

# Des expérimentations touristiques au service du territoire dans un contexte de transition

## Le cas du Diois

RÉFÉRENTES STRUCTURE :  
JULIKA JAROSCH & DELPHINE  
SEGALEN

ENCADRANTE UNIVERSITAIRE :  
MAUD HIRCZAK

PRÉSENTÉ PAR :  
CLOTHILDE BACHELERY,  
EMMA HOFSTETTER,  
OCÉANE THAREL



AJITeR



**CIPRA**  
VIVRE DANS  
LES ALPES

## REMERCIEMENTS

Nous tenons tout d'abord à remercier la CIPRA France pour cette commande très enrichissante qui nous a permis de découvrir, à travers nos recherches et les entretiens réalisés, le territoire du Diois. Merci à Delphine Segalen et Julika Jarosch, nos référentes, pour leur accompagnement et leurs conseils tout au long de ce travail.

Nous remercions également Maud Hirczak, notre encadrante universitaire, pour son suivi pédagogique, méthodologique et les nombreux conseils apportés lors de la réalisation de cette commande.

Nous remercions la Communauté des communes du Diois et plus précisément Marie-Laure Valla pour ses conseils.

Nous souhaitons aussi remercier l'ensemble des acteurs privés et publics que nous avons pu rencontrer (virtuellement) lors des entretiens. Merci pour le temps qu'ils ont bien voulu nous consacrer et leur intérêt quant à notre étude. Ces échanges représentent la base de notre analyse et ont été d'une grande richesse.

Un grand merci également à Pierre Antoine Landel qui nous a partagé son savoir autour du Diois, nous offrant ainsi une belle introduction au territoire.

Enfin, nous remercions l'ensemble des participants au séminaire sur l'économie verte, organisé par la CIPRA et la Communauté des communes du Diois, pour leur écoute lors de la présentation de notre travail.

# SOMMAIRE

Introduction - contexte du projet .....	1
I. Contexte territorial et touristique .....	5
I.I Présentation de la Communauté des communes du Diois .....	5
I.II Présentation du tourisme sur le territoire .....	7
I.III Un territoire d'accueil riche d'innovations.....	9
II. Méthodologie.....	12
II.I Organisation du travail .....	12
II.II Acteurs rencontrés .....	14
II.III Entretiens.....	17
III. Un tourisme ancré dans son territoire et riche d'innovations qui présente malgré tout des fragilités.....	19
III.I Un potentiel fort de structuration touristique autour de la nature et du bien-être grâce aux ressources et à l'offre touristique actuelle du territoire .	19
III.II Des expérimentations touristiques individuelles créant une cohérence sur le territoire.....	24
III.III Une structuration limitée et des freins au développement touristique ..	28
Conclusion.....	32
Bibliographie .....	36
Webographie .....	38

## Liste des tableaux, figures et annexes

<b>Tableau 1</b> : Acteurs publics interrogés .....	16
<b>Tableau 2</b> : Acteurs privées interrogés.....	16
<b>Tableau 3</b> : Les différentes typologies d'innovation dans le territoire du Diois .....	24
<b>Figure 1</b> : Carte du territoire du Diois.....	9
<b>Figure 2</b> : Schéma bibliographique .....	11
<b>Figure 3</b> : Rétroplanning du projet CIPRA.....	13
<b>Figure 4</b> : Le territoire du Diois vu par ses acteurs touristiques.....	20
<b>Figure 5</b> : Le tourisme du Diois vu par ses acteurs touristiques.....	21
<b>Figure 6</b> : Schéma du potentiel de développement d'une destination nature et bien-être. .....	23

## Listes des abréviations, sigles et acronymes

**ADT** : (Agence de Développement Touristique)

**AJITER** : (Accueil des Jeunes Adultes et de leurs Initiatives en Territoires Ruraux)

**AOC** : (Appellation d'Origine Contrôlées)

**APPN** : (Activités Physiques de Pleine Nature)

**CIPRA** : (Commission Internationale pour la Protection des Alpes)

**DDT** : (Direction Départementale des Territoires)

**GD TM** : (Gestion Durable des Territoires de Montagne)

**PIB** : (Produit Intérieur Brut)

**PAPAM** : (Plantes à Parfum Aromatiques et Médicinales)

**SCIC** : (Société Coopérative d'Intérêt Collectif)

**VAE** : (Vélos à Assistance Electrique)

**ZNIEFF** : (Zone Naturelle d'Intérêt Ecologique, Faunistique et Floristique)

## INTRODUCTION – CONTEXTE DU PROJET

Le tourisme est aujourd’hui, de façon globale, confronté à de nombreux enjeux qui induisent des incertitudes quant à la continuité de son modèle. En effet, le modèle actuel dit de “tourisme de masse”, tire son origine des évolutions sociétales du XXème siècle avec la mise en place en France des congés payés, l’évolution des transports ou encore de l’amélioration du niveau de vie. Il atteint ses limites par la standardisation de l’offre qu’il propose et la massification des pratiques qu’il engendre. Ainsi, malgré sa place de choix en matière de développement économique (troisième secteur économique mondial, soit 10% du PIB), et la liberté de déplacement ou encore à l’affranchissement des contraintes, le modèle est de plus en plus remis en cause. Les critiques sont nombreuses, qu’elles soient environnementales (impact carbone, pollutions etc.) ou sociales avec la généralisation de conflits, comme l’ont montré par exemple, les manifestations de la population locale en 2017 à Barcelone ou Venise, souffrant de la surfréquentation de leurs villes par les touristes (<https://www.capital.fr>). C’est dans ce contexte qu’une **transition touristique** apparaît comme incontournable et nécessaire dans un souci d’adaptation aux enjeux que connaît ce secteur. Ces derniers sont repris sous la forme d’un triptyque “climat, énergie et économie” (Bourdeau, 2015). Pour le premier, le tourisme apparaît alors à la fois comme bourreau et victime en étant, d’une part, tenu responsable de 8% des émissions de gaz à effet de serre dans le monde (Lenzen *et al.*, 2018), et d’autre part, confronté pour les territoires de montagne par exemple, à une raréfaction de la neige dans les stations (Bourdeau, 2015). Les enjeux sont aussi d’ordre énergétique avec une dépendance du secteur au carbone, mais également économique, avec une vulnérabilité et fragilité des modèles économiques où le tourisme est dominant. Ces grands enjeux sont aujourd’hui accentués par la période de crise liée à l’épidémie de la Covid-19 qui apparaît comme un véritable accélérateur de tendances.

Les années 2020 et 2021 seront ainsi marquées par cette crise ayant fortement impacté le secteur touristique aussi bien du point de vue de la mobilité avec, à l’échelle mondiale, l’arrêt presque total du trafic aérien dû à une chute d’activité de 60 à 80 % (Gombault *et al.*, 2020) et, plus localement en France, par les confinements et restrictions de déplacement autour de son domicile, bousculant ainsi considérablement la liberté de circuler et de fait, les pratiques de loisirs et de tourisme. Cette période a renforcé les interrogations liées à l’avenir du tourisme, à sa transition, aux formes qu’il pourrait prendre et aux différents enjeux que cela pourrait représenter pour les territoires, notamment ruraux et de montagne. Dans ce contexte et face aux observations de la saison estivale, le tourisme de proximité s’est fortement développé avec la redécouverte du territoire français par la population qui s’est traduit par une augmentation de 21% de la fréquentation des résidents dans les territoires ruraux et de montagne par rapport à l’année 2019 (INSEE, 2020). Cela représente une véritable opportunité, permettant ainsi aux territoires ruraux et de montagne de tirer leur épingle du jeu en promouvant la découverte et l’envie “d’arpenter son territoire comme un ailleurs” (Fuzier *et al.*, 2020). Les territoires de montagne en particulier ont battu cette année

des records de fréquentation, comme dans les Hautes-Alpes et ses 11,59 millions de nuitées (<http://www.veilleinfotourisme.fr>). Et finalement, cette crise peut être une réelle opportunité pour changer de modèle. Leurs aménités environnementales qui peuvent être définies comme “l’ensemble des bienfaits que procure la nature à l’Homme” (Urbanisme Bâti & Biodiversité, 2014) sont tout particulièrement reconnues et appréciées. Elles sont considérées comme : “une source d’agrément et donc d’attraction pour les touristes et les visiteurs d’un territoire donné, en fonction de ses caractéristiques spécifiques.” (Mollard *et al.*, 2014) mais également grâce à leur culture et patrimoine... Ces derniers pourraient alors “surfer” sur la nécessité de réinventer le tourisme, en s’opposant à un tourisme générique de masse, et s’engager ainsi dans une transition touristique. Cette transition peut être définie comme un “ensemble de processus, démarches et actions par lesquels les pratiques et politiques [touristiques] se transforment en cohérence avec les changements culturels, climatiques et énergétiques et économiques.” (Bourdeau, 2019). Cette transition est souvent associée à des formes plus douces et durables du tourisme comme le développement de modes de transport alternatifs et doux, de tourisme de proximité, d’activités de pleine nature, entre autres, et donc, avec un enjeu fort de renouveler et proposer une offre touristique en lien avec ces valeurs.

C’est dans ce contexte que s’appuie l’étude présentée ici. Celle-ci repose sur une commande portée par l’association Commission Internationale pour la Protection des Alpes (CIPRA) France. Elle vise à mener une réflexion sur la thématique du “Vivre et travailler au pays” à travers le secteur touristique et les différentes expérimentations présentes sur le territoire de la **Communauté des communes du Diois** et ce, face aux mutations que connaît le secteur. Cette demande s’inscrit dans le cadre du projet **AJITeR** visant à faciliter l’Accueil des Jeunes adultes et de leurs Initiatives dans les Territoires Ruraux<sup>1</sup>. Elle est également en lien avec un travail mené en parallèle par la CIPRA à l’échelle alpine sur l’économie verte, et en collaboration avec le Diois dans une démarche collaborative notamment de structuration et de développement touristique. La commande reposait donc sur l’objectif de « *contribuer à une meilleure compréhension des activités professionnelles touristiques qui s’inventent, se recomposent ou s’hybrident face à ces mutations* » et « *d’explorer et repérer les expériences innovantes et expérimentations conduites sur le territoire à la fois dans la sphère privée et publique* ». Le choix de ce territoire d’étude n’est pas anodin notamment par son histoire, sa démographie et sa “culture de l’innovation”. En effet, le Diois a depuis la fin du XX<sup>ème</sup> siècle, connu une importante phase d’immigration et un brassage de population (Cognard, 2006). Il est même considéré comme un vrai territoire d’accueil, “la notion d’accueil ayant même une certaine résonance historique” (Cognard, 2006). Ainsi, à partir des objectifs de la commande, des premiers éléments de recherche récoltés et du contexte dans lequel s’est déroulé ce travail, il a été choisi de traiter le sujet par l’angle suivant. Il semblait pertinent de s’intéresser

---

<sup>1</sup> Ce projet est porté par l’ADRETS, en partenariat avec CIPRA France, le CREFAD Auvergne, l’UFISC et le RECCA. Il bénéficie d’un financement du Fond européen agricole pour le développement rural (FEADER) et du Réseau Rural National.

aux liens entre les expérimentations présentes sur le territoire et le contexte de transition touristique. Il s'agissait donc de comprendre la forme du tourisme au sein de ce territoire, ses enjeux et leur rapport aux expérimentations, d'analyser la manière dont ces expérimentations s'inscrivaient dans l'offre touristique et de voir comment le territoire permettait, ou non, leur accompagnement et développement. C'est ainsi que la problématique suivante peut être formulée :

### **En quoi les expérimentations touristiques innovantes menées dans le Diois permettent au territoire de s'engager dans une transition touristique ?**

Les hypothèses de travail sont les suivantes :

Premièrement, le territoire possède un potentiel fort, à travers ses ressources et son offre touristique actuelle, ce qui lui permet d'avoir une véritable carte à jouer autour du bien-être et de la nature.

