionnels ne sont pas là... »*, explique cet intervenant. En ce qui concerne l'apport des professionnels dans la structuration de

l'offre touristicosportive, Vincent Brotons (2014 : communication personnelle) déplore qu'il n'y ait pas assez « *de liens* » entre les autorités touristiques et les opérateurs. Il précise qu' « *Il faut s'appuyer sur des pratiques qui existent de par ailleurs dans le monde et puis commencer de concert (et les autorités compétentes et les opérateurs sérieux) à avancer sur un cadre juridique et le définir ensemble en encerclant les choses existantes* ». Justement, l'ex-responsable du développement touristique du kite et du windsurf, explique le succès de son opération par la présence d'un réseau professionnel grâce auquel il devient possible de mobiliser rapidement une base clientéliste fiable.

Tout en plaidant pour une gestion par gouvernance, d'autres intervenants soulignent le rôle particulier des collectivités locales dans le développement du sport dans le territoire. Selon El Mamoun El Alaoui (2014 : communication personnelle) de la FRMCK, la collaboration des acteurs territoriaux (au niveau des autorisations, du foncier et du financement) est indispensable pour que les fédérations sportives puissent réaliser leurs ambitions. Ces propos sont appuyés par un conseiller du ministère de la Jeunesse et des Sports qui compte trois critères pour développer les nouveaux sports de montagne avec succès :

« Pour réussir, [1] il faut d'abord que les collectivités s'impliquent, aident et soutiennent les jeunes. Il faut faire un diagnostic territorial pour voir quelles sont les attentes de la population. Et il ne faut pas rester figé sur le football et le basket. [2] Deuxièmement, il faut que les collectivités territoriales essayent d'utiliser le sport en tant que composante de son plan de développement, en développant par exemple le parapente, etc. des éléments qui peuvent attirer le maximum de tourisme. Utiliser le sport en tant que facteur structurant de la ville. [3] Troisième des choses, c'est le sport scolaire. Il doit aussi jouer un rôle prépondérant dans ce sens-là, du fait que les programmes pédagogiques de l'élu sont toujours basés sur des disciplines [handball, basketball, etc.] qui à mon avis ne peuvent pas attirer l'attention des jeunes ».

L'agencement du sport-étude comme outil de dynamisation de l'activité sportive dans les régions fait aussi partie des suggestions du président de la FRMCK. « *Il faut*

passer par le sport-étude. Il faut passer par notre système d'enseignement. Il faut les inclure absolument parce que c'est la seule façon de vulgariser le sport au Maroc. Et malheureusement, la priorité va toujours vers le foot, l'athlétisme et le karaté, etc. », soutient El Mamoun El Alaoui (2014 : communication personnelle). Une autre occurrence qui revient fréquemment dans le discours de répondants est la nécessité de faire appel à un soutien international pour stimuler et accompagner le lancement des nouveaux sports au Maroc. Pour développer les activités du windsurf et du kite surf à Dakhla, l'ex-responsable de la mise en tourisme de ces sports a soumissionné des consultants européens pour la structuration de cette offre sportive. Pareillement, le conseiller du ministère du Tourisme sollicite le soutien de consultants internationaux pour le développement de l'activité de la spéléologie. Les sports aériens libres, qui se démarquent par leur technicité particulière, requièrent encore des programmes de formation étrangers. À ce titre, un responsable du développement des sports de vol libre recommande que leur fédération de tutelle fasse partenariat avec la fédération française de vol libre pour assurer l'agencement de cycles de formations dédiés aux jeunes marocains en prévisions que ces derniers deviennent eux-mêmes de futurs moniteurs et formateurs. Le président de la Fédération du canoë-kayak (El Mamoun El Alaoui, 2014 : communication personnelle) souligne que l'intégration de l'activité du rafting dans la fédération nécessite forcément une assistance technique de la fédération internationale du canoë-kayak qui détient l'influence nécessaire pour stimuler l'intérêt du ministère marocain du Sport et le comité olympique. Le soutien de cette dernière serait essentiellement sollicité au niveau du repérage et l'aménagement des sites de pratiques et de l'acquisition du matériel poursuit El Mamoun El Alaoui (2014 : communication personnelle).

Formulée de différentes manières (gouvernance, coordination, commission, lobbying, création de lien, etc.), la concertation est un compromis recherché par la majorité des intervenants du sport et du tourisme sondés aux limites de cette enquête. Les finalités escomptées de cette potentialisation diffèrent d'un acteur à l'autre, mais convergent

toutes vers le développement fructueux des deux secteurs. Selon le mobile de chacun, le développement en synergie peut être l'outil idéal pour atteindre rapidement les objectifs escomptés par les ministères et les fédérations, pour traduire le projet en intérêt commun dans une optique de durabilité, pour faire émerger de nouvelles idées et stimuler la création de nouveaux projets, pour établir des plans et des stratégies de développement raisonnés et équilibrés, pour bâtir efficacement et rapidement une solide base clientéliste, ou bien, pour apporter un soutien technique au niveau de la structuration des programmes de formation, du cadre juridique, de politiques d'aménagement et d'équipement des territoires, etc. À ce titre, l'accent est, nommément, mis sur trois parties prenantes soit : l'état, les collectivités territoriales et le secteur professionnel. La sollicitation d'une assistance étrangère (consultants et fédérations internationales) est conviée là où les compétences des acteurs marocains sont très limitées comme pour le développement du rafting, la formation professionnelle des métiers de sports de vol libre et la mise en tourisme de la spéléologie. Par surcroît, d'autres notations intéressantes ont été évoquées et se doivent d'être prises en considération puisqu'elles font office de substruction au succès et à la durabilité du développement du tourisme des nouveaux sports de nature, à savoir :

- Concevoir le projet touristicosportif dans un contexte territorial avec la mise en place de stratégie et de plan d'action adaptés aux spécificités et aux besoins du territoire.
- Aller au-delà d'une approche purement commerciale pour donner la priorité aux fonctions sociales, culturelles et environnementales du projet touristique.
- Inscrire le sport et le tourisme comme composantes d'un plan de développement global et en tant que facteur structurant des espaces de leur implantation.
- Miser sur le sport-étude pour vulgariser et favoriser le codage social des activités de plein air dans les mœurs sociales.

La première partie de ce chapitre démontre que succès du tourisme sportif de nature en France est marqué par la volonté de chaque partie prenante à contribuer, au gré de ses fonctions, dans la structuration de cette offre touristicosportive. Le dispositif des Commissions départementales des Espaces, Sites et Itinéraires (CDESI), qui rassemble sous un seul toit l'ensemble des acteurs territoriaux, sportifs et touristiques, s'est avéré être un outil concluant pour le développement maîtrisé des sports de plein air dans les territoires ruraux français. Deuxièmement, il a été démontré que c'est aussi par la concertation qu'il est possible d'envisager le développement touristique durable des sports de nature. En dernier lieu, le « lobbying », la « création de lien », la « gouvernance » et la « coordination » sont des termes approchants avancés par les acteurs marocains en guise de solution pour le développement et le développement durable du sport et du tourisme dans le royaume. Au gré de ces trois constats, il est, maintenant question de savoir comment la CDESI peut réellement favoriser la synergie des diverses parties prenantes marocaines et comment ce dispositif peut corriger les nombreuses lacunes du développement touristique des sports de nature.

6.6 Le fondement d'une commission départementale des espaces sites et itinéraires : avenue salubre pour le développement touristique durable des sports de nature au Maroc

Pour plusieurs raisons, le développement touristique des nouveaux sports de nature au Maroc est anémique. Le développement sportif des activités de plein air se confronte à des obstacles juridiques, mercantiles, d'acquisition de matériel, de formation, de manque de savoir-faire, et d'image. Le gouvernement, totalement désintéressé, sous-finance les structures fédérales et associatives chargées du développement de ces sports. Celles-ci ne peuvent, dans ces conditions, surmonter les obstacles de développement et ne parviennent pas à faire murir les sports de plein air dans la culture locale. Au niveau des régions de montagne au Maroc, les collectivités

territoriales, qui ne prêtent que très peu d'attention au tourisme et au loisir, ne s'engagent pas pleinement dans le développement de cette industrie et provoquent de sérieux problèmes administratifs. Tissées au manque d'infrastructures touristiques, hospitalières et de transport, ces complications administratives causent la fuite des investisseurs et des promoteurs touristiques, principaux acteurs du développement du tourisme au Maroc. Pour leur part, les responsables du tourisme s'abstiennent à promouvoir et à mettre en avant les nouveaux sports de nature comme produit touristique puisque ce créneau n'est pas encore régi par un cadre juridique et ne parvient pas à mobiliser d'importants fonds d'investissement. Pour cela, les autorités touristiques restent très sceptiques quant à la capacité des sports californiens de montagne à apporter une réelle plus value à l'industrie du tourisme au Maroc. À cela s'ajoute l'incapacité des acteurs concernés par le développement sportif et par le développement touristique des sports de plein air à travailler collégialement pour la professionnalisation et la commercialisation des sports de nature, la concertation étant pourtant une méthode requise et approuvée pour l'atteinte de ces finalités. Au final, même si le Maroc présente l'avantage de pouvoir amorcer, en amont, le développement touristique des sports californiens sur une base durable, la majorité des parties prenantes concernées semblent sous-estimées et même dénigrées les impacts des sports de nature sur l'environnement, la culture et les sociétés pour ne révéler que leurs apports économiques et socioéconomiques.

Traiter cette multitude d'obstacles, cas par cas, nécessite un effort colossal qui outrepassé les limites de ce mémoire. Par ailleurs, la plupart des intervenants sondés dans le cadre de cette enquête ont recommandé le travail en synergie comme solution efficace et rapide pour le développement des sports de nature et pour leur mise en tourisme. À ces constats et dans la perspective de proposer une solution, globale, efficiente et prompte pour le développement touristique des sports de nature au Maroc, le dispositif français des Commissions Départementales des Espaces, Sites et

Itinéraires (CDESI) s'avère être, dans ce cas particulier, une issue indubitable pour les trois raisons qui suivent :

- La CDESI rallie sous le même diapason et sous le pilotage d'un conseil général, l'ensemble des acteurs territoriaux, touristiques et sportifs vers l'objectif concerté du développement maîtrisé des sports de nature au travers la réalisation d'un Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires (PDESI).
- De par son hyperspécialisation dans le domaine, la CDESI est une plateforme incontournable pour la conception et le développement durable des activités de plein air dans les espaces ruraux.
- Les attributs de la CDESI, qui vont au-delà d'une simple logique de gestion des espaces, adhèrent, très étroitement, au soutien du mouvement sportif et au développement touristique des sports de plein air. L'instauration d'une CDESI peut, dans ce sens, obvier aux obstacles de développement sportif et touristique des sports californiens.

Les compétences qui reviennent à ces commissions départementales s'adaptent aux enjeux locaux et, par conséquent, chaque territoire est amené à définir et à prioriser les objectifs qui correspondent le mieux à ses besoins. À cet effet, « la commission permet alors une coordination des interventions publiques qui dépasse largement la simple gestion des lieux de pratique sportive de nature » (PRNSN, [s.d] :109).

À ce titre, les objectifs d'une CDESI peuvent être nombreux et peuvent se concéder aux réels besoins du Maroc à entreprendre le développement des sports de nature de façon professionnelle et durable. La politique départementale de développement maîtrisé des sports de nature peut donner du crédit à l'image des sports de nature dans un département donné. Appliquée au Maroc, une telle finalité pourra affirmer la confiance et l'intérêt du ministère de la Jeunesse et des Sports, des collectivités

territoriales, des investisseurs et des commanditaires et du ministère du Tourisme à l'égard des sports de nature. Cette politique départementale qui favorise l'accès des citoyens à la nature, qui encourage la pratique associative et qui promulgue pour le grand public (citoyens, touristes, scolaires et personnes handicapées) l'accessibilité de l'offre sportive de nature, peut être un levier conséquent dans l'immersion de la culture de plein air dans les mœurs marocaines. Là où l'offre sportive de nature est déstructurée, le CDESI s'affaire à rassembler tous les acteurs, à codifier leur rôle et leur fonction par rapport au développement des sports de nature et à coordonner leurs interventions en prévision d'intensifier et de démultiplier les effets, etc. Les compétences d'une CDESI sont nombreuses et variées. Pour ce qui est du cas Maroc, plusieurs qualifications propres à ce dispositif sont à retenir dont :

- Sa faculté à stimuler et à soutenir l'investissement et le développement de projet.
- Son rôle dans la structuration de l'offre touristicosportive de nature ;
- Son mérite à pouvoir intégrer les sports de nature au sein d'un plan de développement territorial global ;
- Son soutien au mouvement sportif et au secteur touristique ; et
- Son expertise dans le développement durable des sports de nature.

