

Tourisme alternatif et randonnée terrestre

Lionel LAPOMPE-PAIRONNE

Université de Nice

Doctorant en Géographie

Directeur : Jean-Christophe Gay

5^{ème} année

Mots-clés : Tourisme alternatif, Randonnée pédestre, Tourisme de randonnée, Tourisme d'aventure, Distinction.

Cette communication veut lier la pratique touristique de la randonnée pédestre et la notion, encore floue de « tourisme alternatif ». Dans les écrits en langue française, celle-ci est peu conceptualisée. En anglais en revanche (*Alternative tourism*), elle l'est un peu plus, mais pas systématiquement expliquée dans un cadre théorique.

Pratique distinctive, le tourisme alternatif est une pratique touristique qui projette sur certains lieux ou certains espaces touristiques un ensemble de valeurs, de représentations qui en font en théorie des lieux ou espaces non ou peu fréquentés par d'autres touristes. C'est justement grâce à son dépouillement et à sa simplicité apparentes que la randonnée pédestre est un modèle de tourisme alternatif. Fer de lance du tourisme d'aventure, elle permet, comme les voyageurs de ce secteur le promettent, d'« être « *loin des foules, là où personne ne va, à contre-espace* » (Passavant, 2001). Il est possible d'étudier le discours alternatif en analysant les brochures des tour-opérateurs spécialisés. Le slogan du tour-opérateur britannique Peregrine spécialiste des *treks* lointains un slogan est un exemple de choix : « Small group Adventures ».

Ce discours est également perceptible chez les touristes. La réflexion est ici fondée sur des entretiens de recherche menés dans différents refuges de montagne de la région Languedoc-Roussillon, ainsi qu'au refuge du Glacier Blanc (Hautes-Alpes). Ces touristes valorisent fortement la montagne, au détriment du littoral (proche dans le cas des entretiens effectués en Languedoc-Roussillon). Sans qu'il soit expressément nommé, c'est le « tourisme de masse » qui est attaqué, critiqué et mis à mal par une catégorie de touristes qui est loin d'être nouvelle, et dont D. Brooks a dressé une caricature jubilatoire. Le tourisme de randonnée, dont le succès ne se dément pas, répond à une logique de recherche d'expériences individuelles originales. Si son discours se veut militant en faveur d'un « autre » tourisme, et critique envers le modèle consumériste, la question de sa nature également consumériste d'espace est à poser. L'appropriation de la « nature », de l'« authenticité » et au final d'une partie de l'espace par une minorité qui plaide pour un « bon » comportement touristique est également l'enjeu de la recherche présentée ici.