Deuxièmement, les nombreuses initiatives individuelles de nouveaux arrivants dans le Diois, par leur aspect innovant, créent une cohérence sur le territoire dans cette démarche liée à la nature et le bien-être.

Troisièmement, cela justifie la nécessité pour le territoire d'avoir une structuration touristique claire et partagée entre les différents acteurs, notamment face aux difficultés et problématiques auxquels il se voit aujourd'hui confronté (saison touristique, logement, mobilité...).

Pour répondre à cette problématique et, de manière plus globale, aux objectifs du projet, le groupe d'étudiantes a dans un premier temps mené une phase de travail exploratoire par un important travail bibliographique et ce sur différentes thématiques. D'une part, ne connaissant pas le territoire d'étude, il a d'abord été question de se documenter sur ce dernier afin de mieux le comprendre et l'analyser au regard des enjeux soulevés. D'autre part, et suite à ces lectures, des thématiques ont pu émerger et permettre de poursuivre le travail de recherche notamment sur l'accueil de néo-ruraux et les migrations d'agrément, l'installation de nouvelles activités, le tourisme (transition et innovation touristique). Suite à ce travail de recherche, la deuxième étape a consisté en la recherche de contacts d'acteurs touristiques locaux, à travers l'angle de "l'expérimentation" sur le territoire pour pouvoir réaliser des entretiens. S'en est alors suivi un travail méthodologique de réalisation d'enquêtes qualitatives. Une fois cette étape réalisée, le groupe a pu passer à l'analyse des entretiens et dégager trois thèmes majeurs permettant d'apporter quelques éléments de réponse.

Lors de la commande à la rentrée universitaire 2020, l'étude devait s'accompagner d'un important travail de terrain permettant à la fois aux étudiantes de découvrir et comprendre le territoire mais également de pouvoir rencontrer sur place les différents acteurs du tourisme. Ce terrain a été rendu impossible par le contexte lié à la pandémie de la Covid-19. Ainsi, une adaptation a dû être réalisée avec un nombre d'entretiens réduit et réalisés à

distance, et un travail bibliographique plus conséquent pour apporter des compléments aux acteurs et commanditaires.

Le travail ici présenté sera articulé de la manière suivante :

Tout d'abord, une première partie basée sur des recherches bibliographiques, de présentation territoriale, de diagnostic touristique et d'analyse entre les rapports de migration, de néo-ruraux et d'innovation dans un contexte de transition touristique sera présentée. Il sera question de mettre en relation ces trois thèmes par rapport au territoire du Diois, et de mieux comprendre leurs interactions et dynamiques.

Dans une deuxième partie, la méthodologie du travail sera détaillée à travers l'explicitation de l'organisation du travail, du choix des acteurs rencontrés, de la réalisation des entretiens semi-directifs.

Enfin, dans une troisième et dernière partie les résultats de cette enquête qualitative seront présentés à travers trois éléments de réponse que sont le contexte favorable au territoire ainsi que ses ressources pour la structuration et le renforcement d'une offre touristique basée sur la nature et le bien-être, la création d'une cohérence territoriale dans cette même démarche grâce à la venue de nouvelles personnes sur le territoire développant des expérimentations innovantes et enfin l'identification de limites et freins à cette structuration qui devient nécessaire.

## I. CONTEXTE TERRITORIAL ET TOURISTIQUE

Afin de mieux saisir le sujet et de connaître le territoire du Diois, un travail de recherche a été effectué notamment sur les caractéristiques géographiques, démographiques, économiques du territoire et ensuite sur la présentation du tourisme et la notion d'innovation. Le Diois est donc un territoire rural et montagnard attractif pour sa qualité de vie et ses paysages naturels remarquables avec deux principales activités économiques : l'agriculture et le tourisme.

### I.1 Présentation de la Communauté des communes du Diois

Situé dans le département de la Drôme, le Diois est un vaste territoire composé de 50 communes rurales et dont la superficie s'étend sur près de 1 200 km<sup>2</sup>. Délimité au nord par le massif du Vercors, au sud par les Baronnies et à l'est par le massif du Dévoluy, il s'agit d'un véritable territoire de montagne allant de 240 à 2 456 m d'altitude.

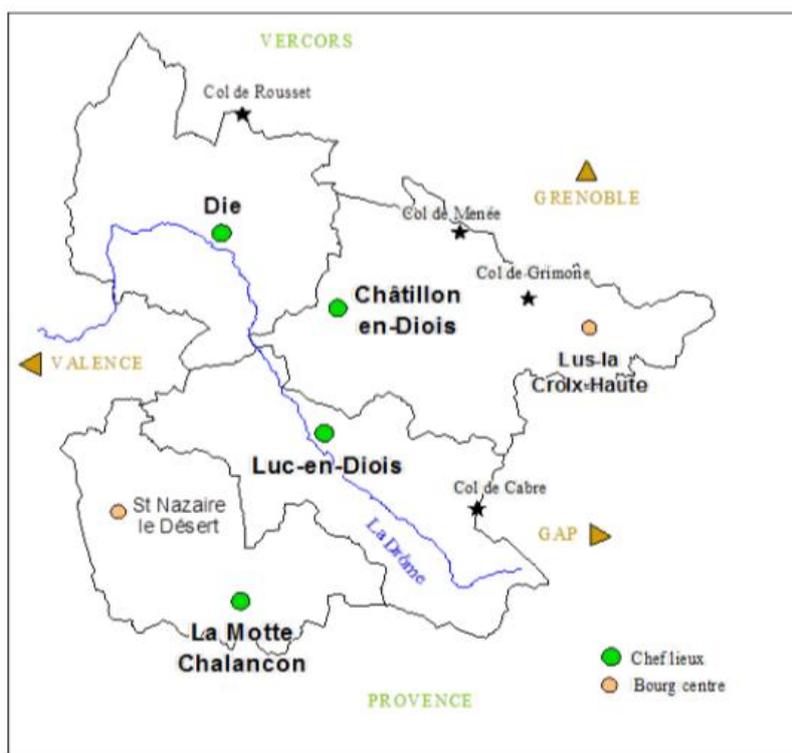


Figure 1: Carte du territoire du Diois. Source : Candidature programme LEADER Diois, 2014

Sa situation géographique, sous influence alpine mais aussi méditerranéenne, lui offre un caractère unique représenté par une palette de paysages très diversifiée entre rivières sauvages, falaises, alpages, forêts, montagnes, lavandes et vignobles. Ce mélange entre provence et montagne lui offre ainsi cette caractéristique de montagne méridionale (Cognard, 2006). Le Diois dispose en effet d'une vraie richesse naturelle et paysagère avec pas moins d'une dizaine de sites classés Natura 2000, un grand nombre de Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique, Faunistique et Floristique (ZNIEFF) mais aussi des espèces emblématiques (le Tétràs Lyre, le Vautour Fauve ou encore la Tulipe Sauvage) (PAEC Diois,

2014). De plus, la présence des deux parcs naturels régionaux, Vercors et Baronnies provençales, témoigne également d'un véritable atout patrimonial.

Un patrimoine qui se manifeste également dans l'agriculture, avec sa célèbre AOC Clairette de Die, les vins du Diois ou encore les cosmétiques au lait de chèvre où l'écologie et la préservation des ressources sont très importantes. Aussi, historiquement le Diois reste fortement lié à la pratique biologique qui a émergé dans la Drôme au début des années 1980 par la reconversion d'agriculteurs de souche, et par l'arrivée d'un petit groupe de familles d'origine hollandaise qui se sont installées dans le Diois pour y produire des plantes à parfum aromatiques et médicinales (PAPAM) de façon biologique (Tual, 2011). La démarche de Biovallée, dans laquelle le Diois est inscrit avec deux autres intercommunalités, en est d'ailleurs un bel exemple par la "recherche d'un équilibre entre préservation des ressources naturelles, satisfaction des besoins liés aux activités humaines et maintien des relations sociales, culturelles et économiques." (OT Dossier de presse, 2020). Toutes ces caractéristiques font du Diois une véritable destination de nature offrant une qualité de vie préservée, de plus en plus recherchée. D'autant qu'avec le changement climatique et la crise sanitaire actuelle, l'idée de "montagne refuge" est de plus en plus prégnante, et le Diois a un véritable potentiel pour l'arrivée de nouvelles personnes.

Pourtant, le Diois est caractérisé par une population à la fois vieillissante et de faible densité (9,5 hab/km<sup>2</sup>) avec environ 11 920 habitants inégalement répartis sur tout le territoire (INSEE, 2020). En comparaison, Le Diois a une population plus vieillissante que celle de la Vallée de la Drôme. Selon une étude réalisée par l'INSEE, en 2011 plus de 24 % des habitants avaient plus de 65 ans dans le Diois, contre 18 % dans la vallée de la Drôme. A contrario, la catégorie des 0-19 ans s'élevait à 21 % contre 26 % dans la Vallée de la Drôme (Mauray, 2011). La ville de Die représente un véritable pôle démographique car elle regroupe à elle seule 40% de la population dioise (LEADER, 2014). Toutefois, c'est une tendance qui semble progressivement s'atténuer avec l'arrivée de nouveaux habitants. En effet, entre 2007 et 2017, le territoire a connu une hausse d'environ 6,3% de sa population (INSEE, 2020). Cette croissance s'explique par l'arrivée de nouvelles personnes extérieures au territoire, attirées par la qualité de vie marquée par des paysages naturels et culturels remarquables.