Ces cinq qualifications méritoires qui reviennent aux commissions départementales des espaces, sites et itinéraires sont, ci-après, abordées de manière plus explicite.

La CDESI – un outil d'assistance à la planification et au développement de projet : Le dispositif se spécialise dans l'identification des lieux de pratiques et leur inscription dans un plan départemental. Cet effort d'inventorisation est réalisable grâce au soutien combiné des fédérations sportives, des usagers et des gestionnaires territoriaux, des gestionnaires des espaces naturels, des prestataires et des éditeurs (topoguide, site internet, etc.). Grâce à cet exercice, le conseil général peut alors

appliquer des mesures de gestion sur l'ensemble des lieux inscrits dans le plan afin de minimiser l'impact des fréquentations et de prévenir d'éventuels conflits d'usage du territoire. Ce recensement, qui relève d'un travail structuré et réfléchi, permet aussi d'identifier les propriétaires pour, éventuellement, négocier des contrats d'exploitation des espaces ; de recueillir l'avis du maire et des autorités compétentes quant à leur usage et leur aménagement ; de définir les mesures de protection les plus adaptées pour assurer leur pérennité ; de favoriser une implantation homogène des activités sportives sur l'ensemble du territoire et de contribuer à la constitution d'une offre touristique complète et particularisée. De cette manière, le dispositif du CDESI permet de contourner un bon nombre de problèmes administratifs relatifs à l'accessibilité, l'acquisition et l'aménagement des lieux de pratique. L'appréhension foncière des espaces sportifs de nature faisant, pleinement, partie de son champ d'expertise, le CDESI peut soutenir la Société marocaine de l'ingénierie touristique dans ses fonctions au niveau de la simplification du processus de création de projet. En effet, « [à] l'image du dossier unique vers lequel tend l'administration de manière générale, la simplification des démarches administratives pour les usagers est un gage de réussite du dispositif [CDESI] destiné à faire émerger des projets de création ou de développement des sports de nature » (PRNSN, [s.d] : 65). Entre autres, le dispositif peut assister les promoteurs touristiques dans la réalisation des études cadastrales, dans l'organisation des concertations avec les élus, les propriétaires et les usagers des sites, dans la mise en relation des acteurs départementaux pouvant favoriser la réussite du projet, dans la formalisation d'un plan de financement ou dans l'identification des financeurs potentiels, etc. (PRNSN, [s.d] : 64-65).

La CDESI – un outil de structuration synergétique de l'offre des sports de nature : le tourisme de montagne marocain est géré par des structures qui ne sont nullement compétentes dans le domaine (ministère de l'Intérieur, l'Office national des eaux potables, les municipalités, etc.). Il existe des chevauchements dans la gestion et l'exploitation de quelques nouveaux sports de plein air. Plusieurs

intervenants s'attendent à ce que l'état et les collectivités territoriales assument leurs responsabilités quant au développement de ces activités de nature. Les fonctions des différents acteurs ne sont pas codifiées et clairement définies mais surtout, il n'existe pas de synergie et de collaboration entre les diverses parties prenantes pour un développement travaillé et durable de ce créneau ludosportif. Là, une mise en œuvre d'une CDESI peut grandement remédier aux maux de cette offre marocaine des sports de nature fragmentée, déstructurée et inexpérimentée. C'est dans ce cadre, précisément, que se constitue ce type de commissions départementales. Ces dispositifs ont, pour lors, déjà fait leurs preuves en France en favorisant « une meilleure compréhension des acteurs entre eux et de nouvelles coopérations entre pouvoir publics et privés » (PRNSN, [s.d] : 17). La CDESI cherche à établir un accord mutuel, une complémentarité des actions et à formuler les missions, les objectifs et les domaines d'interventions respectifs de chacune des parties prenantes. Pour cela, le conseil général procède par étape. Puisque la collaboration s'ébauche d'une connaissance partagée, la CDESI commence par reconnaître et définir les objectifs relatifs à chaque acteur concerné par le développement des sports de nature. Grâce à cela, il devient possible d'identifier les outils existants et le champ d'expertise de ces diverses parties prenantes et de voir quels domaines d'interventions peuvent être partagés ou mis en cohérence. La CDESI circonscrit, après cela, les missions, le rôle et les responsabilités pour chaque structure. Si ces initiatives de concertation connaissent un franc succès, celles-ci peuvent être reprises ou transférées dans le développement des sports dans d'autres territoires. Aussi, un partenariat réussi peut également aboutir à sa formalisation et à la conduite d'une volonté partagée de sa pérennisation. Pour ce qui est du rôle de l'état, des collectivités territoriales, du conseil général des commissions départementales et aussi des fédérations sportives, le guide pratique du développement maîtrisé des sports de nature via la CDESI (PRNSN, [s.d] : 22) définit avec beaucoup de clarté le rôle et les compétences qui se doivent d'être assumés par chacune de ces instances. Au-delà, cet effort collégial est une

manœuvre primordiale pour inscrire le sport et le tourisme sportif dans un schéma global de structuration territoriale.

La CDESI – un acteur qualifié pour blasonner le rôle des sports de nature dans un plan de structuration territoriale globale : certains intervenants ont dénoncé l'absence de stratégies de développement et de plan d'action attirée au développement sportif et touristique des activités de plein air. Le ministère marocain de la Jeunesse et des Sports regrette que le sport ne soit pas appréhendé comme un outil de structuration territoriale globale comme la loi le sous-entend. Justement, le Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires (PDESI) qui identifie, enregistre, aménage et assure l'accessibilité et la pérennité des Espaces, Sites ou Itinéraires (ESI) nourrit les réflexions sur leurs essors (capacité d'accueil, stationnement, aménagement, etc.). Grâce à cet outil stratégique, le PDESI permet d'articuler des politiques départementales multivariées qui sortent de son contexte géodésique. S'établissant ainsi dans le champ du développement de projet, le PDESI contribue noblement à l'élaboration des documents de planification territoriale à savoir (des plans d'aménagement et de développement durable, des schémas de cohérence territoriale, des schémas d'aménagement urbain, des politiques de développement sportif dans les départements, des politiques de gestion des espaces naturels sensibles, des politiques touristiques, des politiques jeunesse et d'épanouissement scolaire, des politiques de développement des zones rurales, etc.). En replaçant ainsi les sports de nature au cœur d'un cadre de développement territorial global, le PDESI concède aux espaces naturels et aux loisirs de plein air, la notoriété et le poids politique nécessaire pour stimuler l'intérêt des collectivités territoriales et des ministères des Sports et du Tourisme. Déjà, en exaltant de la sorte l'attention de leur ministère de tutelle, les fédérations et associations sportives pourront bénéficier d'un soutien financier et humain plus important qui les aidera, en bonne partie, à soutenir leur structure de formation, à fournir de meilleurs efforts marketing, acquérir le matériel requis et à sociabiliser et vulgariser les sports qu'elles fédèrent auprès du grand public.

La CDESI – outil de soutien au mouvement sportif et au secteur touristique : les politiques départementales attirées aux sports de nature entrent en interaction avec bon nombre de compétences du conseil général d'une CDESI puisque ce dispositif est, en général, constitué et piloté par des membres du mouvement sportif. Mieux structurés sous l'apanage d'une CDESI, ces départements interviennent au niveau de la création, la gestion et du financement d'équipements sportifs, apportent un soutien aux sportifs de haut niveau et participent dans l'organisation des manifestations sportives. Les professionnels, rassemblés sous le joug de la commission, peuvent, en concertation, optimiser et combiner leur savoir-faire pour mieux organiser, promouvoir et diffuser les offres de lieux de pratique. Le PRNSN ([s.d] : 115) soutient que « [...] des actions territoriales peuvent être conduites, mêlant à la fois les actions évoquées précédemment [balisage et signalisation, promotion de l'offre sportive via la création de topoguide, de plateforme internet et des supports de guidage GPS, etc.], et l'accompagnement des prestataires commerciaux et acteurs associatifs pour favoriser leur structuration et la lisibilité de leur offre collective ». Mais encore, les CDESI qui encouragent vivement l'organisation des manifestations et des événements sportifs et promulguent les pratiques locales, soutiennent ces initiatives grâce à des efforts promotionnels, des subventions ou des appuis logistiques. Cet élan stimule, en même temps, le dynamisme et la créativité des acteurs sportifs. Au travers des portes ouvertes et des journées de promotion, il est question de favoriser l'accès à la nature au grand public (locaux, scolaires et touristes). Il devient, aussi, possible de réconcilier et rapprocher les habitants des clubs sportifs de plein air, de les sensibiliser au respect de l'environnement, et pour le cas du Maroc, de favoriser l'immersion d'une culture sportive de plein air dans les mœurs du pays.

À l'instar du mouvement sportif, les acteurs du tourisme (publics et privés) sont systématiquement consultés dans la constitution et l'animation d'une CDESI, la dimension touristique étant en France, sans manquement, présente dans les politiques

départementales du développement des sports de nature. Dans le dynamisme d'une commission départementale qui conjoint leur compétence à celle de l'état et des acteurs sportifs, les professionnels du tourisme apportent leur expertise pour favoriser l'accommodation de l'offre sportive et l'aménagement des territoires en fonction de la demande touristique. L'avis des intervenants du tourisme, permet aux CDESI de mieux répertorier et de qualifier les espaces, sites et itinéraires grâce au critère du potentiel touristique de ces lieux. De plus, cette articulation entre politique de développement sportif et politique de développement touristique gratifie l'interdépendance entre dispositifs d'aide au financement et/ou à l'entretien et la pérennisation des lieux de pratique. Sous la tutelle du conseil général d'une CDESI, les professionnels du secteur touristicosportif de plein air au Maroc (agences, opérateurs, guides touristiques, etc.) peuvent, aussi, par exemple, prêter assistance aux fédérations sportives dans l'élaboration des cadres juridiques et les soutenir dans leurs efforts promotionnels, les structures étatiques étant dénuées de culture marketing.

De par les nombreuses compétences qui lui reviennent, la CDESI est en mesure de remédier aux problèmes de développement sportif des activités de plein air au Maroc ainsi qu'au développement du tourisme de montagne. Simultanément, le système de la commission départementale agit sur le développement de deux façons. De prime à bord, la CDESI intervient, de l'extérieur, au niveau de chaque palier des cercles vicieux du développement des nouveaux sports de nature et du développement du tourisme de montagne. Deuxièmement, puisqu'il s'agit justement de cercles vicieux (illustration 5.2 du chapitre 5), la dissolution de chaque obstacle favorise, à l'interne et par effet de ricochet, la résolution des problèmes subjacents, ce qui inscrit, alors, le développement des nouveaux sports de nature et celui du tourisme de montagne dans des cercles vertueux. L'illustration 6.1 montre comment le dispositif agit (à l'interne et à l'externe) sur le cercle vicieux du développement des nouveaux sports de nature.

De même, l'illustration 6.2 met en exergue les amendements de la CDESI sur le développement des loisirs et du tourisme en montagne.