Le territoire du Diois a connu différentes phases démographiques. Tout d'abord, durant une première phase de 1850 (époque du "plein rural" en France) à 1980, l'exode rural est très important, à l'image d'une grande majorité des territoires ruraux français. Puis, les années 1980 marquent une deuxième période, où la tendance s'inverse et une renaissance rurale voit le jour dans une grande partie du pays, avec l'arrivée de "néo-ruraux entrepreneurs" sur le territoire du Diois. Ces derniers, accompagnés d'une partie de la population locale, sont à l'origine de mutations sur le territoire avec pour exemple, la création et le développement de la filière des plantes aromatiques, médicinales et à parfum, ou encore l'émergence d'une approche agricole plus respectueuse de l'environnement poussant au développement

anticipé d'une agriculture biologique (Cognard, 2006). Aujourd'hui, le Diois semble plutôt dans une troisième phase, celle d'une fragmentation de sa population : de nouveaux habitants continuent de s'installer mais leurs profils sont plus variés, certains sont très diplômés, alors que d'autres sont en situation de précarité importante (Cognard, 2006).

L'activité économique du Diois est grandement liée aux richesses naturelles et culturelles du territoire, et repose principalement sur l'activité agricole et touristique. Le Diois est donc marqué par une forte saisonnalité influencée par ces deux activités très présentes. L'emploi y est peu stable avec une forte part de contrats à durée déterminée. A noter également que le taux de chômage est légèrement au-dessus de la moyenne nationale (LEADER, 2014), soit environ 12,9% en 2017 (INSEE, 2020). Les jeunes entre 15 et 24 ans sont par ailleurs les plus durement touchés par le chômage, et l'arrivée de néoruraux depuis les années 1980 semble accentuer cette tendance. Cela s'explique notamment par les difficultés qu'ils rencontrent à trouver un nouvel emploi sur le territoire. Ils sont alors souvent conduits à se réorienter professionnellement ou bien, ils peuvent aussi être amenés à se diriger vers la pluriactivité en exerçant un métier durant la saison touristique et une autre activité le reste de l'année (Tallon, 2016). Ce rythme de travail très marqué dans le Diois est donc la principale cause de précarité.

L'enjeu du territoire consiste donc à « dé-précariser » les emplois locaux mais également à en créer de nouveaux à travers de nouvelles formes d'emplois. D'autre part, il semble également nécessaire de développer des dispositifs d'accueil et d'insertion pour les nouveaux arrivants (LEADER, 2014). Ces derniers, souvent porteurs de projets, sont parfois amenés à créer leur propre activité. D'ailleurs, au regard du nombre de nouveaux établissements et entreprises dans le Diois depuis les années 2000, il est possible de dire qu'il s'agit d'un territoire dynamique en matière de création d'activités. Entre 2014 et 2019, le nombre d'établissements a connu une hausse de 32%. Pour les entreprises individuelles, c'est une hausse de 19,5% en 5 ans. A noter que les secteurs d'activités qui ont connu le plus de créations, sont les secteurs de l'économie de proximité essentiellement tournés vers la satisfaction des besoins de la population locale et touristique, tels que le commerce de proximité, le transport, les hébergements et la restauration (INSEE, 2020).

Ainsi, face à cette économie de type "publico-touristique" sur laquelle repose le territoire, (LEADER, 2014) il convient d'analyser de manière plus précise ce qu'est le tourisme dans le Diois.

## I.II Présentation du tourisme sur le territoire

Historiquement, le Diois a toujours été tourné vers les activités de pleine nature ; en été il est possible depuis très longtemps d'y pratiquer les activités de randonnée, d'escalade, ou de canyoning etc., et puis principalement des activités skiabiles l'hiver avec ses deux stations de

ski à Lus-La-Jarjatte et à Valdrôme. Néanmoins, jusque dans les années 2000, l'offre d'Activités Physiques de Pleine Nature (APPN) y est assez peu diversifiée et peu dense. Marqué par un tourisme de saison, le Diois a longtemps été une destination touristique assez discrète. Cela s'explique notamment par la prédominance des résidences secondaires sur le territoire, qui représentaient dans les années 2000 environ 37% du parc total de logements, ce qui est nettement supérieur à la moyenne départementale de 8% (DDT Drôme, 2012). La conséquence de cela est un tourisme de résidences secondaires, très discret, n'ayant que peu d'effet sur la dynamique locale du territoire. S'agissant principalement d'un tourisme de nature venant profiter de la beauté des paysages, l'impact économique a donc longtemps été limité. De plus, la forte proportion de résidences secondaires entraîne sur le territoire une vraie problématique de lits froids. Enfin, au niveau des hébergements marchands, le Diois a également été soumis à un manque dans l'offre d'hébergement touristique, limitée à 11 000 lits en 2008 (CDD du pays du Diois, 2011). Et la surreprésentation des campings a accentué par ailleurs une fréquentation plutôt estivale limitant de ce fait le tourisme hors saison. D'ailleurs, la fréquentation touristique à longtemps été considérée comme la plus faible du département (3,7% de la fréquentation départementale) (CDD du pays du Diois, 2011).

Aujourd'hui, le Diois connaît de réelles améliorations quant à son offre touristique, puisqu'il dispose désormais d'une offre d'activité très diversifiée avec la possibilité de pratiquer tous types de sports de nature tels que : du canoë, de l'escalade, de la via ferrata, du parapente, du canyoning, des randonnées aquatiques, de la spéléologie, des sports d'adresse, des parcours dans les arbres, ou encore du VTT, ou des activités d'hiver tels que le ski, des cascades de glace ou télémark etc. Comme dans de nombreux territoires de montagne, le Diois a donc su tirer bénéfice de ses atouts naturels et paysagers en développant une offre d'APPN particulièrement complète.

Par ailleurs, outre les activités de plein air, l'agriculture occupe également une place non négligeable en lien avec le tourisme avec une prédominance de l'agriculture biologique, des filières de qualité dans l'élevage, la viticulture ou encore les plantes médicinales, à parfum etc. Ainsi, l'agrotourisme se démarque également sur le territoire. D'ailleurs, la maison Jaillance est l'un des sites le plus touristique de la Communauté de communes avec plus de 100.000 visiteurs par an (CDD du pays du Diois, 2011). Différents festivals et fêtes participent également à combiner agriculture et tourisme et à valoriser les ressources du territoire, comme par exemple la semaine du Festival Arts et de la Vigne (semaine culturelle avec vins locaux mis à l'honneur), la fête de la Lavande, la fête des plantes rares et surtout la fête de la Transhumance. Cette dernière étant emblématique sur le territoire, a fait l'objet d'une étude en 2014 réalisée par l'ADT (Agence de Développement Touristique) de la Drôme en coopération avec l'opérateur Orange, ayant pour objectif d'évaluer sa fréquentation le temps d'un week-end grâce aux données mobiles récoltées. Ainsi, l'étude a montré que sur une durée de 2 journées consécutives c'est plus de 31 000 personnes qui se sont rendues à la fête de la Transhumance. Aussi, parmi la totalité de ces participants 39% étaient des habitants du

département et 28% des touristes Français. Cette fête semble donc être un événement attractif à la fois pour les résidents du département et les touristes en vacances sur le territoire. (Etude Orange et ADT de la Drôme, 2014)

Le Diois est donc aujourd'hui un territoire attractif pour sa qualité de vie, et compte environ 80 000 visiteurs chaque année. En 2019, ce ne sont pas moins de 580 000 nuitées qui ont été comptabilisées, soit 5% des nuitées touristiques de la Drôme. Ce territoire, qui est marqué par un tourisme de proximité, accueille chaque année environ 81% de touristes Français, dont la moitié sont des Rhônalpins en provenance, pour une grande partie, de la Drôme (ADT Drôme, 2019). Les séjours y sont généralement de courte durée puisque d'une nuit, bien que plus longs en période de vacances scolaires. Le Diois semble donc un territoire qui a de nombreux atouts dans le contexte actuel, la crise de la Covid-19 accentuant nettement la tendance au tourisme de proximité. De plus, les "destinations de nature" sont de plus en plus recherchées par les touristes qui souhaitent davantage s'éloigner des centres urbains pour se rapprocher de milieux plus naturels indispensables au bien-être.

Toutefois, le Diois semble soumis à quelques difficultés au niveau touristique, notamment face à la surreprésentation dans l'offre d'hébergement marchand qui entraîne une fréquentation touristique principalement estivale. L'été reste donc la saison qui attire le plus de visiteurs avec 45% de nuitées touristiques contre 32% pour la Drôme. L'hiver, la fréquentation est moindre avec 13% de nuitées (ADT Drôme, 2019). La répartition sur l'année est donc particulièrement saisonnière (plus que la moyenne départementale), impactant indéniablement le territoire au niveau des emplois et accentuant les problèmes de précarité déjà présents. De plus, le nombre important de résidences secondaires reste une problématique majeure sur le territoire puisque comme cela a été évoqué plus haut, elles représentent tout de même 33,8% du parc de logements (INSEE, 2020). Toutefois, même si le tourisme constitue une part importante en termes de revenu pour le territoire, cela ne permet pas toujours une redistribution de la richesse. La principale cause découle du fait que la plupart des produits touristiques proposés sont des activités non marchandes (sentiers de randonnées, sites d'escalade, canyoning, sites naturels, villages anciens, baignades, etc.) (CDD du pays du Diois, 2011). Tout ceci met alors en évidence le besoin d'aller plus loin dans la structuration de l'offre touristique, en l'adaptant de façon plus poussée aux enjeux actuels et aux nouvelles attentes des touristes, et de fait en participant au développement d'expérimentations nouvelles. Travailler sur l'élaboration d'une stratégie touristique partagée entre les acteurs sur le territoire est donc une nécessité.

### I.III Un territoire d'accueil riche d'innovations

L'installation de néo ruraux dans le Diois, anticipée par un phénomène de renouveau rural au cours des années 1980, occupe une place forte aussi bien dans l'histoire du territoire qu'en termes de mutations dans le champ touristique. Ces derniers, étant à l'origine d'initiatives individuelles ou collectives avec la population locale, ont participé à l'émergence de l'identité

du territoire orientée entre autres vers une agriculture de qualité et la filière des plantes aromatiques, médicinales et à parfum, aujourd'hui très reconnue (Tual, 2011) Ces néo-ruraux, qu'ils soient jeunes ou non, ont donc participé à la création de nouvelles activités dans le Diois. Ainsi, il semble intéressant de comprendre leurs motivations et d'analyser les différents profils de ces "néo ruraux entrepreneurs".