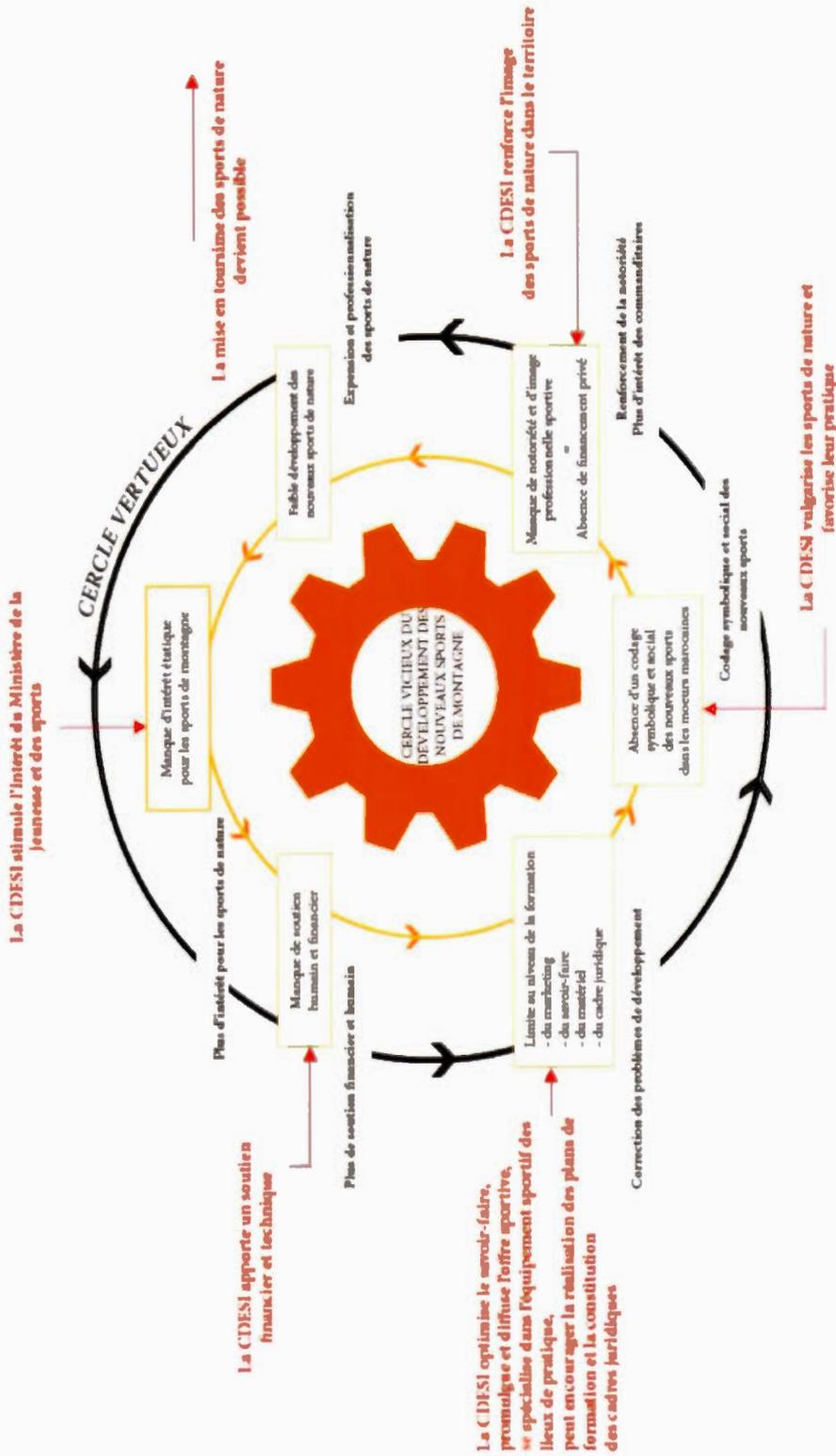


Figure 6.1 – Incidences internes et externes de l'implantation d'une CDESI sur le cercle vicieux du développement des nouveaux sports de montagne (création de l'auteur)

Légende :

- Incidences internes (cercle vertueux de nouveaux sports de montagne)
- Incidences externes (actions isolées et spécifiques à chaque palier du cercle vicieux)

Les actions inscrites en rouge représentent les agissements isolés de la CDESI sur chacun des paliers du cercle vicieux du développement du sport. À l'externe, la CDESI qui inscrit concrètement les sports de nature dans le développement territorial et qui s'affaire à planifier des événements et des manifestations sportives autour des sports de nature, peut stimuler, de la sorte, l'intérêt du ministère de la Jeunesse et des Sports. La CDESI peut, dans certains cas, apporter un soutien financier et technique aux fédérations, clubs et associations. Par la voie de la concertation (entre le secteur public et privé notamment), le dispositif optimise le savoir-faire technique en termes de développement des sports de nature, participe à la promotion et la diffusion de l'offre sportive, s'affaire dans l'équipement sportif des lieux de pratique et peut stimuler le développement des structures et programmes de formation ainsi que l'édification de cadres juridiques. En favorisant l'accès au plus grand nombre aux sports nature et en organisant des manifestations sportives, la CDESI accélère la codification des activités de plein air dans la culture sportive du Maroc. Grâce aux efforts de communication sur les sports et en veillant à les développer de façon maîtrisée, la CDESI permet au département de dégager une image sportive professionnelle et encourage les commanditaires à financer les manifestations et événements sportifs. Au demeurant, la CDESI joue un rôle très important dans le développement et la professionnalisation des sports de nature et, de ce fait, favorise leur mise en tourisme.

À l'interne (cercle vertueux hypothétique noir), le ministère marocain de la Jeunesse et des Sports, qui aura certainement plus de considération pour les sports de nature (grâce à l'instauration d'une CDESI), accordera aux fédérations et aux clubs sportifs concernés un meilleur soutien financier et humain. Mieux financées et mieux assistées, les structures concernées par le développement des sports de nature pourront résoudre, en grande partie, les problèmes de développement (marketing, juridique, matériel, etc.) et aboutir, ainsi, à l'expansion et la vulgarisation de ces activités sportives au pré du grand public. Les nouveaux sports de nature subiront,

avec le temps, un codage social et symbolique ce qui renforcera l'image et la notoriété sportive des territoires et confortera les investisseurs et commanditaires à y investir leur capital. L'ensemble de ces amendements mèneront d'une part, à stimuler davantage d'intérêt du MJS et des collectivités territoriales, et de l'autre, à rendre ces activités (dès lors professionnalisées) éligibles pour leur mise en tourisme.

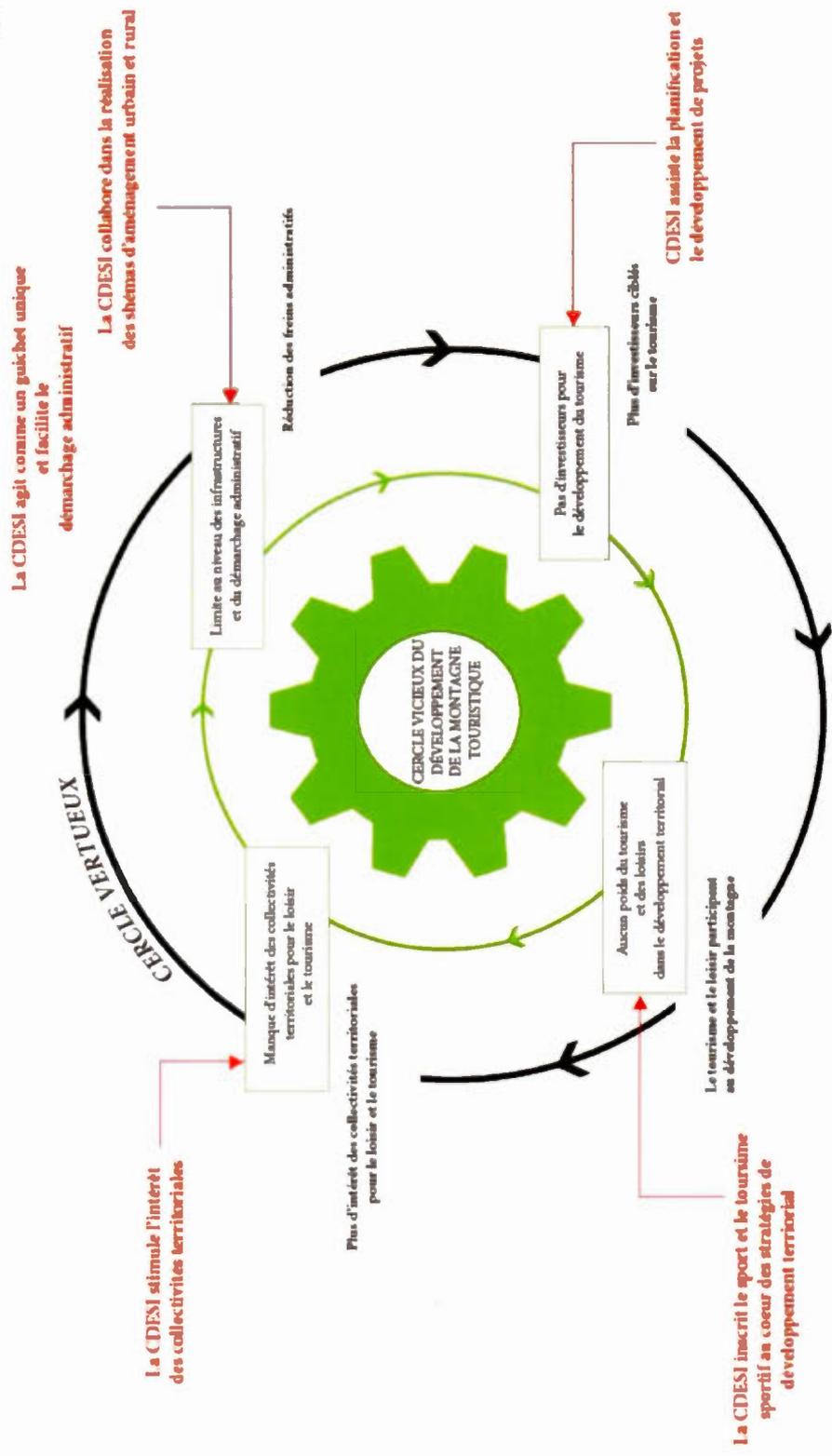


Figure 6.2 – Incidences internes et externes de l’implantation d’une CDESI sur le cercle vicieux du développement du tourisme de montagne (création de l’auteur)

Légende :

- Incidences internes (cercle vertueux du développement des nouveaux sports de montagne)
- Incidences externes (actions isolées et spécifiques à chaque palier du cercle vicieux)

Pareillement, les actions inscrites en rouge de l'illustration 6.2 représentent les amendements isolés de la CDESI sur les paliers du cercle vicieux des loisirs et du tourisme de montagne. Sur le cercle noir, sont inscrits les nouveaux paliers du cercle vertueux (hypothétique) du développement des loisirs et du tourisme de montagne. À l'externe, la CDESI qui considère à travers des Plans Départementaux des Espaces, Sites et Itinéraire (PDESI) des politiques dédiées au sport et au tourisme peut stimuler, dans ce sens, l'intérêt des collectivités territoriales à cet égard. Aussi, ce dispositif qui se spécialise dans la gestion juridique des espaces naturels peut abolir un bon nombre d'obstacles administratifs qui freinent l'investissement privé. La CDESI a aussi son mot à dire dans la structuration évolutive des plans d'aménagement territorial, rural et urbanistique. Elle peut, dans ce sens, faire pression et favoriser l'aménagement infrastructurel (hôpitaux, hôtels, routes, etc.) du territoire qu'elle régit. À ce titre, le dispositif se spécialise aussi dans l'assistance à l'investissement et pourrait, au gré de ses compétences géodésiques et sportives, accompagner le travail de la SMIT dans le démarchage auprès des promoteurs touristiques. Au final, la CDESI est largement qualifiée pour donner du poids politique aux loisirs (le tourisme sportif notamment), puisqu'elle positionne le sport en tant que composante substantielle du développement territorial. À l'interne, les collectivités territoriales sensibilisées sur les plus values du tourisme et du loisir (grâce à l'apport de la CDESI), y accorderont plus d'attention et, dans cette perspective, tacheront d'amenuiser les obstacles administratifs afin de stimuler l'investissement privé. Les promoteurs touristiques qui trouveront alors un terrain d'investissement favorable participeront à l'expansion du tourisme et des loisirs en montagne. Petit à petit, la région se désenclavera et bénéficiera des retombées économiques, socioculturelles et environnementales émises par l'activité touristique. Ceci aura pour effet, de stimuler davantage l'intérêt des collectivités territoriales et des autorités touristiques à l'égard des loisirs et du tourisme de montagne.

Les illustrations 6.1 et 6.2 montrent comment la CDESI peut favoriser le développement des nouveaux sports et du tourisme de montagne. Le point suivant décrit comment ce dispositif considère les notions de la durabilité dans ses efforts de développement.