Selon Séverine Saleilles (2010), cette installation est très souvent liée à l'environnement et la recherche d'une meilleure qualité de vie. Aussi, il est parfois possible de parler de "migration d'agrément". Cette notion exprime une volonté des individus à se rapprocher non pas d'un lieu de travail, mais plutôt de loisirs suite à un séjour touristique sur le territoire sur lequel ils souhaitent s'installer (Martin, Bourdeau & Daller, 2012). Toutefois, certains d'entre eux peuvent aussi venir sur critères économiques, dans le but de créer leur propre activité en osmose avec leur choix et cadre de vie. Leur arrivée s'accompagne d'ailleurs très souvent d'une reconversion professionnelle dans le domaine du tourisme, créant de ce fait de nouvelles activités touristiques sur ces territoires. Ces nouveaux arrivants, ayant généralement une propension à entreprendre plus grande, sont souvent porteurs de projets innovants. Sur le territoire du Diois et, selon Françoise Cognard (2006), c'est le cas d'un profil de néo-ruraux d'origine citadine, assez aisés et très qualifiés. Aussi, un autre profil est dépeint, celui de jeunes parfois décrits comme "marginiaux" qui s'installeraient sur le territoire sans avoir d'emploi ou avec une logique d'auto-emploi ou bien en intégrant la pluriactivité dans leurs pratiques quotidiennes (Tallon, 2016). Ces deux profils assez distincts peuvent être porteurs d'expérimentations nouvelles sur le territoire comme cela à d'ailleurs pu être constaté auparavant dans le Diois. Ce constat pousse alors à se demander, comment dans un contexte de crises multiples et de transition touristique, ces nouveaux arrivants porteurs de projets, peuvent-ils être amenés à créer ou développer de l'innovation dans le domaine du tourisme sur le territoire ?

En reprenant tout d'abord la notion d'innovation, il peut être constaté que cette dernière renvoie à l'idée de nouveauté, de changement et d'amélioration. Appliquée au tourisme, elle prend différentes formes dont de nombreux écrits, de Schumpeter en 1935 à Hjalager ou Gomezelj Ormezel en 2016, ont d'ailleurs proposé des typologies. Les plus récentes se concentrent autour de l'innovation de produit ou de service, de procédé, de marketing, organisationnelle et institutionnelle (Falardeau, Bourdeau & Marcotte, 2018). Toutefois, ces typologies ne permettent pas de proposer une définition claire du concept qui reste encore relativement flou. Ainsi, de façon concrète, l'innovation touristique peut se positionner à différentes échelles et s'appliquer, aussi bien dans le secteur public que privé, que dans l'offre ou la demande. Elle pourra ainsi être d'ordres organisationnels, technologiques, sociaux, techniques etc. Elle peut aussi bien provenir du secteur en lui-même que des attentes des touristes comme le démontrent l'apparition de concepts tels que le woofing, les greeters etc. (Salvador & Jolibert, 2017). Très simplement, l'innovation touristique pourrait donc se traduire par le développement d'un premier site web pour un hôtelier (innovation

technologique), tout comme le lancement d'un nouveau plat par un restaurant pour s'adapter à un nouveau marché touristique (innovation de produit/service) ou encore de nouveaux modes de préparation de ces vacances par les touristes (innovation sociale) (Hall & Williams, 2008).

Les innovations ou expérimentations touristiques, aussi variées soient-elles, semblent également être particulièrement liées au territoire sur lequel elles se trouvent (Falardeau, Bourdeau & Marcotte, 2018). Ainsi, dans le Diois, il semblerait que les caractéristiques du territoire ayant poussé certaines personnes à venir s'y installer aient eu une influence non négligeable dans le processus de création de ces expérimentations. En effet, le territoire pourrait même apparaître comme véritable ressource pour la création de ces expérimentations, par ses ressources naturelles par exemple, où, les néo-ruraux entrepreneurs choisissent de développer leur structure en s'appuyant sur ces dernières. C'est le cas par exemple lorsque ces derniers se lancent dans les sports de nature ou encore la création de gîte avec l'utilisation de produits locaux et biologiques... Ainsi, l'innovation serait directement liée à la valorisation du territoire et de ses ressources.

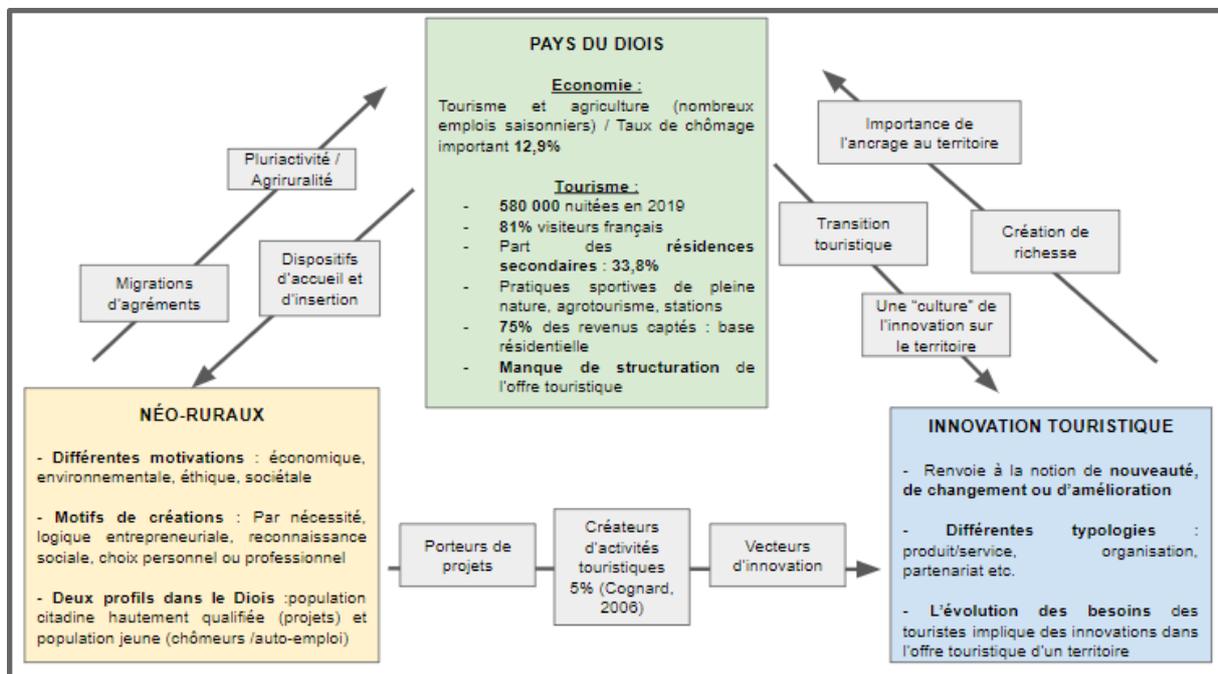


Figure 2 : Schéma bibliographique, 2020

Comme cela a été rappelé précédemment, l'agriculture et le tourisme sont les principales activités économiques du territoire. En effet, le Diois attire plus de 80 000 visiteurs par an avec une majorité de français et une offre touristique axée sur les APPN, l'agrotourisme et les stations. Ainsi, l'activité touristique participe à l'arrivée des néo-ruraux sur le territoire et permet ainsi de créer des activités touristiques et des expérimentations innovantes puisqu'ils sont généralement porteurs de projets innovants et créateurs d'activités touristiques. Enfin, les territoires de montagne ont souvent été considérés comme marginaux et donc éloignés de l'innovation. Or, l'histoire a montré qu'ils avaient au contraire de réels atouts et qu'ils avaient su s'adapter pour beaucoup aux contraintes extérieures (Attali, Dalmasso et Grabet-

Abisset, 2014), en développant notamment des stratégies basées sur leurs ressources spécifiques. Le Diois comme d'autres a su faire émerger et développer par exemple de nouvelles activités, et a aujourd'hui plus que jamais une "carte à jouer" pour répondre aux besoins des touristes en quête de bien-être, de détente et de rencontre avec la nature et l'émotion. (Figure 2)

## II. MÉTHODOLOGIE

### II.1 Organisation du travail

Tout au long de ce projet, le travail a été réparti entre les différentes étudiantes pour permettre une meilleure efficacité et un investissement partagé. D'un point de vue technique, les étudiantes ont eu recours à l'utilisation d'un outil numérique collaboratif, Google Doc, pour permettre un travail partagé offrant la possibilité de pouvoir consulter le travail réalisé par chacune. Une répartition des tâches a été pensée dès le début du projet avec le travail bibliographique puis à travers la prise de contact des acteurs, la conception des grilles d'entretien et la réalisation de ces derniers. L'outil Zoom ou encore Skype ont également été d'une grande aide, en ces temps particuliers, pour l'organisation et le suivi du travail à distance entre étudiantes, avec leur encadrante universitaire, la CIPRA et les différents acteurs interrogés lors des entretiens semi-directifs.

La réalisation de ce projet s'est appuyée sur une organisation en plusieurs phases :

#### → La phase exploratoire

Durant cette phase, les étudiantes ont tout d'abord pu échanger avec leur encadrante universitaire afin de parcourir la commande de la CIPRA et ainsi mettre en commun les quelques interrogations à éclaircir concernant le projet, lors de la première réunion de cadrage. Ce premier échange a aussi lancé le travail exploratoire bibliographique sur le territoire d'étude ainsi que sur les thématiques du tourisme, des porteurs de projet et des migrations d'agrément. Suite à cela, un premier contact a été pris avec la CIPRA pour convenir d'une date de réunion de lancement. Cette dernière a eu lieu le 12/10/2020 et a permis aux étudiantes de rencontrer (virtuellement) l'équipe de CIPRA France, représentée par Delphine Segalen, chargée de mission transition énergétique et chargée du suivi du projet et Julika Jarosch, chargée des relations internationales et de l'animation de réseau. Au cours de cette réunion, la CIPRA a pu présenter plus en détails les objectifs de la mission, clarifier les modalités de réalisation de l'étude et éclaircir certains détails pratiques. S'en est suivi un approfondissement du travail bibliographique sur les thèmes évoqués et des recherches supplémentaires afin de proposer un premier rendu de synthèse bibliographique début Novembre.

Cette phase s'est étalée du mois d'octobre à la mi-novembre 2020 et a ainsi permis aux étudiantes de s'imprégner de la mission grâce aux échanges avec la structure commanditaire et leur enseignante référente mais aussi grâce aux multiples recherches bibliographiques réalisées à la fois à l'échelle du territoire d'étude que des thématiques du projet.