La CDESI – le dispositif idéal pour le développement durable des sports de nature : même si les sports californiens sont, de base, plus écologiques que d'autres et que leur expansion au Maroc n'engendre pas pour le moment des complications environnementales, ni sociales au demeurant, la volonté d'appuyer leur développement sur des assises durables est une homologation éclairée. Aussi douces soient-elles, les pratiques sportives de nature, si mal administrées, ont le potentiel de faire pression sur les lieux d'usage, de provoquer des dérèglements socioéconomiques, et de perturber la culture, les traditions et la sérénité des lieux de leur implantation. Les limites et les enjeux de leur durabilité sont, d'ailleurs de plus en plus discutés dans les pays occidentaux. Ce ressort est d'autant plus pertinent pour le cas du Maroc qui prétend inscrire le sport et le tourisme comme composante du développement durable des territoires. Cependant, le développement harmonieux des sports de nature repose sur des équilibres qui ne peuvent se cultiver que par la concertation. À cet effet, la CDESI permet « d'organiser cet échange, en conduisant les acteurs impliqués à définir ensemble un plan départemental qui protégera et valorisera le patrimoine sportif de nature du département » (PRNSN, [s.d] : 125). Spécialisé en la matière, ce dispositif fait office de plate forme où s'équilibrent durablement des enjeux tels que la règlementation des espaces et la conservation de leur cachet ésotérique, la mise en marché des sports de nature en dehors d'un esprit capitaliste sauvage, l'accessibilité des sites au plus grand nombre tout en veillant à leur sauvegarde. Entre autres, la CDESI :

- Génère des retombées économiques et crée des emplois en structurant l'offre sportive et touristique dans les arrières pays sans, pour cela, faire de la nature un objet purement commercial et la réduire à un usage exclusif.
- Met sur pied des contrats éthiques et moraux qui concèdent aux propriétaires le droit de définir l'usage de leurs possessions foncières et qui, en même temps, accordent aux citoyens et aux touristes l'accès à la nature.
- Organise la pratique sportive tout en maîtrisant les flux et en préservant l'expression de liberté et de découverte de l'environnement.
- Contribue à l'épanouissement de la société en concevant de nouveaux lieux et de nouvelles pratiques.
- Éduque la population sur l'aspect environnemental des sites naturels par le biais du tourisme et du sport-découverte.
- Se spécialise dans la gestion et la régularisation des conflits d'usage des lieux de pratique sportive et touristique.
- Se met, continuellement, à jour au sujet des mesures de protection environnementale susceptibles d'avoir des incidences sur les lieux de pratique.

Par surcroît, la CDESI qui règlemente l'usage des Espaces, sites et itinéraires et qui reconnaît l'ensemble des acteurs touristiques et sportifs du département qu'elle régent, peut prévenir l'activité souterraine et l'usage anarchique des lieux de pratique. De ce fait, la CDESI s'engage, d'une part, à couvrir les fédérations sportives et d'autres prestataires formels contre la concurrence déloyale et de l'autre, à veiller à la protection de l'environnement et à la pérennité des pratiques. C'est donc en fonction des nombreuses compétences qu'elle opère au niveau des trois piliers du triptyque du développement durable que la CDESI se confirme être la solution idéale pour le développement touristique maîtrisé des sports de nature au Maroc.

Conclusion

Avant tout, ce chapitre a mis en évidence l'importance de la concertation dans le développement du tourisme sportif de nature. Cette partie de l'étude a fait ressortir trois constats. C'est sur un travail collégial de développement des sports de nature que la France est parvenue à arrimer à une offre touristicosportive de nature structurée et productive. La gestion par gouvernance s'avère, aussi, être une avenue indispensable pour le développement durable tant pour le sport que pour le tourisme. L'offre du développement sportif et touristique des activités de nature est déstructurée au Maroc et les responsables (publics et privés) des deux secteurs plaident pour la concertation comme solution de développement.

Ainsi, la solution retenue pour le développement touristique durable des nouveaux sports de nature est de s'inspirer du modèle français qui excelle dans ce domaine. Ce dernier s'appuie sur le dispositif de Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires (CDESI) qui se compose, ordinairement, d'acteurs territoriaux, sportifs et touristiques d'un département donné et traduit le développement maîtrisé des sports de nature en un intérêt commun. Le chapitre a su démontrer comment ce système agglomérant se qualifie tant pour structurer l'offre parcellaire du tourisme sportif de nature au Maroc et pour palier les divers obstacles du développement de ce créneau ludosportif évoqués dans le chapitre 5 que pour assurer son expansion durable et maîtrisée dans les arrières pays. Les amendements saillants d'une CDESI qui ont le potentiel de fertiliser le développement du sport de nature et sa mise en tourisme au Maroc sont nombreux. Cinq compétences sont retenues compte tenu de leur parfaite appropriation aux limites du présent mémoire.

De prime à bord, il faut rappeler que la stratégie de développement touristique au Maroc repose sur le démarchage auprès des investisseurs privés et qu'à cet égard, justement, le créneau du tourisme des nouveaux sports de nature ne remplit pas la

fonction structurante de mobilisation de fonds. La CDESI s'expertise, pertinemment, dans la promotion et dans l'assistance l'investissement relatif au tourisme et au loisir en espace naturel et peut dans, ce sens, apporter un soutien spécialisé à la Société marocaine de l'ingénierie touristique en termes de recherche et d'assistance aux investisseurs.

Contrairement à la France, l'offre du sport et du tourisme sportif de nature au Maroc est déstructurée. Les accointances professionnelles entre les divers intervenants ne sont pas codifiées et le rôle et les fonctions des acteurs ne sont pas clairement définis. Cette latitude provoque, entre autres, des chevauchements des interventions des différentes structures concernées par les sports de nature et aboutit à une gestion anarchique du secteur. À cet effet, la CDESI qui recense la totalité des acteurs concernés par le développement des sports de nature, prend connaissance de leur fonction et objectifs, apporte une meilleure compréhension des acteurs entre eux et définit les instances où ces derniers peuvent travailler en collaboration pour le développement maîtrisé des sports de nature et leur mise en tourisme.

Au Maroc, ni le MJS ni les collectivités territoriales ne semblent accorder aux sports de nature le mérite qui leur revient. Ce manque de considération est, d'ailleurs, à l'origine de nombreux obstacles qui freinent leur développement et leur professionnalisation. En réintégrant, entre autres, les sports de nature dans les politiques de développement territorial (aménagement urbain, développement durable du territoire, équipement des lieux de pratique sportive, développement d'une politique touristique autour des activités de plein air, etc.), la CDESI délègue au créneau sportif le poids politique nécessaire pour stimuler l'intérêt des collectivités territoriales (élus, maires, etc.), du ministère de la Jeunesse et des Sports et du ministère du Tourisme.

Le tourisme des nouveaux sports de montagne est vacillant au Maroc étant donné que le développement des deux composantes sur lesquelles il se bâtit (le tourisme et le sport) fait défaut. Plusieurs obstacles en lien avec le matériel, la réglementation, le marketing, la formation se mettent au travers du développement et de la professionnalisation des nouveaux sports et, par extension, leur mise en tourisme. De même que des freins administratifs et infrastructurels sont répréhensibles de la fuite des investisseurs touristiques sur lesquels compte l'état pour le développement du tourisme. À ce titre, la CDESI, qui coalise les compétences des acteurs touristiques et sportifs ainsi que des pouvoirs publics et privés, propose un soutien dynamique et personnalisé au mouvement sportif et au secteur du tourisme leur permettant de contourner les obstacles de développement.

Le Maroc inscrit, dans le cadre de sa vision touristique 2020, le tourisme de montagne et le sport de nature comme éléments clés du développement durable (ministère du Tourisme et de l'Artisanat, 2010 : 13). À condition d'être bien exploités, les sports de nature et le tourisme sportif de nature présentent, en effet, l'avantage d'être socialement et écologiquement plus viables que d'autres secteurs sportifs et touristiques. Inversement, sans encadrement, même les sports les plus écologiques peuvent faire pression sur les lieux de leur pratique, engendrer des perturbations et des conflits sociaux et bouleverser la sphère économique. Au travers un programme détaillé qui considère en profondeur les incidences des sports de nature sur le territoire, la CDESI s'expertise dans le développement maîtrisé des sports de nature. À ce titre, ce dispositif peut, essentiellement, soutenir les efforts du ministère du Tourisme à concrétiser ses ambitions de durabilité.

Par ailleurs, il faut noter qu'en France, le législateur reconnaît, par la loi depuis le 6 juillet 2000, les sports de nature comme « un fait social et économique à part entière », (PRNSN, [s.d] : 14). Les premières Commissions Départementales des Espaces, Sites et Itinéraires relatifs aux sports de nature ne se sont constituées que lorsque les

activités de plein air ont émergé dans le cadre législatif. À rebours pour le cas du Maroc, ce serait plutôt pour que les sports de nature soient reconnus par la législation que le dispositif des commissions départementales devrait être conçu. En d'autres termes, si en France l'instauration des CDESI s'est produite de façon spontanée, leur mise en place au Maroc relèverait plutôt d'un acte mécanique et programmé. En forçant ainsi le système, le Maroc peut atteindre très vite un stade de développement du tourisme sportif de nature avancé en court-circuitant quelques étapes du processus, mais surtout, en évitant de reproduire les mêmes erreurs qu'en France. Cependant puisque l'instauration d'une CDESI doit se faire d'une manière mécanique (non spontanée), il serait possible qu'il y ait quelques blocages au niveau du gouvernement qui pourrait, fort bien, rejeter une telle initiative. Pour favoriser les chances que ce projet soit accepté, il serait opportun que toutes les parties prenantes engagées, motivées et volontaires (présidents de fédérations, des associations et les prestataires privés) se mobilisent pour la cause. Ces derniers doivent, avant de solliciter l'attention du gouvernement, élaborer un argumentaire affermi qui insiste et met en lumière les nombreuses plus-values d'une CDESI (assistance à l'investissement, développement durable, inscription du tourisme sportif dans un plan de structuration territorial global, développement et diversification de l'offre touristique, développement sportif, épanouissement de la jeunesse, etc.). Pour maximiser les chances d'approbation et de réussite, il serait préférable de commencer par un projet pilote de développement de CDESI dans la région où les collectivités territoriales seraient les plus coopératives et qui manifesteraient de l'intérêt et de la bonne volonté pour cette ambitieuse initiative. À ce titre le découpage touristique du Maroc rural de la vision 2010 (voir illustration 1.1) qui scinde le pays en plusieurs pays d'accueil touristique (de nature) reste le plus approprié dans l'implantation d'une CDESI. Le développement de la première CDESI « pilote » pourrait être accompagné, dans un premier temps, par une équipe française ayant de l'expérience dans le pilotage du dispositif afin que cette dernière transmette son savoir-faire au niveau managérial. Ce qui est aussi intéressant, c'est que le dispositif du CDESI ne repose pas sur un modèle

invariable, mais doit, au contraire, s'adapter aux besoins et aux spécificités du département. Au gré de cette flexibilité, la conception d'une CDESI pourrait s'accorder aux besoins bien spécifiques du Maroc comme, par exemple, la priorisation du développement sportif et touristique de plein air ou, au niveau de la durabilité, la considération du risque d'acculturation et de folklorisation des coutumes berbères, etc. Par surcroît, la CDESI ne se concentre pas spécifiquement sur les nouveaux sports estivaux de montagne, mais considère les activités sportives de nature dans leur ensemble (sports à corde, sport nautique, sports à roues, sports de glisse, sports motorisés, sports aériens et randonnée dans toutes ces formes). Ainsi donc, la CDESI ne se borne pas seulement dans les zones montagnardes, mais peut aussi s'implanter dans une région côtière, dans une région campagnarde ou dans le désert. Au final, si le projet pilote d'implantation d'une CDESI, connaît un franc succès, cet avènement entrainera une très probable émulation des autres départements qui brigueront, à leur tour, le dispositif pour ses fonctions structurantes.

CONCLUSION

Certains pays du Sud comptent, en partie, sur le tourisme pour redresser leur situation économique lancinante. D'autres états, en revanche, fondent principalement leur stratégie de développement économique sur l'apport de l'industrie du voyage. Pour la plupart d'entre eux, l'effort de développement touristique s'axe vers le créneau qui leur semble le plus profitable. À ce titre, le tourisme balnéaire est, par excellence, le secteur le plus exploité. C'est vers le bord de mer (plages paradisiaques et eaux turquoises) que semble s'incliner l'intérêt de la clientèle occidentale et, du coup, la volonté de développement des grands voyagistes et des chaînes hôtelières internationales. Le tourisme des pays du Sud se raccorde, ainsi très fréquemment, au concept des 3S « Sea, Sand & Sun ». Un tel favoritisme expose les régions limitrophes à la mer à des phénomènes de surfréquentation qui, en atteignant le stade de déclin (Butler, 1980), subissent de graves détériorations environnementales et sociétales. En accordant plus d'intérêt aux régions côtières, d'autres territoires marginalisés, la montagne en l'occurrence, restent enclavées et demeurent en dehors des politiques de développement touristique. En effet, mis à part quelques cas isolés (le Népal, le Pérou, et le Sud des Andes), les régions montagnardes des autres pays du Sud, qui, d'ailleurs, ont le plus besoin d'un réel effort de structuration territoriale, n'accusent que très peu d'initiatives de développement touristique.

En Occident, en revanche, les montagnes estivales regagnent en popularité grâce à la prolifération d'une novation touristique moderne, ludique, en vogue et durable soit celle des nouveaux sports estivaux de nature. Encore aujourd'hui, les politiques touristiques des économies émergentes restent inattentives vis-à-vis de cette ressource ludospotive alors que ces pays ont tout le potentiel de concurrencer, de par leurs

atouts climatiques et topographiques, les pays du Nord dans ce domaine. C'est dans cette perspective que la présente recherche s'est intéressée au développement touristique des nouveaux sports estivaux de montagne dans les pays du Sud. Les motivations sur lesquelles s'établit le mémoire sont prisables puisque ce créneau touristicosportif « écologique » a le potentiel, d'apporter une diversification durable au portefeuille des produits touristiques des pays du sud centré sur le balnéaire, de drainer des nouvelles bases clientélistes et de revaloriser, de désenclaver et de dynamiser les régions montagneuses. Au travers le cas très représentatif du Maroc, cette étude a cherché, dans un premier temps, à prouver que les nouveaux sports de nature manifestent, en effet le potentiel de diversifier « durablement » l'offre touristique des pays du Sud. En second lieu, l'aspect structurant de ce créneau touristicosportif en tant que projet a été éprouvé au travers le procédé de l'analyse fonctionnelle de l'Agence française de l'ingénierie touristique (AFIT, 2002). Avant de proposer une solution pour la structuration et le développement de l'offre touristique des sports de nature au Maroc, l'étude a identifié les obstacles qui freinent leur développement relativement à leur dimension sportive et à leur dimension touristique.

Puisque ce sujet est très peu abordé dans la littérature, la recherche a emprunté une approche inductive. En procédant ainsi, l'objet étudié s'est construit progressivement à partir des résultats distillés de cette enquête. Pour appréhender le phénomène du tourisme sportif de nature dans les pays du Sud, des outils propres à la recherche qualitative ont été retenus à savoir : des entretiens semi-directifs dont les résultats ont fait l'objet d' une riche analyse documentaire.

Les principaux résultats et les faits saillants

L'objectif du chapitre 3 a été de justifier précisément pourquoi il est si opportun de choisir les nouveaux sports estivaux de montagne comme alternative touristique

durable au tourisme balnéaire. En somme, parmi la diversité des arrières pays, la montagne a été choisie d'une part, puisqu'elle a le démerite de se faire connaître comme un territoire déchu où toute initiative de développement serait la bienvenue et, de l'autre, puisque ses richesses naturelles et culturelles peuvent, en contrepartie, apporter beaucoup pour l'industrie du tourisme. Sans entrer en concurrence avec les autres formes alternatives de tourisme durable (communautaire, équitable, responsable, écotourisme, etc.), le tourisme sportif a été mis de l'avant dans une logique de complémentarité en vertu de l'apport ludique et récréatif qu'il engage dans l'attractivité touristique durable des régions de montagne. Parmi les deux alternatives de tourisme sportif de montagne (estivale et hivernale), les sports estivaux ont été retenus pour deux raisons. D'un côté, les pays du Sud ne disposent pas d'une saison froide assez établie pour le développement des activités sportives de neige, et de l'autre, l'exploitation des sports estivaux de montagne a le mérite d'être moins énergivore que celle des sports d'hiver. Finalement, parmi les quatre catégories de sports qui existent (ascétiques, mondains, motorisés et californiens), ceux sont les sports californiens communément appelés les « nouveaux sports », les « sports écologiques » ou les « sports de glisse » qui se démarquent par leur rentabilité touristique, leur modernité, leur conformité à la culture sportive contemporaine et leur durabilité.

Dans le chapitre 4, les enjeux des sports de nature et du tourisme sportif de nature ont été éprouvés au travers la grille de l'analyse fonctionnelle afin de justifier la pertinence de leur mise en projet touristique. La validité des sports de nature en tant que projet touristique a été, dans ce contexte, examiné par rapport aux fonctionnalités structurantes estimées par les pouvoirs étatiques à savoir : la fonction de levier financier, la fonction de développement et de diversification économique, la fonction de protection et de préservation de l'environnement, la fonction réseau, la fonction développement social et culturel, la fonction valorisation de l'image, la fonction loisir et tourisme et la fonction pédagogique. Si au gré de la littérature scientifique, ce

créneau touristique en Occident a le potentiel de combler l'ensemble de ces fonctionnalités structurantes, la fonction de levier financier fait défaut dans le cas du Maroc puisque ces sports (méconnus et teintés d'un imaginaire de risque et d'incertitude) ne parviennent pas encore à mobiliser des fonds d'investissement. Ironiquement, cette fonctionnalité s'avère être un qualificatif crucial puisque les politiques touristiques du Maroc privilégient, principalement, l'investissement privé comme outil de développement de projet.

Le chapitre 5 fait comprendre pourquoi le développement touristique des nouveaux sports de montagne est lacunaire au Maroc. Les obstacles se ramifient en deux catégories : les freins au développement des nouveaux sports et les freins au développement du tourisme de montagne. Chacune des composantes du sport de nature, du tourisme de montagne et du tourisme sportif de nature s'inscrit dans les tourments d'un cercle vicieux. Le cercle vicieux des nouveaux sports de nature s'amorce par le manque d'intérêt du ministère des Sports vis-à-vis de ce créneau sportif méconnu et désapprouvé pour ses caractéristiques libertaires, non compétitives et risquées. Les fédérations, les clubs et les associations sportives sous-financées se confrontent à des problèmes de marketing, de formation, d'acquisition de matériel et de savoir-faire technique et d'agencement de cadre juridique. Ne pouvant, ainsi, assurer la bonne expansion des sports qu'elles régissent, les fédérations peinent à inscrire ces activités dans la culture sportive du pays. Or, l'on ne peut prétendre à une mise en tourisme des nouveaux sports de nature si leur développement sportif n'a pas encore atteint sa pleine maturité. Par surcroît, le Maroc qui stagne dans l'amateurisme et dans le bricolage ne dégage pas une image assez forte pour mobiliser des fonds d'investissement privés ni du côté des promoteurs touristiques ni du côté des commanditaires. L'ensemble de ces aléas renforce le mépris et le désintérêt du ministère de tutelle envers les nouvelles activités de plein air.

Le manque d'intérêt des collectivités territoriales pour le loisir et le tourisme met en train le cercle vicieux du tourisme de montagne. Ce manque de volonté politique entraîne des complications administratives qui entravent le développement de projet touristique. Jumelées au manque d'infrastructures de base (médicales, hôtelières, routières, etc.), ces contraintes bureaucratiques découragent les promoteurs à entreprendre des projets de développement touristique. Le tourisme et le sport qui, dans ces circonstances, ne contribuent pas au développement territorial des montagnes ne stimulent pas plus l'intérêt des collectivités territoriales à leur égard.

Le cercle vicieux du développement du tourisme sportif de montagne est d'une part alimenté, par l'absence d'une offre résolue d'investisseurs touristiques et de l'autre par l'absence d'un cadre juridique qui règlemente ces nouvelles activités. L'Office National Marocain du Tourisme remet alors en question le potentiel de ce créneau à apporter une réelle plus-value et se tourne, dans cette perspective, vers d'autres niches touristiques telles que le golf et le tourisme d'affaire.

Le chapitre 6 apporte une solution pour le développement maîtrisé du tourisme sportif au Maroc. La concertation entre les différents acteurs sportifs et touristiques, du secteur privé et public est avancée comme une issue de développement du tourisme sportif de nature rapide et efficace pour trois raisons :

- (1) Le modèle du développement touristicosportif français doit son succès au travail collectif de l'ensemble des acteurs concernés par les sports de nature.
- (2) Les intervenants sportifs et touristiques, sondés dans le cadre de cette enquête, ordonnent le travail collégial comme remède aux maux de développement du tourisme et des sports de nature au Maroc.
- (3) La gouvernance est un facteur indispensable pour assurer le développement durable de tout projet touristique.

Dans cette perspective, le dispositif de Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires (CDESI), inspiré du modèle français, a la faculté de remettre à niveau la structuration et le développement de l'offre des sports de nature au Maroc. En effet, ce système rallie l'ensemble des acteurs sous le joug d'un conseil général afin de traduire leurs diverses ambitions en un intérêt commun. Le dispositif des CDESI se spécialise dans le développement durable des sports de nature et du développement du tourisme sportif de nature dans les territoires ruraux. Aussi, par la voix de l'union et de la concertation, la CDESI réussit à mobiliser les compétences de chaque partie prenante, d'optimiser leur rendement et leur savoir-faire et prêter, de ce fait, assistance au développement du mouvement sportif et du secteur récréotouristique. Grâce à l'élaboration de Plans Départementaux des Espaces Sites et Itinéraires (PDESI) qui contribuent au développement de schémas de développement durable, de développement urbanistique et rural ou dans la mise en place d'actions de développement social, la CDESI place les sports de nature au cœur du programme de structuration global du territoire. Cette action restitue l'estime qui revient aux sports de nature auprès des collectivités territoriales, du ministère du Tourisme et du ministère de la Jeunesse et des Sports. Somme toute, le dispositif de commission départementale agit, de façon ponctuelle, sur chaque palier des cercles vicieux du sport de nature et du tourisme de montagne et aussi de manière longitudinale puisqu'il convertit ces cercles vicieux en cercle vertueux favorisant, de la sorte, un développement florissant, accéléré et continu.

Les limites et les pistes de recherche

Le mémoire comporte, bien entendu, quelques limites. De prime à bord, compte-tenu du nombre important d'obstacles recensés dans le chapitre 5, ces derniers ont été analysés de façon réductrice et superficielle. Or, chacun de ces freins de développement découle de disciplines bien particulières (droit, administration, gestion, marketing, etc.) avec toutes leurs spécificités, leurs outils et leurs complexités. Dans

ce sens, l'analyse de chaque obstacle pourrait faire l'objet d'un chapitre à part entière. Pour les mêmes raisons, une seule solution agglomérante a été proposée – celle de l'instauration d'un dispositif de commission départementale dédié aux sports de nature. Chaque obstacle de développement aurait, pourtant, pu être traité isolément et plus en profondeur afin de lui convier une solution propre à sa nature. Il n'en reste pas moins que la CDESI est, tout de même, une solution raisonnée, puisque ce dispositif a, d'une part déjà fait ses preuves dans le succès du développement des sports de nature en France et, de l'autre, répond aux réclamations des intervenants marocains qui sollicitent la concertation et la gestion par gouvernance. Aussi, le chapitre 6 propose la CDESI comme solution au développement des sports de nature sans étudier les conditions de son implantation au Maroc. Le faire pourrait être l'objet d'une étude subséquente qui interrogerait les acteurs du milieu aux conditions favorables et défavorables à l'instauration du modèle, dans leur territoire.

Par surcroît, le présent mémoire considère globalement le développement touristique des sports de nature (secteur privé et public confondu). Cette approche est très réductrice du fait que chaque discipline sportive peut se soumettre à des obstacles propres à la nature de son exploitation. Ce particularisme attribué à chaque discipline se fait, d'ailleurs, ressentir dans les divers témoignages recueillis dans le cadre de cette enquête. Les obstacles les plus entendus aux dires du responsable du développement des sports du vol libre sont d'ordre politique et structurel (interdiction de pratiquer le parapente, confiscation du matériel, fermeture des sites de pratique, conflit avec la direction de l'air au niveau de l'attribution des autorisations, etc.). Ce qui freine l'intégration de l'activité rafting au sein de la fédération du canoë-kayak sont surtout des obstacles au niveau du savoir-faire technique requis pour l'exploitation de ce sport à risque. Pour le président de l'association du canyoning, l'absence du matériel requis pour l'équipement des sites et la pratique de ce sport au Maroc est une obstruction prépondérante qui freine la continuité de ses bonnes ambitions. De même, pour le secteur privé, la contrariété au développement des sports de nature est plus

d'ordre juridique et administratif tandis que le secteur public récrimine plutôt le manque de soutien financier et humain. À ce titre, le choix d'un sport en particulier aurait certainement permis de soulever d'autres obstacles bien spécifiques à la nature de son développement et de son exploitation.