→ La phase d'enquête

Durant cette phase, les étudiantes ont pu présenter à la CIPRA, lors de différentes réunions, le travail bibliographique réalisé. Ces échanges ont permis de faire valider les idées de réflexion et problématiques des étudiantes et de démarrer le travail de sélection d'acteurs touristiques à interroger ainsi que la conception des grilles d'entretiens. Au cours du mois de Novembre, la CIPRA, en partenariat avec la Communauté des communes du Diois, a conviée le groupe d'étudiantes à participer à un atelier sur l'économie verte dans le tourisme, qui réunissait de nombreux acteurs touristiques du territoire, afin de leur permettre de présenter leur projet et éventuellement, de récupérer des contacts pour les entretiens. Après une prise de contact avec les acteurs touristiques, les étudiantes ont organisé et réalisé 11 entretiens semi-directifs à distance, par téléphone ou outils de visioconférence. Cette phase s'est déroulée de la mi-novembre 2020 à début janvier 2021 et a représenté la phase de travail la plus conséquente. La situation et le contexte ont évidemment impacté les souhaits de réalisation d'entretiens qui étaient au départ fixés autour de 15, cet aspect sera développé plus loin.

→ La phase d'analyse et de rédaction

Durant cette dernière phase, les étudiantes ont mobilisé les matériaux issus des entretiens pour réaliser une analyse par la mise en place d'une méthodologie basée sur des grilles d'analyse de contenu afin de faire émerger les thématiques fortes et ainsi commencer la rédaction de la partie résultats de l'étude. Aussi, comme convenu avec la CIPRA et l'encadrante universitaire, un rendu intermédiaire a été proposé à la mi-janvier 2021 pour offrir un premier niveau de lecture à la structure et apporter de possibles modifications avant le rendu final de fin janvier et le 9 février 2021, date de soutenance de l'atelier. (Figure 3)

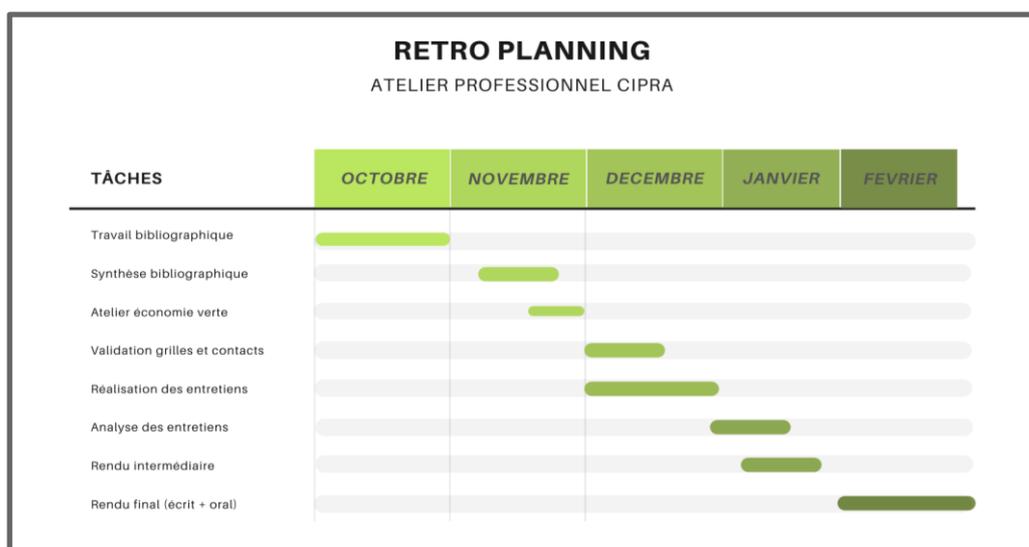


Figure 3 : Rétroplanning du projet CIPRA

## II.II Acteurs rencontrés

L'étude devant s'accompagner d'un travail de terrain afin de mieux comprendre le territoire du Diois, ainsi que les activités professionnelles et expérimentations dans le champ du tourisme, il était essentiel pour le groupe d'étudiantes de pouvoir rencontrer une diversité d'acteurs sur le territoire en lien avec la problématique. Pour ce faire, une liste de contact a été établie en différentes étapes.

### → Méthodes pour obtenir la liste de contacts

Tout d'abord, sous les conseils de l'encadrante universitaire, il a été possible d'obtenir un premier contact avec Monsieur Pierre-Antoine Landel, enseignant-chercheur à l'Université Grenoble Alpes, pour un échange plutôt « informel » autour du Diois, ses grandes évolutions à travers le temps ainsi que ses dynamiques actuelles dans le domaine touristique. Ayant de grandes connaissances sur le Diois puisqu'ancien directeur de l'intercommunalité et acteur dans divers projets sur le territoire, il était opportun de pouvoir échanger avec lui pour mieux appréhender le territoire. Cette rencontre par l'intermédiaire d'une visio-conférence en octobre 2020 en raison de la crise sanitaire, a donc été l'occasion de compléter les recherches bibliographiques déjà entreprises et d'obtenir les premières idées de contacts avec qui, il serait intéressant de pouvoir s'entretenir.

Suite à cette rencontre, le groupe d'étudiantes a complété cette liste grâce aux recherches personnelles par le biais d'internet, mais également grâce à la CIPRA auprès de laquelle Delphine Segalen et Julika Jarosch ont fourni quelques contacts de personnes à rencontrer. Menant également des entretiens sur le territoire dans le cadre de leur étude sur l'économie verte, elles disposaient donc de quelques coordonnées pouvant également avoir un intérêt dans le cadre de cette commande. Et puis, en conviant les étudiantes à l'atelier sur l'économie verte qui a eu lieu en distanciel le 24 novembre 2020, l'objectif était de pouvoir rencontrer une mixité de professionnels dans le domaine du tourisme sur le territoire, afin de venir compléter cette liste de contacts. Enfin, la Communauté des communes a également proposé aux étudiantes d'autres pistes de contact.

### → Elaboration de la liste de contacts

En parallèle, l'élaboration de la liste de personnes à rencontrer s'est effectuée sous la forme d'un tableau différenciant les acteurs privés et les acteurs publics. Il était en effet important de pouvoir faire cette distinction afin de repérer, d'une part, les expérimentations touristiques conduites sur le territoire par les acteurs privés et, d'autre part, le rôle et les dispositifs établis par les acteurs publics dans le champ touristique et au niveau de l'accueil des porteurs de projets. Le choix de cette séparation a été influencé par la commande de la CIPRA qui précisait l'objectif de repérer ces deux aspects. De plus, et d'une manière plus méthodologique, cela permet de diversifier les points de vue, entre témoignages d'expériences vécues au sein du territoire et données plus techniques et chiffrées.

La structuration de cette liste s'est ensuite faite au travers différentes thématiques. En effet, en se basant sur les recherches bibliographiques et grâce à la rencontre avec Pierre-Antoine Landel il a été possible d'identifier les principales caractéristiques du tourisme dans le Diois. S'agissant d'une destination de nature marquée par une diversité d'APPN, une agriculture de qualité et des activités de bien-être (ex. pratique du yoga, filière des plantes aromatiques et médicinales), il était pertinent pour les étudiantes de pouvoir s'entretenir avec des professionnels du tourisme exerçant leurs activités dans ces différents domaines. Ainsi, il était intéressant de pouvoir rencontrer à la fois des hébergeurs (centre d'accueil, gîtes etc.) proposant diverses activités en parallèle, des professionnels du sport (guide en montagne, parcs de loisirs, associations) ou encore des acteurs du secteur agricole avec des structures d'accueil à la ferme.

Puis, après une première phase d'entretien, cette première liste a été amenée à évoluer en intégrant également l'aspect événementiel (notamment avec la fête de la transhumance, emblématique sur le territoire), la place des stations de ski et la question de l'accueil des porteurs de projets.

Le choix du nombre d'acteurs s'est donc limité à 11 en raison des réponses favorables qu'il a été possible d'obtenir à la suite de la prise de contact et des disponibilités respectives des acteurs et des étudiantes dans un calendrier serré. Les professionnels ont été choisis selon deux éléments : d'une part, en fonction des différentes thématiques identifiées plus haut, et d'autre part, en fonction du fait qu'elles soient originaires ou bien installées récemment dans le Diois afin de comprendre les motivations de chacun. L'idée étant de pouvoir repérer et mieux comprendre les activités professionnelles et les expérimentations touristiques présentes dans le Diois.

→ Validation des contacts auprès de la CIPRA et la Communauté des communes

Une fois la liste de contact établie, celle-ci a été envoyée à la CIPRA afin que Delphine Segalen ainsi que Julika Jarosch puissent la valider. Cela leur permettait d'avoir un aperçu des acteurs auprès desquelles le groupe d'étudiantes souhaitait s'entretenir, et vérifier s'il n'y avait pas de redondance avec les professionnels que Delphine Segalen avait déjà rencontrés lors des entretiens dans le cadre de l'étude sur l'économie verte.

Après validation par la CIPRA cette liste a également été envoyée à la Communauté des communes du Diois pour validation. C'est alors que les étudiantes ont pu commencer à prendre contact par mail avec les premiers acteurs.

Les tableaux ci-dessous (Tableau n°1 et 2) présentent les différents acteurs, publics et privés, avec lesquels il a été possible de réaliser des entretiens.

Tableau n1 : Acteurs publics interrogés

<b>Institution</b>	<b>Année d'installation dans le Diois</b>	<b>Date et durée de l'entretien</b>
Office de tourisme	2017	14/12/2020 1 heure 38 min
Communauté des communes du Diois : Élu Tourisme	Originaire du Diois	14/12/2020 1 heure 38 min
Communauté des communes du Diois : Service économie	2008	05/01/2021 23 min
EPIC Stations de la Drôme	1984	06/01/2021 57 min
Théâtre de Die : Association Les Aires	2015	05/01/2021 51 min

Tableau n2 : Acteurs privées interrogés :

<b>Nom de la structure</b>	<b>Activité</b>	<b>Année d'installation dans le Diois</b>	<b>Date et durée de l'entretien</b>
Nouveau Monastère de Sainte Croix	Centre d'accueil international	1995	14/12/2020 1 heure 22 min
La Piarra	Gîte & Activités bien-être	2018	09/12/2020 1 heure 11 min
La Sauvagine	Gîte	Avril 2020 (période de confinement)	11/12/2020 1 heure 7 min
Traces d'avenir	Activités guidées en montagne	1995	08/12/2020 1 heure 13 min
Drôme aventure	Parc et base de loisirs	Originaire du Diois	15/12/2020 19 min
BE CYCLETTE	Balades thématiques en VAE	2015	22/12/2020 38 min

## II.III Entretiens

Le choix de réaliser une étude qualitative a été motivé par la demande de la CIPRA à travers la commande mais également par la nature même du projet. En effet, avec comme objectif de révéler les expérimentations touristiques sur le territoire du Diois aussi bien à l'échelle publique que privée, la réalisation d'entretiens semi-directifs était particulièrement adaptée afin de laisser une place importante à l'échange et à la discussion avec les acteurs touristiques.