Au final, il serait faux de prétendre que l'on puisse généraliser l'ensemble des résultats obtenus sur le cas des autres pays du Sud. Beaucoup d'obstacles au développement aboutissent à la difficulté de mobiliser des fonds d'investissement privés et causent, spécifiquement, préjudice pour le cas du Maroc qui s'appuie sur les promoteurs touristiques pour le développement de projet. Ceci ne s'applique pas, forcément, aux autres pays du Sud.

Ainsi, si cette recherche exploratoire aborde superficiellement les obstacles et les solutions de développement du tourisme des nouveaux sports de nature au Maroc, elle donne, de par cette incomplétude, accès à de nouvelles pistes de recherche. L'analyse en profondeur de chaque obstacle identifié, la quête de solutions particularisées à chacun de ces freins, l'étude de faisabilité de l'implémentation d'un dispositif de CDESI ailleurs qu'en France, etc. sont des thèmes qui peuvent faire l'objet de sujets de recherche pertinents pour le devenir des sports de nature et leur mise en tourisme dans les pays du Sud.

Une opportunité

Il faut retenir que les nouveaux sports de nature peuvent apporter beaucoup au tourisme des pays du Sud, ne serait-ce que par le rajeunissement et la mise à jour de l'image de la destination et par l'apport d'une diversification et polyvalence à son portefeuille des produits touristiques. Les pays du sud qui ne tablent pas encore sur ce créneau touristique ont tort, d'une part, puisqu'ils ont le potentiel climatique et topographique requis pour la pratique des nouvelles activités de plein air, mais n'en

profitent pas, et de l'autre, puisqu'ils se privent des diverses retombées économiques, socioculturelles, environnementales et territoriales qu'engendre la combinaison des sports de nature et du voyage. Les pays du Sud, où le tourisme sportif californien est vacillant, doivent, avant de prévoir son expansion touristique, comprendre qu'est-ce qui bloque son développement sportif. La touristification mécanique d'un loisir qui n'entre pas dans la culture sportive du pays sera réduite à de l'animation touristique ou sera même vouée à l'échec. Les autres pays qui, à l'instar du Maroc, basent leurs politiques de développement touristique sur l'investissement privé, se doivent de prêter aussi attention aux facteurs qui bloquent le démarchage auprès promoteurs touristiques. La gestion par concertation entre pouvoirs publics et privés et entre secteur sportif et touristique peut énormément jouer en faveur du développement et du développement durable du tourisme sportif de nature. Le développement en synergie permet d'optimiser l'usage et la mise à disposition du savoir-faire technique et des ressources financières. La connaissance mutuelle des parties prenantes des divers secteurs favorise, en effet, la collaboration, la recherche de complémentarité et oriente leurs ambitions divergentes vers l'objectif commun du développement maîtrisé des sports de nature et de leur mis en tourisme. À ce titre, le dispositif de la Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires est un outil très pertinent, mais non exclusif, pour l'atteinte de cette finalité. Mieux vaut tard que jamais, les pays du Sud auront, certes, beaucoup d'efforts à investir pour la commercialisation des sports de nature (car il faut assurer, au préalable, leur développement sportif), mais pourront bénéficier des doubles retombées de ce projet touristique structurant qui ressort de la combinaison de deux secteurs lucratifs : le sport et le tourisme.

ANNEXE

GUIDE D'ENTRETIEN

Premier volet du questionnaire
L'aspect structurant des sports de nature en tant que projet touristique

Questions d'ouverture et de mise en contexte

- Y a-t-il un besoin à amener de la nouveauté à l'offre touristique actuelle du Maroc ?
- Qu'attend le Maroc d'une initiative innovante en termes de produit touristique ?
- Peut-on considérer les nouveaux sports estivaux de montagne (deltaplane, parapente, canyoning, rafting, base jumping, etc.) comme un produit touristique structurant pour le Maroc (levier financier, valorisation de l'image, fonction environnementale, fonction touristique, etc.) ?
- Y a-t-il des avantages à mettre en tourisme ces nouvelles activités sportives (à rendre leur pratique plus formelle et à la commercialiser) ?

Questions sur la fonction de levier financier et de la diversification économique

- Quelles sont les potentialités de ce créneau touristique à créer de la valeur (de la richesse) ?

- Quelle serait la durée raisonnable pour rentabiliser cet investissement touristique ?
- Quelles sont vos attentes financières et économiques quant au développement de ces sports de nature ?
- Pensez-vous que ce créneau touristique puisse mobiliser des fonds provenant de l'état, des sponsors privés ou d'autres sources de financement ? Comment procéder à cette mobilisation de fond ? Qui sont les investisseurs potentiels pour ce type de projet ?
- Quelles sortes de retombées économiques directes et indirectes peut-on espérer par la mise en tourisme de ces nouveaux sports de nature ?

Questions sur la fonction de valorisation de l'image

- Comment ces nouvelles activités peuvent elles valoriser l'image des montagnes marocaines ?

Questions sur la fonction de protection de l'environnement

- Peut-on voir en ces nouveaux sports de montagne l'opportunité d'affermir les mesures de protection de l'environnement ?
- Peut-on espérer la mise en place de nouvelles réglementations contre l'usage illégal du territoire grâce à la mise en tourisme de ces sports de nature ?

Questions sur la fonction de réseau et de sur la fonction touristique

- Comment la mise en projet des sports de nature peut-elle, contribuer à la dynamisation et à la valorisation des ressources locales (renouveau de l'artisanat, nouveaux débouchés pour les producteurs locaux, etc.) ?
- Quel est le potentiel du tourisme sportif de montagne à accroître le flux des touristes dans la région d'Azilal ?

- Est-il possible d'allonger la saison touristique grâce au développement des nouveaux sports extrêmes ?
- Ces nouveaux sports extrêmes s'enlignent-ils avec les orientations stratégiques de la vision touristique 2020 ?

Second volet du questionnaire
Les risques, les obstacles et les solutions du développement
touristique des nouveaux sports de nature au Maroc

Questions générales

- Avez-vous d'autres préoccupations quant au développement des nouveaux sports estivaux dans les montagnes marocaines ?
- Quels facteurs pourraient engendrer des difficultés (ou même l'échec) à implanter cette nouvelle forme de tourisme ?
- Quels facteurs pourraient mener aux succès de l'implantation de ce tourisme ?
- Quelles seront les impacts, bons ou mauvais, de cette nouvelle forme de tourisme ?
- Comment amenuiser les impacts négatifs ?

Sous questions complémentaires

- Y'a-t-il des défis quant au recrutement du personnel ?
- Y'a-t-il des défis quant à la formation du personnel ?
- Y'a-t-il des obstacles au niveau de la commercialisation (comment les commercialiser et les rendre plus accessibles) ?
- Avec l'implantation de ces sports, doit-on craindre des perturbations dans les sociétés et les traditions ?

- Doit-on craindre des conflits d'usage du territoire entre pratiquants et locaux ou entre pratiquants de diverses disciplines ?
- Comment comptez vous trouvez les services de soutien appropriés (connaisseurs en météorologie, en aérologie, en réglementation, en localisation, validation et gestion des sites) ? Quelles contraintes peut-il y avoir à ce niveau-ci ?

Troisième volet du questionnaire
La structuration de l'offre touristique
des sports de nature au Maroc

- Comment les nouveaux sports se sont-ils développés et comment ont-ils évolués au Maroc ? Quelles ont été les principales phases de développement ?
- Quelles ont été vos tentatives pour socialiser ces nouvelles pratiques ? Lesquelles ont échouées et pourquoi ? Lesquelles ont porté fruits et comment ?
- Quelles sont les forces et les faiblesses du Maroc au niveau du développement et de l'exploitation des nouveaux sports estivaux en milieu naturel ?
- Quelles sont les menaces et opportunités (avantages concurrentiels) du Maroc au niveau du développement et de l'exploitation de ce créneau touristique ?
- Comment expliquez-vous, aujourd'hui, le retard du Maroc par rapport à d'autres pays (ex. la France) en termes de développement touristique des sports de nature ? Que proposez-vous pour rattraper ce retard ?
- Comment percevez-vous l'avenir pour ces nouveaux sports de nature au Maroc ?

- Hormis les fédérations dédiées à ces sports, quels autres acteurs nationaux et étrangers sont concernés par le bon développement des nouveaux sports extrêmes de montagne ?
- Comment se positionnent aujourd'hui ces acteurs par rapport à ce genre d'initiative ? Lesquels participent et appuient le développement de ces activités sportives ? Lesquels s'opposent ou s'opposeraient à ce genre d'initiative ? Pourquoi ?
- Que faut-il faire pour inciter ces acteurs influents, mais non intéressés à entreprendre le développement et la commercialisation des nouveaux sports de nature ?

RÉFÉRENCES

- AFIT – Agence française de l'ingénierie touristique (2002). Fonds publics et développement touristique : éléments de réflexion et de méthode sur la conduite de projets touristiques à effets structurants. Agence française de l'ingénierie touristique, Paris. Collection dossiers et documents de l'AFIT. 71 p.
- AFIT – Agence française de l'ingénierie touristique (2004). *Tourisme et loisirs sportifs de nature. Développement touristique des territoires et sports de nature : Guide de savoir-faire*. Paris. Jouve Sa.125 p.
- ALI-KNIGHT, J.M (2011). *The role of niche tourism product in destination development*. Sunderland. Published works. 166 p.
- ALTINAY, Levent et Alexandros, PARASKEVAS (2010). *Planinng research in hospitality and tourism*. Oxford. Édition : Elsevier. 247p.
- ANDRIANAMBININA, Djohary (2010). « L'écotourisme à Madagascar : solution ou mirage ? », p139-168. Dans *Tourisme durable dans les Suds ?*, sous la direction de Géraldine FROGER. Bruxelles. P.I.E Peter Lang. 316 p.
- ANTOINE, Jean-Marc et Johan, MILIAN (2011). *La ressource montagne : entre potentialités et contraintes*. Paris. L'Harmattan. 287 p.
- AUBEL, Olivier ; Brice, LEFÈVRE et Michel, DESBORDES (2008). *Méthode et pratique des études dans les organisations sportives*, 1^{ère} édition. Paris. Presse Universitaire de France. 274 p.
- BEAUCHARD, François (2004). Sports de nature. De quoi parle-t-on ? Paris. *Cahier espace*. No. 81, pp. 8-12
- BEDDIE, Paul et Simon HUDSON (2003). « Emergence of mountain-based adventure tourism » *Annals of Tourism Research*. Vol. 30, No 3, pp. 625-645.
- BELLAOUI, Ahmed (2003). Le tourisme dans le Haut Atlas de Marrakech : Une activité qui pour être durable, demande à être autrement organisée et réglementée. Marrakech. Faculté des lettres, [Brochure] émise par l'Université Cadi Ayyad. 13 p.
- BERRIANE, Mohamed (2003). À propos de la stratégie nationale de développement du tourisme rural : Le concept de Pays d'Accueil Touristique. [Brochure] émise par l'Université Cadi Ayyad. Marrakech. 6 p.

- BESSY, Olivier et Michel MOUTON (2004). Du plein air au sport de nature. Nouvelles pratiques, nouveaux enjeux. Paris. *Cahier Espaces*, No. 81, pp. 13-29
- BIT – Bureau international du travail (2011). *Outils sur la réduction de la pauvreté par le tourisme en zones rurales*. Bureau international du travail : Genève. 134p.
- BOUCHET, Patrick et Anne Marie, LEBRUN (2009). *Management du tourisme sportif. De la consommation à la commercialisation*. Rennes. Collection « des Sociétés ». 350 p.
- BOUHAOULA, Malek et Patrick BOUCHET (2009). « Tourisme sportif : un essai de définition socioéconomique », *Téoros*, Vol. 28, No. 2, pp.3-8.
- BOUJROUF, Saïd (1996). « La montagne dans la politique d'aménagement du territoire du Maroc ». *Revue de Géographie Alpine*. Vol. 84, No. 4, pp. 37-50.
- BOUJROUF, Saïd (2003). *Tourisme de montagne au Maroc : Enjeux de durabilité*. Marrakech. [Brochure] émise par l'Université Cadi Ayyad. Marrakech
- BOURDEAU, Philippe (1991). *La montagne d'été et les politiques touristiques*. Espace, été, Vol.25, pp. 64-70.
- BOURDEAU, Philippe (1995). Le tourisme sportif de nature. *Cahier du Ceramac-Comité national de Géographie*, Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand, pp. 73-88.
- BOURDEAU, Philippe (1998). *Des pratiques sportives et des valeurs renouvelées*. Rapport sur l'état des Alpes. (1), pp. 252-259.
- BOURDEAU, Philippe ; Pascal MAO et Jean CORNELOUP (2004). « Adventure Sports and Tourism in the French Mountains : Dynamics of Change and Challenges for Sustainable », p. 101-116. Dans *Sport Tourism : Interrelationships, Impacts and Issues*, sous la direction de Brent W. RITCHIE et Daryl ADAIR, Toronto. Channel View Publications, 302p.
- BOURDEAU, Philippe (2007). *Les sports d'hiver en mutation : crise ou révolution géoculturelle ?* Paris. Lavoisier. 252p.
- BOURSE, Loïc (2012). Programme d'activités 2009-2012. Tourisme et développement durable en méditerranée. Plan Bleu. Centre d'activités régionales PNUE/PAM. 39 p
- BOUZON, Artelle et Joëlle DEVILLARD (2009). *Conception de nouveaux produits en tourisme : Innovation et communication dans l'incertain*. EstudosemComunicacao no.6, pp.255-272.

- BRAMWELL, Bill (2003). *Mass Tourism, Diversification and Sustainability in Southern Europe's Coastal regions*. Channel View Publications. Clevedon. 357 p.
- BRITTON, Stephen (1980). The spatial organisation of tourism in a neo-colonial economy : A Fiji case study. *Pacific Viewpoint*. Vol. 21, pp, 144-165 cité dans Weaver (1998 :57)
- BRUNDTLAND, Gro Harlem (1987). « *Notre avenir à tous* ». Oslo. 432 p.
- BUCKLEY, Ralf (2010). *Adventure tourism management*. Amsterdam. Butterworth-Heinemann. 268p.
- BUTLER. W. Rob (1980). « *The concept of a tourist area cycle of evolution : implications for management of resources* », *Canadian Geographer*, No. XXIV. University of Western Ontario. 12p.
- CAF - Club Alpin Français. Fédération française des clubs alpins et de la montagne (2010). *Charte montagne*. 28 p.
- CAZES, Georges (1989). *Le tourisme International : Mirage ou stratégie d'avenir ?* Édition Hatier. Paris. 194p.
- CAZES, Georges (1992). *Tourisme et tiers monde : Un bilan controversé*. Harmattan. Paris. 207p.
- CERON, Jean-Paul ; Ghislain DUBOIS et Judith RAOUL-DUVAL (2002). *Le tourisme durable dans les destinations*. Pulim. Presse universitaire de Limoges. 169p.
- CHABERT, Delphine ; Virginie MELLOUX ; Karen DIMIER-VALLET et Dominique BAMBIER (2014). « Sport et loisirs de nature ». *Carnet de développement*. Auvergne nouveau monde. No. 4, 24p.
- CIRA – Commission Interacadémique de Recherche Alpine (2012). Les régions de montagne – une priorité pour dans un monde effréné et en Suisse. Fiche d'information no.2. Berne. SAB. 4 p.
- CIRFE – Centre Indien de Recherche, de Formation et d'Éducation sur la problématique de l'industrie du tourisme de masse, ses impacts et ses alternatives (Equations) (2006). Expansion du tourisme international et libérations des services. Sylleps. Bangalore. pp. 23-51.
- CLARIMONT, Sylvie et Vincent VLÈS (2009). « Le tourisme pyrénéen face au développement durable : une intégration partielle et hésitante ». *Revue de géographie alpine*. Vol. 97, No. 3.

- CLÉMENT, Olivier et Patrick MADEC (2006). « Un outil pour la construction d'indicateurs de développement durable : La méthode Delphi. Une expérience en aquaculture », *Natures Sciences Sociétés*. Vol. 14, pp. 297-302.
- COLLINS, F, Michael (1991). « The economics of sport and sports in the economy : some international comparaisons ». Dans *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, sous la direction de C.Cooper.London. BelhavenPress. Vol.3, pp 184-214.
- COLLINS, F, Michael et Guy A.M JACKSON (1999). « The Impact of Sport Tourism », p167-290 dans *Sport Tourism*, sous la direction de Joy STANDEVEN et Paul DE KNOP, Champaign. Human Kinetics. 367 p.
- COOPER, Chris et Colin Michael HALL (2011). *Le tourisme aujourd'hui : Une approche internationale*. DE Boeck. Bruxelles. 227 p.
- CORBEL, Jean-Claude (2012). *Management de projet : Fondamentaux, méthodes, Outils*. 3e édition. Paris. Eyrolles.
- CORNELOUP, Jean ; Malek BOUHAOUALA ; Cécile VACHÉE et Bastien SOULÉ. (2001). « Formes de développement et de positionnement touristique des espaces sportifs de nature ». *Loisir et société*, Vol. 24, No. 1, pp. 21-46.
- CORNELOUP, Jean et Philippe BOURDEAU (2004). « Les sports de nature. Entre pratiques libres, territoires, marchés et logiques institutionnelles », *Cahier espace*, No. 81, pp. 117-124.
- CORNELOUP, Jean (2005). « La place du marché dans le fonctionnement des loisirs sportifs de nature ». *Téoros*. Vol, 24, No. 1, pp55-61.
- COUDERT, Élisabeth (2008). *Tourisme littoral et insulaire : perspectives méditerranéennes*. ODIT France. Paris. 20p.
- DAIT – Direction des Aménagements et des Investissements Touristiques (2006). *Pays d'Accueil Touristique du Haut Atlas Central : Stratégie de développement et Plan d'action*. [Brochure] émise par la Direction des Aménagements et des Investissements Touristique. Rabat.
- DAVIDSON. Rob (1992). *Tourism in Europe*. London. Pitman. 188p.
- DEBARBIEUX, Bernard (1995). *Tourisme et montagne*. Paris. Édition Economica. 107p.
- DEBARBIEUX, Bernard (2001). « Les montagnes : représentations et constructions culturelles ». Dans *Les montagnes : discours et enjeux géographiques*. Sous la direction de VEYRET, Yvette. Paris. SEDES. 140 p.

- DEHOORNE, Olivier et Caroline TAFANI (2011). *Le tourisme dans les environnements littoraux et insulaires : permanences, limites et perspectives*. Études caribéennes. (En ligne). Consulté le 30 septembre 2014. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/5774>
- DELISE Marie Andrée et Louis JOLIN (2007). *Un autre tourisme est t-il possible ?* Sainte Foy. Presse de l'Université du Québec. 144 p.
- DEPREST, Florence (1997). *Enquête sur le tourisme de masse : L'écologie face au territoire*. Édition Belin. Paris. 207p.
- DE MYTTENAERE, Bernard et Emmanuel D'IETEREN (2009). « Le kayak en Wallonie : À la croisée des enjeux du développement touristique et de la protection de l'environnement. » *Téoros*. Vol. 28, No. 2, pp. 9-20.
- DER BRUYNE, Paul, Jacques HERMAN et Marc DE SHOUTHEETE (1984). *Dynamique de la recherche en sciences sociales*, Vendôme, P.U.F. 240 p.
- DESLAURIERS. Jean-Pierre (1991). *Recherche Qualitative : Guide pratique*. Édition McGraw-Hill. Montréal. 142 p
- DIENOT, Josy et Didier THEILLER (1999). *Les nouveaux loisirs sportifs en montagne : les aventuriers du quotidien*. Pau. MSHA. 175 p.
- DUHAMEL, Philippe et Rémy KNAFOU (2003). « Tourisme et littoral : intérêts et limites d'une mise en relation ». Armand Colin. *Annales de Géographie*. No, 629, pp. 47-67.
- DREYFUS-SIGNOLES, Catherine (2002). *L'espace touristique*. Rosny. Bréal éditions. 255p.
- DUHAMEL, Philippe et Philippe VIOLIER (2009). *Tourisme et littoral : un enjeu du monde*. Paris. Édition Belin. 182 p.
- ETPC2 – Énoncé des Politiques des Trois Conseils (2010). *Éthique de la recherche avec les êtres humains*. Ottawa. 234p.
- FELLAG. Djamel (2010). *La stratégie de diversification : tentative de clarification*. Nancy. Lycée Robert Schuman Metz. 5 p.
- FENNELL, A. David (2003). *Ecotourism*. 2e édition. London. Routledge. 236 p.
- FONTUGNE, Christian 2004. « Les sports de nature : un outil de structuration de l'offre touristique ». *Cahier espaces*. No.82,pp.15-19.
- FROGER, Géraldine (2010). « Tourisme et développement durable dans les pays du Sud : quels enjeux ? » p11-36. Dans *Tourisme Durable dans les Suds*, ?sous la direction de Géraldine FROGER. Bruxelles. Édition P.I.E Peter Lang. 316 p.

- FROGER, Géraldine, Mehdi MARZOUKI et Jérôme BALLETT (2010). « L'écotourisme dans les Suds : entre mythes et réalités ». p49-68. Dans *Tourisme Durable dans les Suds ?*, Sous la direction de Géraldine FROGER. Bruxelles. Édition P.I.E Peter Lang. 316 p.
- GAGNON. Yves-C (2012). *L'étude de cas comme méthode de recherche*. 2^e édition. Presses de l'Université du Québec. 123 p.
- GAZIER. François (1949). *Que Sais-je ? Les sports de la montagne*. Presse universitaires de France.
- GOUGUET, Jean-Jacques, Nathalie HENAFF et Pierre-Olaf SCHUT. (2007). *Les sports de nature. Diagnostic territorial et perspectives de développement*. Observatoire du sport en territoires limousins. 148p.
- GODDE, M. Pamela, Martin F PRICE et Friedrich M ZIMMERMANN (2000). *Tourism and development in mountain regions*. New York. CABI Publishing. 357p.
- GUBA, Egon. G et Yvonna S LINCOLN (1994). « Competingparadigms in qualitative research ». P105-117. Dans *Handbook of qualitative research*, sous la direction de Norman. K. Denzin&Yvonna. S. Lincoln. ThousandOaks, CA : Sage. 643 p.
- HAMMOUDI. Abdelhakim (2008). *Politique publique, stratégie des acteurs et qualité du tourisme sud-méditerranéen : apports de l'économie industrielle*. Paris : Édition de l'Agence française de développement
- HCP – Haut Commissariat au Plan du Royaume du Maroc. *Tourisme 2030. Quelles ambitions pour le Maroc ?* Rabat. 72 p.
- HILLAIRE. Dieter (1999). *L'innovation sportive : Entreprendre pour gagner*. Paris. L'Harmattan. 240 p.
- HILLALI, Mimoun (2003). *Le tourisme international vu du sud*. Sainte-Foy. Presse de l'Université du Québec. 228 p.
- JACOBS, Peter et Barry SADLER (1990). *Développement durable et évaluation environnementale perspectives de planification d'un avenir commun*. Conseil canadien de la recherche sur l'évaluation environnementale. 204 p.
- JONES, A. Russel (2000). *Méthodes de recherche en sciences humaines*. De Boeck & Larciens.a. Paris. 332 p.
- KAACH, Mohamed et Nabil ZEGHDOUD (2004). « L'analyse économique du sport au Maroc et en Algérie ». P133-146. Dans *Afrique Francophone et développement du sport : du mythe à la réalité ?*, sous la direction de Patrick BOUCHET et Mohammed, KAACHParis. L'harmathan. 353 p.