La conception de l'étude, à travers la réalisation de grilles d'entretiens, a grandement été inspirée des éléments de contexte issus des recherches bibliographiques afin de proposer à la structure des grilles adaptées au projet et aux acteurs visés. Ainsi, deux types de grilles ont été proposés : l'un pour les acteurs publics et l'autre pour les acteurs privés. Ces grilles (Annexes 1 & 2) comportent des thèmes similaires que sont :

- Les questions personnelles : visant à mieux connaître l'acteur notamment son origine géographique et les raisons de sa présence sur le territoire.
- Le territoire du Diois : visant à obtenir des éléments de définition et représentation personnels du territoire.
- Le tourisme dans le Diois : même objectifs que le précédent avec l'idée de récolter un avis sur l'organisation et le développement de ce secteur sur le territoire.
- Le tourisme face au Covid-19 : visant à inscrire l'étude dans le contexte actuel et prendre en considération les éventuels leviers et freins d'une telle crise pour l'acteur.
- L'innovation dans le Diois : visant à obtenir des éléments personnels de définition et de représentation du territoire.

La grille des acteurs privés comportait en plus des thèmes spécifiques :

- La création et installation sur le territoire : visant à mieux saisir le processus et ressentis de création de projet et d'installation sur le territoire par l'acteur.
- L'activité / l'entreprise : visant à mieux comprendre la structure et déceler les facteurs d'innovation à travers les caractéristiques de la structure.

Un travail de relecture a été apporté par l'encadrante universitaire ainsi que par la CIPRA et une chargée de mission de la Communauté des communes du Diois pour ajuster au mieux les questions à poser aux différents acteurs. Le groupe d'étudiantes a alors pu prendre contact avec les acteurs touristiques et convenir d'entretiens de plus ou moins une heure et par téléphone ou visioconférence. Les entretiens étaient menés à tour de rôle par les étudiantes (questions et prise de notes), et retranscrits partiellement après coup, grâce à des enregistrements (autorisation demandée en amont de l'entretien). La retranscription partielle des entretiens (certains extraits) a permis aux étudiantes d'avoir une vision globale

de l'échange et ainsi mieux dégager les problématiques et thématiques soulevées pour étayer leur étude.

Enfin, dans la phase préparatoire à l'analyse des entretiens, le groupe d'étudiantes a procédé à la création de tableaux d'entretiens différenciant les acteurs privés et les acteurs publics. Cela permet de synthétiser sous la forme d'un tableau, l'ensemble des entretiens réalisés, en indiquant :

- Le codage : le numéro de l'entretien (1, 2, 3...11)
- Le nom de la structure, en différenciant les institutions, les hébergements et les professionnels du sport
- L'activité : s'il s'agit d'un gîte, d'un centre de loisir, d'un guide de haute montagne etc.
- L'année d'installation dans le Diois
- La date et la durée de l'entretien

Ceci donne plus facilement une vue d'ensemble sur les entretiens réalisés et facilite ainsi l'analyse.

Pour procéder à l'analyse des entretiens, trois grandes thématiques ont été identifiées :

- Spécificités et atouts du territoire en contexte de transition/covid-19
- L'innovation à l'échelle de l'expérimentation et du territoire
- Les fragilités et freins sur le territoire

En fonction de ces trois thèmes un important travail de relecture des transcriptions a été effectué en soulignant, selon un code couleur prédéfinie pour chaque thème, les phrases et passages correspondants.

Une fois ce travail réalisé, il a été possible de procéder à l'élaboration d'une grille d'analyse de contenu.

Celle-ci permet de mettre en lumière les traits majeurs du discours de chaque entretien et ainsi faciliter l'identification des résultats. Une fois le tableau rempli, les étudiantes se sont chargées d'effectuer une double analyse en effectuant :

- Une synthèse verticale : mettant en avant le résultat de chaque entretien de manière globale à l'ensemble des trois thématiques.
- Une synthèse horizontale : permettant de regrouper la perception de l'ensemble des professionnels interrogés pour un thème donné.

En faisant ce travail d'analyse, accompagné du travail bibliographique et de réflexion, les étudiantes ont ainsi pu identifier et faire émerger les résultats de cette étude.

### III. Un tourisme ancré dans son territoire et riche d'innovations qui présente malgré tout des fragilités...

La description et l'analyse des résultats issus des différents matériaux empiriques font l'objet de cette troisième partie. Celle-ci a pour but de répondre aux différentes hypothèses présentées dans l'introduction de cette étude qui seront traitées de manière distincte. Ainsi, elle permettra de mettre en lumière le potentiel touristique dont dispose le Diois autour d'une offre de bien-être et de nature, mais également autour des expérimentations qui participent à une vraie cohérence territoriale, avant de se pencher sur les différentes problématiques auxquelles le territoire semble confronté.

#### III.I Un potentiel fort de structuration touristique autour de la nature et du bien-être grâce aux ressources et à l'offre touristique actuelle du territoire

La première hypothèse de ce travail reposait sur le fait que le territoire du Diois, par ses ressources, et son offre touristique principalement axée autour de la nature et du bien-être, dispose d'un véritable atout et potentiel en matière de développement touristique et de structuration de son offre et tout particulièrement dans ce contexte de transition touristique et "d'effet Covid".

Ainsi, à travers les divers entretiens réalisés avec les acteurs touristiques publics et privés du territoire, il ressort que la nature représente l'élément central du tourisme dans le Diois. Il s'agit pour eux, d'un "*tourisme vert, de nature*" (Acteur public 1, 2020), basé sur les ressources naturelles et paysagères du territoire lui-même considéré comme "*naturel et préservé*" (Acteur public 4, 2021). Ces ressources permettent la pratique d'activités physiques de pleine nature : "*Le tourisme ici c'est la randonnée, la nature.*" (Acteur privé 8, 2020) mais également la découverte et l'observation de la faune et de la flore locale "*On a beaucoup de races d'oiseaux, quelques marmottes. On a vraiment un espace qui est très protégé.*" (Acteur privé 8, 2020). Ce cadre naturel est également propice à la relaxation et permet au territoire, grâce à une association avec son agriculture via la filière des plantes aromatiques et médicinales, de disposer d'une offre touristique de bien-être : "*Il y a le côté bien-être avec les massages, la production d'huiles essentielles, de crèmes...*" (Acteur public 1, 2020), "*Le bien-être est très développé dans le Diois.*" (Acteur privé 7, 2020). Ainsi, certains touristes viennent précisément y chercher cette offre : "*Le tourisme ici c'est aussi les activités de bien-être. [...] nous on en a qui viennent principalement pratiquer des activités de yoga et de bien-être.*" (Acteur privé 8, 2020), "*qui recherchent le côté nature et le calme surtout.*" (Acteur privé 9, 2020).

Aussi, les traditions et pratiques du territoire autour de l'agriculture biologique lui permettent aujourd'hui de bénéficier d'un tourisme agricole s'articulant notamment autour de visites d'exploitations (Vignobles, caves, distilleries...), et valorisant la qualité des ressources cultivées : "*C'est un territoire avec différentes pratiques au niveau de l'agriculture qui est très*

*diversifiée, ça représente des atouts pour accueillir une clientèle touristique.” (Acteur public 4, 2021) ou encore, “Il y a un terroir et territoire riche à faire valoir” (Acteur public 5, 2021). Il y a en effet un constat d’un véritable intérêt général pour cette thématique avec “une appétence pour la consommation locale et bio [qui] a également éveillé l’intérêt pour le tourisme de découverte de l’agriculture vivrière.” (Fuzier et al., 2020). Certains acteurs touristiques constatent d’ailleurs une véritable demande de la part de la clientèle : “Les touristes demandent à visiter des domaines avec dégustation. [...] Et de manière générale tout ce qui est lié aux producteurs locaux [...] ça les gens veulent le voir et le toucher.” (Acteur public 1, 2020).*

Ainsi, ce tourisme de nature, au travers des activités sportives, de bien-être ou encore de la découverte et dégustation des produits locaux, est intimement lié à au territoire car il repose sur ses caractéristiques et ressources ce qui en fait un tourisme spécifique et non délocalisable, soit un véritable atout pour le Diois. Le tourisme présente donc un fort ancrage territorial à travers son offre. Aussi, bien qu’il ne se limite pas qu’aux secteurs de la nature (au sens large) et du bien-être, ces derniers restent les plus importants. Cela peut d’ailleurs s’observer grâce aux entretiens menés auprès des acteurs touristiques qui s’accordent à utiliser les mêmes notions pour décrire à la fois le territoire et son tourisme. Ainsi, les nuages de mots ci-dessous<sup>2</sup> (Figure 4 et 5), montrent que la notion de “nature” se retrouve à la fois dans la caractérisation du territoire du Diois et de son tourisme, et ce pour une grande majorité d’acteurs. Elle est d’ailleurs citée par 7 acteurs sur les 11 interrogés au total.



Figure 4 : Le territoire du Diois vu par ses acteurs touristiques, 2020

<sup>2</sup> Pour réaliser ces nuages de mots, les différentes réponses des acteurs aux questions “Comment définiriez-vous le territoire du Diois en 3 mots ?” et “Comment définiriez-vous le tourisme dans le Diois en 3 mots ?” ont été inscrites sur le site internet *Wordart*. Si plusieurs réponses étaient similaires, le site permettait de faire apparaître le/les mots en taille plus importante (comme ici avec “Nature”). Aussi, les différentes couleurs ont permis de catégoriser les réponses sous forme de “famille” comme par exemple en vert pour les notions en rapport avec la nature, orange pour les APPN etc.

Cela s’observe également pour la notion de “bien-être” qui apparaît à la fois dans la caractérisation du territoire et du tourisme mais de manière moins importante que la nature. Cela permet donc de confirmer la place importante de ces deux secteurs dans le tourisme du Diois.