- KRAKIMEL, Jean Denis (2003). Impact du tourisme sur la biodiversité marine et côtière de la méditerranée. Nîmes. Édition du Centre d'Activités Régionales pour les Aires Spécialement Protégées. 106p.
- LANGENBACH, Marc (2006). *Le marché du tourisme sportif de nature dans les systèmes territoriaux des espaces touristiques et ruraux : l'exemple de l'Ardèche*. (Thèse de doctorat). Université de Grenoble. 417 p.
- LE BISSONNAIS, Jean (1997). *Conduite de projets : Le management des risques*. AFNOR. Paris. 48 p.
- LE GUEN, David (2001). *La création d'un espace montagne : une vision du développement locale durable axée sur le tourisme sportif*. (Mémoire de maîtrise). Université Évry val d'Essonne. 95 p.
- LESSARD-HÉBERT, Michelle Gabriel GOYETTE et Gérald BOUTIN (1995). *La recherche qualitative. Fondements et pratiques*. 2^e Édition. Montréal. EN - Éditions Nouvelles. 125 p.
- MAGNAN, Alexandre (2009). *Le tourisme littoral en Méditerranée : Tendances et perspectives face au changement climatique*. IDDRI. N4. 46p.
- MASSIERA, Bernard (2003). Le tourisme sportif en quête d'identité : La construction identitaire dans les organisations de tourisme sportif, entre idéologies sportives et matérialité professionnelle marchande. (Thèse de doctorat). Université de Nice. 289 p.
- MURAY, Philippe. La métamorphose par l'art. In Les hauts lieux, Revue Autrement, P. 78 cité dans DEPREST, Florence. (1997). Enquête sur le tourisme de masse : L'écologie face au territoire. Belin. Paris. 207p.
- MESPLIER Alain et Pierre BLOC-DURAFFOUR (2011). *Le tourisme dans le monde*. 8^e édition. Dijon-Quetigny. Bréal. 335 p.
- MESSAGER, Michel, Gérard RUIZ et Claude WARNET (2011). *Le poids économique social du tourisme*. Conseil National du Tourisme. 137p.
- MMTA – Ministère Marocain du tourisme et de l'artisanat (2010). *Vision stratégique de développement touristique « vision 2020 »*. Rabat. 42p.
- MEDDE – Ministère de l'Écologie, du Développement, durable et de l'Énergie (2014). *Le tourisme en quelques chiffres*. Récupérer le 10 février 2014 de <http://www.developpement-durable.gouv.fr/Le-tourisme-en-quelques-chiffres.html>
- MOUDOUD, Brahim (2003). Quelle durabilité pour le tourisme de montagne au Maroc ? Cas des expériences du Haut Atlas central et la région Souss –Massa-Draa. [Brochure] émise par l'Université Cadi Ayyad. Marrakech. 19 p.

- MOULOUD, Abdenour et Matouk BELATTAF (2010). *Évolution, formes et impacts de l'activité touristique : Pour un tourisme durable*. Bejaia. Laboratoire d'économie et de développement.
- MORGAN, Nigel et Annette PRITCHARD(2004). « Meeting the destination branding challenge ». p59-78. Dans *Destination Branding : creating the unique destination proposition*, sous la direction de Morgan NIGEL, Annette PRITCHARD et Roger PRIDE 2^{ème}ed. Elsevier. Cardiff. 314 p.
- MUSSON, Anne (2010). « Revue de littérature sur les indicateurs d'attractivité et de développement durable : Vers un indicateur d'attractivité durable », *Géographie, économie, société* 2. (Vol. 12), pp. 181-223.
- MOUNET, Jean-Pierre (2004). « Le développement durable des sports de nature en France et au Maroc : des activités au carrefour du sport, du tourisme et de l'environnement ». p161-172. Dans *Afrique Francophone et développement du sport : du mythe à la réalité ?*, sous la direction de Patrick BOUCHET et Mohammed KAACH. Paris. L'harmattan. 353 p.
- MOUNET, Jean-Pierre (2007). « Sports de nature, Développement durable et controverse environnementale ». *Natures Sciences Sociétés*. Vol. 15, pp.162-166.
- Nations Unies (2003). *Le sport au service du développement et de la paix : vers la réalisation des objectifs du millénaire pour le développement*. Genève. 40 p.
- ODIT France -Observation Développement et Ingénierie Touristique (2008). *Réussir son projet de développement touristique en espace rural. Questions clés et illustration par 17 portraits de territoires*. Paris. 144 p.
- OMT - Organisation Mondiale du Tourisme (2013). *Faits saillants OMT du tourisme*. Édition 2013. 16p.
- ONMT –Office national marocain du tourisme (2015). *Au contact avec la nature*. Consulté le 03 mars 2015 de :<http://www.visitmorocco.com/index.php/fre/J-aime-faire/Autres-sports/Au-contact-de-la-nature>
- ORAMS, Mark (2005). *Sport tourism and natural resource impacts*. Burlington. P248-259. Dans *Sport Tourism Destinations*, sous la direction de James HIGHAM. Oxford. Édition Elsevier. 300p.
- PIGEASSOU, Charles (2004). « Le tourisme sportif : une réalité sociale aux contours incertains ». p33-71. Dans *Le tourisme sportif*, sous la direction de Claude SOBRYS Paris. Presses universitaires du Septentrion. 384 p.
- PIQUEMAL, Pierre (2010). *Tourisme et développement durable : Le tourisme peut-il être un vecteur de développement et sous quelles formes ?* HEC Paris, Chair Social Business, Entreprise et Pauvreté. 23 p.

- PLOG. C Stanley., « Why destination areas rise and fall in popularity ? », Cornell HRA Quartely, vol.14, n3, 1979, pp. 13-16 cité dans DEPREST, Florence(1997).Enquête sur le tourisme de masse : L'écologie face au territoire. Belin. Paris. 207p.
- PNUE – Programme des Nations Unies pour l'environnement Division Technologie, Industrie et Économie) et OMT – Organisation Mondiale du Tourisme (2006). *Vers un tourisme plus durable : Guide à l'usage des décideurs*. Madrid. 225 p.
- POCIELLO, Christian (1981). *Sports et société. Approche socio-culturelle des pratiques*.Paris. Vigot. 377p.
- PRNSN – Pôle Ressources National Sport de Nature [s.d]. Sport de nature. Guide pratique PDESI / CDESI – 127p. www.sportsdenature.gouv.fr
- RAYNAL, Serge (1996). *Le management par projet*. Paris. Les éditions d'organisation. 263p.
- RITCHIE, J.R.B (1988). « Alternative approaches to teaching tourism ». Dans *the tourism Teaching into the 1990s*, sous la direction de David SIMMONS. Conference. Annals of Tourism Research. Elsevier.
- RITCHIE, Brent(2005). « Sport tourism. Small-scale sport event tourism : the changing dynamics of the New Zealand Masters Games. Burlington ».p157-170. Dans *Niche Tourism contemporary issues, trends and cases*, sous la direction de Marina NOVELLI. Amsterdam. Elsevier. 264p.
- REBIERE. Guillaume (2012). *L'attractivité touristique comme levier de dynamisation économique des territoires de montagne*. Rapport préparatoire à la 5^e biennale européenne de la montagne. Toscane. CCI Vosges. 18 p.
- ROBINSON, Mike et Marina NOVELLI (2005). « Niche tourism : an introduction. Burlington ». p1-14. Dans *Niche Tourism contemporary issues, trends and cases*, sous la direction de Marina NOVELLI Amsterdam. Édition Elsevier.264p
- SARLET, Marie (2008).*Tourisme alternatif : espace de valorisation des populations issues de l'immigration ?* Paris. L'harmattan. Pp 17-50.
- SCHEOU, Bernard (2014). Tourisme responsable / solidaire et développement local durable dans les pays du Sud. Pp. 5-9. Dans « *tourisme alternatif : outil de développement local durable et de lutte contre la pauvreté, au Nord comme au Sud* », sous la direction de Wallonie – Bruxelles International.be ; CTB Trade for development et Alter Voyage. [Compte rendu de colloque]. 31 p.
- SES – Secrétariat d'état aux Sports (France) 2010. *Guide pratique pour la mise en œuvre d'un schéma des équipements sportifs - Méthodes et outils*. Sous la direction de l'action territoriale. 90 p.

- SHEPHARD, Graham et Sarah EVANS (2005). "Adventure tourism. Hard decision, soft options and home for tea : adventure on the hoof". p201-212. Dans *Niche Tourism contemporary issues, trends and cases*, sous la direction de Marina NOVELLI Amsterdam. Elsevier. 264p.
- SMIT – Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (2003). Plan national de développement du tourisme rural. Stratégie P.AT. Rabat
- SMIT – Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (s.d). Annexe : détails du développement du produit touristique pour la région Tadla Azilal. Rabat.
- SMIT – Société Marocaine d'Ingénierie Touristique. Équipe du tourisme rural. Direction des aménagements et des investissements (2006). Pays d'Accueil Touristique du Haut Atlas Central : stratégie de développement et plan d'action. Rabat.
- SOBRY, Claude(2004). *Le tourisme sportif*. Paris. Presses universitaires du Septentrion. 384 p.
- SOLOMON, Ranjan (2006). « Tourisme dans les petits États insulaires en développement : quelle durabilité ? ». p. 215-231. Dans *Expansion du tourisme : gagnants et perdants : Points de vue du Sud*, sous la direction de Louvain LA-NEUVE. Sylleps. Paris. 236 p.
- STOFFEL, Markus, Michel MONBARON et Daniel MASELLI (2002). *Montagne et plaines : adversaires ou partenaires ? Exemple du Haut Atlas, Maroc*. Fribourg. Université de Fribourg. 32 p.
- The George Washington University School of Business, The Adventure Travel Trade Association et Xola Consulting 2010. « Adventure Tourism Market Report ».15 p.
- TOSUN, Cevat ; Timothy DALLEN etOzturk YUKSEL(2003). "Tourism Growth, National Development and Regional Inequality". *Channel View*.Clevedon. pp85-114.
- UNWTO – World Tourism Organization (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, p.11-12. Récupéré de <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>.
- VAN LIERDE, Nadège (2007). « Sports de nature : outils pratiques pour leur gestion ». Montpellier. L'atelier. *Cahiers techniques*. No. 80, 73 p.
- VEITH, Claude (2013). *Pourquoi investir dans le développement durable des montagnes ?* Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. 76 p.
- VELLAS. François (1996). *Le tourisme mondial*. Paris. ECONOMICA. 109 p

- VELLAS, François (2011). *L'impact indirect du tourisme : une analyse économique*. 3^e réunion des ministres du tourisme du T20. Paris. 19p.
- VU MAN, Chien (2007). *Tourisme croissance et intégration dans l'économie mondiale : Les apports du concept de développement durable*. (Thèse pour le Doctorat es-Sciences Economiques). Université de Toulon-Var. 322p.
- WEAVER. B. David (1998). *Ecotourism in the less developed world*. London. Cab International. 258p.
- ZERZOURI. Saïd (2006). *L'histoire du sport au Maroc*. Bruxelles. Presse de l'université Libre de Bruxelles. 23 p.

Webographie

- Groupe consultatif interagences en éthique de la recherche. [s.d]. *Dernière édition de l'énoncé des trois conseils : Éthique de la recherche avec des êtres humains*. Récupéré le 21 février 2014 de <http://www.ger.ethique.gc.ca/fra/policy-politique/initiatives/tcps2-eptc2/Default/>
- Legifrance : le service public de diffusion de droit (2015). LOI no 2000-627 du 6 juillet 2000 modifiant la loi no 84-610 du 16 juillet 1984 relative à l'organisation et à la promotion des activités physiques et sportives. Récupérée le 9 octobre 2015 de <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000765539&categorieLien=id>
- Ministère du Tourisme et de l'artisanat de la république tunisienne (2016). Vision stratégique 3+1. Récupéré le 4 janvier 2016 de <http://www.tourisme.gov.tn/realisations-et-perspectives/vision-strategique-3-1.html>
- MountainRiders (2007). <http://www.mountain-riders.org/>
- Bibliographie des chartes et initiatives environnementales. <http://www.mountain-riders.org/pdf/biblio-chartes-mr-2007.pdf> consulté le 12 janvier 2015.
- UNEP - United Nations Environment Programme environment for development. Tourism's Three Main Impact Areas. <http://www.unep.org/> consulté le : 16 juin 2015.
- <http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism/FactsandFiguresaboutTourism/ImpactsOfTourism/EnvironmentalImpacts/TourismsThreeMainImpactAreas/tabid/78776/Default.aspx>

SMIT – Société Marocaine d'Ingénierie Touristique [s.d]. *Nos services*. Récupéré le 26 octobre 2015 de <http://www.smit.gov.ma/nos-services-3/>

SMIT– Société Marocaine d'Ingénierie Touristique [s.d]. *Nos missions*. Récupérée le 08 octobre 2015 de <http://www.smit.gov.ma/la-smit/nos-missions>.

Communications personnelles

BRETONS, Vincent (2014). Président de l'agence de voyage d'aventure « évolution 2 », interrogé au bureau de son agence, le 3 septembre 2014, Marrakech : Maroc.

EL ALAOUI. B. El Mamoun (2014). Président de la Fédération Royale Marocaine de Canoë-Kayak, interrogé au bureau de la fédération, le 23 juillet 2014, Rabat : Maroc.

ISBECQUE, Jean (2015). Président de l'Association Marocaine de l'Escalade et de Canyonisme, interrogé à domicile, le 16 aout 2014, Casablanca : Maroc

NAITLHO. Mustapha (2014). Président de la Fédération Royale Marocaine du Ski et des Sports de Montagne, interrogé au bureau de la fédération, le 31 juillet 2014, Casablanca : Maroc.