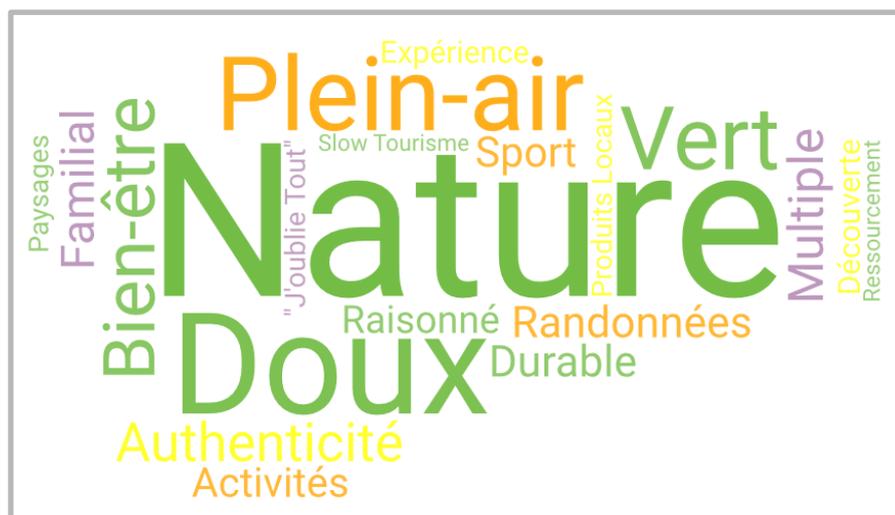


Figure 5 : Le tourisme du Diois vu par ses acteurs touristiques, 2020

Aussi, selon ses acteurs, le tourisme dans le Diois semblerait représenter une véritable “expérience” pour la clientèle touristique, une “découverte” grâce à une immersion dans le territoire : *“C’est un tourisme de découverte et d’activités.”* (Acteur public 2, 2020). *“Les gens viennent là pour vivre une vraie expérience.”* (Acteur public 4, 2021). Il a aussi été fortement souligné que ce tourisme est à l’opposé du tourisme de masse : *“Ce n’est surtout pas un tourisme de masse et de parc d’attraction.”* (Acteur public 4, 2021), *“Il s’agit d’un tourisme multiple mais pas de masse, [...] plutôt familial, ce n’est pas un tourisme de consommation.”* (Acteur privé 9, 2020), *“Ici ce n’est pas un parc d’attraction.”* (Acteur privé 11, 2020). Cette caractéristique est souvent associée aux valeurs que dégagent le territoire, par sa population, son histoire : *“C’est un territoire de militants, de gens qui vont au bout de leurs idées, courageusement.”* (Acteur privé 7, 2020). *“C’est un territoire qui a beaucoup de conviction pour éviter un mode du tout consommation.”* (Acteur privé 8, 2020). Ces valeurs semblent ainsi attirer une clientèle touristique qui partagent ces valeurs ou du moins qui s’y intéressent : *“Il existe pleins d’alternatives sur le territoire et par ce biais là il draine un public varié.”* (Acteur privé 8, 2020). Ainsi, le territoire du Diois par ses valeurs et son offre touristique tend à s’orienter vers un tourisme “doux” et “raisonné” : *“[...] L’idée d’un tourisme durable qui se retrouve dans beaucoup d’activités.”* (Acteur public 1, 2020). Le tourisme semble donc renvoyer en interne, par la vision des différents acteurs touristiques, une image relativement commune et cohérente.

Le territoire du Diois présente donc bien un fort potentiel de développement d’une véritable destination nature et bien-être grâce à une filière déjà présente et relativement complète qui comprend le cadre naturel (faune, flore) et paysager du territoire, une offre d’activités physiques et de loisirs de pleine nature, d’activités de bien-être, de soins grâce à la production

de plantes aromatiques et médicinales et enfin de produits alimentaires biologiques et locaux car comme le rappelle Atout-France (2016), : “L’offre bien-être se traduit également dans l’assiette avec une cuisine de qualité, à base de produits frais et locaux qui répond à l’engouement actuel pour la gastronomie.”(<http://www.atout-france.fr>).

Le développement et la structuration de cette offre touristique sur le territoire serait particulièrement pertinente et cohérente au vu du contexte de transition touristique, par la nécessité de passer d’un modèle de tourisme de masse à un tourisme plus doux et local, ainsi que du contexte “d’effet Covid”. Ce contexte de crise apparaît comme un accélérateur de tendances notamment concernant les questions de changement des pratiques touristiques dans une démarche plus “éco-responsable”. En effet, selon une étude réalisée par le géant de la réservation en ligne Booking, 87% des voyageurs souhaiteraient voyager de façon plus durable (<https://veilletourisme.ca>). L’une de ces pratiques qui s’est vue fortement impactée par la “coronacrise” est celle du tourisme de proximité. Il s’agit là du premier point représentant un enjeu pour le territoire du Diois. En effet, les acteurs touristiques ont pu en constater les effets sur le territoire notamment lors de la saison estivale 2020. Ces derniers s’accordent à dire qu’il existe un enjeu non négligeable pour le Diois notamment grâce à la fréquentation exceptionnelle qu’il a pu connaître et plus précisément par l’origine de la clientèle qui était majoritairement de proximité :

*« Les citadins sont venus nous envahir durant le Covid, ils se sont aperçus qu’ils avaient un territoire voisin pas mal »* (Acteur public 2, 2020)

*“Avec la Covid les gens ont privilégié le tourisme de proximité donc le territoire peut avoir sa carte à jouer sur ça.”* (Acteur privé 8, 2020)

*“C’est un territoire qui peut attirer plus de Français et la période de covid a favorisée ce tourisme de proximité.”* (Acteur privé 11, 2020).

Le constat d’une fréquentation importante de la clientèle de proximité sur l’été 2020 semble donc être unanime et s’inscrit dans une observation et tendance plus globale à travers les territoires ruraux et de montagne français avec +21% de fréquentation de résidents par rapport à 2019 (INSEE, 2020). Ainsi on retrouve aussi cet élément dans la littérature avec des auteurs qui considèrent le tourisme de proximité comme un véritable atout pour ces territoires et une leçon à tirer de ces crises : “Il faut privilégier les clientèles locales et régionales...” (Bourdeau, 2020).

Le second point représentant un enjeu au vue du contexte est la notion de ressourcement, de recherche de nature : *“C’est une tendance qu’on retrouve avec le confinement, les gens ont vraiment envie de se ressourcer et voir d’autres modes de vies et d’autres paysages. Avec le Covid on voit que, malgré les restrictions, des personnes viennent quand même à la découverte des milieux et c’est sur ça qu’il faut se tourner.”* (Acteur public 4, 2021). Un autre acteur ajoute : *“L’effet Covid, [c’est l’] envie de grande nature, de renouer avec la nature à travers l’effort. [...] Ça a marché très très fort cet été cette activité de randonnées avec les ânes. La Covid vient*

renforcer cette idée.” (Acteur privé 7, 2020). Ces observations sont encore une fois partagées et retrouvées dans la littérature avec un potentiel fort autour des destinations alliant bien-être et nature : “L’alliance entre santé et environnement a progressé dans les esprits au cours du confinement. C’est un nouvel âge qui s’ouvre pour le tourisme de bien-être.” (Oudghiri, 2020). Le secteur connaît d’ailleurs une croissance importante de +6,5% par an depuis 2015 soit une progression deux fois plus rapide que le tourisme traditionnel (<http://www.atout-france.fr>).

A travers ces crises il ressortirait donc la possibilité d’agir pour le développement et la structuration du tourisme dans le territoire du Diois qui se trouve aujourd’hui à une période charnière : “Très bon moment pour s’interroger sur l’avenir et la stratégie touristique et pouvoir faire des essais. Il y a une opportunité d’expérimentations de réponse à quel tourisme et quels touristes on veut sur le territoire ?” (Acteur privé 7, 2020). Les acteurs interrogés semblent encore une fois s’accorder quant à l’angle stratégique à choisir et qui s’articule autour du tourisme de proximité, de nature et bien-être : “La carte à jouer c’est la proximité voilà !” (Acteur public 2, 2020), “La crise témoigne d’un rapport à la nature modifié, donc le territoire du Diois a pour vertu de proposer des possibilités de renouer avec la nature. Les territoires comme ça ont bien une carte à jouer.” (Acteur privé 9, 2020). “C’est un territoire de nature et qui est à proximité des centres urbains qui sont massivement assaillis par les gens qui souhaitent de la nature et des activités de plein air que ce soit en été ou en hiver. [...] Donc les territoires ont tout à jouer dans l’accueil touristique et rattraper les points noirs” (Acteur privé 10, 2020). Le choix du territoire de déterminer un positionnement et une structuration touristique pourrait donc, au vu des représentations des divers acteurs touristiques, se porter sur le développement d’une destination nature bien-être dans une démarche globale de tourisme durable qui semble plus qu’opportune et cohérente dans un contexte de transition et de crises (Figure 6) : « Le choix d’un positionnement affirmé de tourisme lent, permettant de prendre le temps de découvrir les paysages, de profiter de la culture locale, de l’authenticité de l’offre, semble porteur d’avenir. (Gombault et al., 2020).

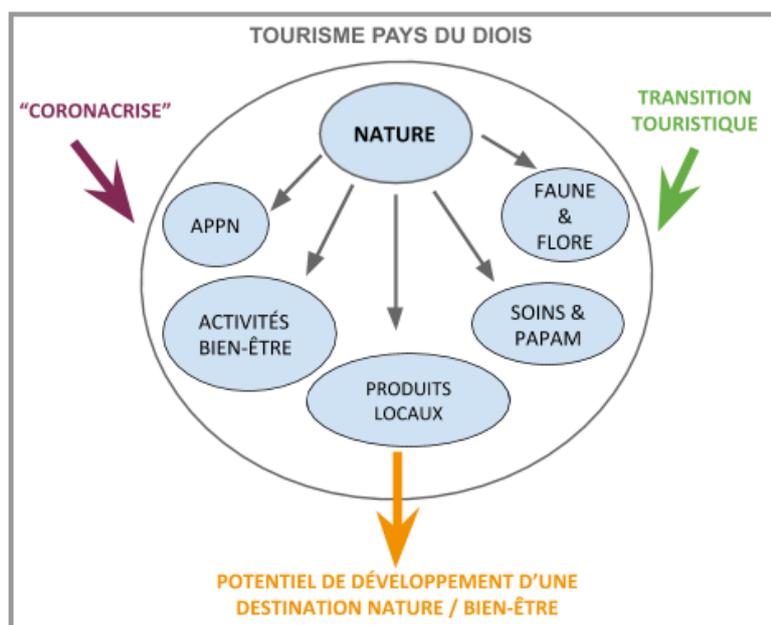


Figure 6 : Schéma du potentiel de développement d'une destination nature & bien-être

### III.II Des expérimentations touristiques individuelles créant une cohérence sur le territoire

Comme cela a été rappelé en partie 1, historiquement, le Diois est un territoire qui a connu d'importantes mutations dans le champ touristique avec l'arrivée des « néo-ruraux entrepreneurs » au cours des années 1980. Ces derniers ont participé à une phase importante d'innovation dans le Diois et leurs initiatives, en lien avec les politiques menées localement, ont permis au territoire d'être ce qu'il est aujourd'hui, inspirant un tourisme de bien-être et de nature. Par son histoire, le territoire semble disposer d'une véritable culture de l'innovation. Partant de ce constat, l'hypothèse que les nombreuses initiatives individuelles de nouveaux arrivants dans le Diois, créent une cohérence sur le territoire par leur aspect innovant, a émergé. Pour cela, il est important d'analyser plus précisément ce en quoi peut constituer l'innovation dans le Diois.

Les entretiens ont fait émerger à plusieurs reprises la notion d'innovation, parfois même sans que celle-ci ne soit abordée par les étudiantes. Tout d'abord, le premier fait marquant qui ressort de ces entretiens est que l'ensemble des acteurs publics s'accordent pour dire que le Diois est innovant grâce à l'installation de nouvelles personnes sur le territoire, souvent porteuses de projets. Ainsi, l'innovation est en grande partie le fruit d'initiatives individuelles émanant de la sphère privée, et se manifeste à différentes échelles, que ce soit au niveau des hébergements, des professionnels du sport, ou bien même du public. Partant de ce constat, et en appui aux différents témoignages recueillis, il semble intéressant de regarder à travers l'élaboration d'un tableau synthétique reprenant les différentes typologies d'innovation touristiques (de produit ou de service, de procédé, de marketing, organisationnelle ou institutionnelle) (Falardeau, Bourdeau & Marcotte, 2018), sous quelle forme l'innovation se traduit dans le Diois.

Tableau n°3 : Les différentes typologies d'innovation dans le territoire du Diois

Innovation de produits ou de services	Innovation organisationnelle	Innovation sociale et partenariale	Innovation technologique
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Un gîte proposant une démarche de sensibilisation et une initiation au zéro déchet.</li> <li>-Un gîte proposant du 100% bio.</li> <li>-Des balades thématiques en VAE.</li> <li>-Un centre d'accueil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Présence d'une SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif).</li> <li>-Mutualisation de postes dans différents secteurs.</li> <li>-Création d'un groupement d'acteurs du tourisme indépendants.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Centres artistiques et artistes</li> <li>-Echanges avec des écoles (conservatoires, écoles d'architecture) à l'échelle nationale et internationale impliquées dans un projet de territoire.</li> <li>-Entreprises qui proposent des activités</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Nouveaux systèmes d'ondes et d'isolation thermique dans un hébergement touristique.</li> </ul>

<p>avec l'organisation de spectacles et expositions artistiques.</p> <p>-Un séjour touristique dans un lieu culturel</p> <p>- Une proposition d'ateliers autour du bien-être et des plantes</p> <p>-Idée de développement de séjours thématiques en boulangerie ou un "fournil pédagogique".</p>		<p>de sports de nature.</p> <p>-Producteurs locaux (agriculteurs, miellerie, caves)</p> <p>-Prestataires de services (hébergeurs, masseuses, professeurs de yoga, accompagnateurs en montagne)</p> <p>-Acteurs publics (OT, station)</p>	
--	--	--	--

Grâce à ce tableau il est donc possible de voir que l'innovation dans le Diois se manifeste sous différentes formes.

Tout d'abord, des innovations dites de "produits et de services" se dégagent sur le territoire avec la proposition de concepts novateurs comme l'accueil de touristes dans un gîte par l'initiation au zéro déchet ou au 100% bio, par la proposition de spectacles ou d'expositions artistiques au sein d'un centre d'accueil, ou encore une offre de découverte du territoire et des patrimoines locaux par le biais de parcours thématiques en mobilité douce à VAE (vélos à assistance électrique). Ces activités sont alors considérées comme "innovantes" car elles permettent de proposer une expérience nouvelle par rapport à ce qu'il existe déjà dans le Diois.

L'innovation "organisationnelle" quant à elle, trouve sa place par la présence d'une Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC). Cette forme d'économie sociale et solidaire tend vers une dynamique multi-partenariale dont l'objectif est "*d'en faire un outil de territoire ouvert aux habitants, ouvert aux associations, aux administrations, aux structures locales et régionales*" (Acteur privé 6, 2020). Par ce statut, l'idée est de pouvoir être une structure d'accueil à la fois pour les touristes mais également un soutien pour les acteurs locaux. Aussi, une réflexion est menée par divers acteurs touristiques à l'échelle du territoire, pour essayer de mutualiser les postes entre différents secteurs d'activités, voir sur la mise en place de "plateformes d'emplois". Cela permettrait par exemple à une personne qui serait en poste durant une période définie dans une entreprise de pouvoir enchaîner avec un autre poste dans une autre entreprise le reste de l'année, lui permettant ainsi une stabilité et une pérennité d'emploi tout au long de l'année. Enfin, une autre forme d'innovation organisationnelle se dégage également par la création d'un "groupement de professionnels

du tourisme indépendants” avec divers acteurs privés de la Communauté des communes du Diois mais aussi à l’échelle de la Drôme. Et ce qui est intéressant ici est qu’il s’agit d’une initiative qui provient entièrement de la sphère privée. Ainsi certaines formes d’innovations dite « institutionnelles ou organisationnelles” sont présentes sur le territoire.

Dans le Diois, l’innovation est aussi d’ordre social et partenarial avec une véritable mise en réseau de divers acteurs, privés ou publics, du territoire. Ces collaborations participent ainsi à une vraie dynamique territoriale donnant plus d’ampleur aux initiatives locales par un phénomène de réseau important. Mais ce qui est aussi pertinent à souligner ici, est qu’il ne s’agit pas toujours de partenariats dit “économiques” mais plus de partenariats “solidaires”, un acteur affirme d’ailleurs : *“Y a pas de notion d’argent [...] eux ils nous amènent des super produits qu’on met sur la table, eux ils font des super activités [...] et bah du coup nous on les valorise, eux nous valorise on leur amène de la clientèle et eux viennent proposer de la prestation de service à nos clients donc voilà [...] c’est juste du bon sens quoi... c’est du boulot du réseau.”* (Acteur privé 6, 2020).

Enfin, malgré l’identification d’une forme technologique innovante sur le territoire par la mise en application d’un nouveau système d’onde au sein d’un hébergement touristique, l’innovation dans le Diois ne semble pas de l’ordre des nouvelles technologies, tout comme elle ne semble pas de l’ordre des procédés.

Au final, ces éléments montrent que l’innovation dans le Diois semble s’articuler autour de deux éléments. D’une part, autour de l’ancrage au territoire dans la mesure où toutes les expérimentations touristiques se basent sur ses ressources, qu’elles soient naturelles, paysagères, agricoles, culturelles etc. Il y a donc un lien très fort entre ces expérimentations et le territoire ce qui le rend innovant. D’autre part, le travail partenarial conséquent engagé par les acteurs touristiques représente une vraie forme d’innovation car il s’agit non pas d’un travail individuel délocalisé, mais bien d’un maillage d’expériences en réseau sur le territoire.

Ce qui est intéressant ici, et qui a également été identifié à travers l’analyse des entretiens, c’est la vraie cohérence qu’il existe entre les acteurs touristiques du territoire. En effet, nombreux sont ceux qui proposent des activités similaires autour d’ateliers de yoga, de bien-être ou de l’agriculture biologique. Comme il a déjà été possible de le voir, ces expérimentations sont donc continuellement liées aux ressources du territoire alors que celles-ci émanent, dans la majorité des cas, de personnes qui ne sont pas originaires du Diois. En effet, parmi l’ensemble des acteurs touristiques rencontrés qui ont créé leur propre activité, il s’agit pour la plupart, de personnes extérieures au territoire comme l’affirme un des acteurs *“comme beaucoup d’acteurs touristiques dans le Diois, je viens d’ailleurs.”* (Acteur privé 7, 2020). Les raisons de leur installation sont variées, certains sont venus par opportunités professionnelles, d’autres par volonté de reconversion professionnelle, pour se rapprocher de la nature, ou encore par engagement militant dans le but d’adopter une

nouvelle manière de vivre et de s'alimenter autour du bio. Toutefois, une volonté reste commune à tous ces acteurs, celle de "vivre et travailler différemment". Attirés par la qualité de vie et l'image que le Diois renvoie, ces nouveaux arrivants s'y installent généralement pour développer des projets liés aux valeurs du territoire, ce qui explique les nombreuses expérimentations autour de ces mêmes activités (bien-être etc.). Un acteur témoigne d'ailleurs, *"Il y avait un double projet en fait, il y avait le projet de vivre sur un territoire que l'on aime et y avait, à travers le choix de l'activité touristique, l'idée de partager un territoire que l'on aime"*. *"On n'a pas envie de se l'approprier égoïstement [...] on a envie de le partager"*. (Acteur privé 7, 2020). Ce témoignage montre une vraie volonté de faire découvrir à travers une activité touristique les mêmes valeurs qui l'ont séduit et poussé justement à venir s'installer sur le territoire. Et finalement c'est cela qui est innovant dans le Diois, car il y a un phénomène de cohérence territoriale très forte qui émane d'initiatives qui pourtant sont individuelles et qui créent une vraie dynamique collective sur le territoire.

Ainsi, de part toutes ces expérimentations à la fois touristiques mais également sociales, le Diois entretient, depuis l'arrivée des premiers néo-ruraux dans les années 1980, une image de terre d'innovations. Selon les différents acteurs interrogés, 9 sur 11 ont qualifié le territoire "d'innovant". Certains l'associent davantage aux expérimentations sociales : *« Ce qui est innovant c'est que le Diois est depuis longtemps une terre d'expérimentations pour les gens qui veulent s'installer pour vivre différemment »* (Acteur public 4, 2021), ou *« C'est innovant dans le sens où il y a beaucoup d'expérimentations sociales »*. (Acteur public 3, 2021). D'autres le perçoivent comme une association entre des expérimentations touristiques et des volontés sociales : *« Le territoire du Diois est innovant ! Il est innovant dans le fait de relier les activités touristiques aux engagements très concrets des citoyens »* (Acteur privé 9, 2020). Quoi qu'il en soit, même si tous les acteurs ne s'engagent pas pour affirmer que le Diois est innovant celui-ci reste selon eux "atypique", "alternatif" ou du moins *"c'est un territoire qui aspire à autre chose"*. (Acteur privé 8, 2020). Par l'image qu'il renvoie, le Diois est donc une vraie source d'attractivité pour les personnes qui souhaitent réaliser leurs projets de vie sur un territoire auquel ils partagent les mêmes valeurs. Ceci représente donc une réelle opportunité pour le territoire dans un contexte de crise liée à la Covid-19. En effet, de plus en plus de personnes, suite à la hausse du chômage et à la précarisation de l'emploi, souhaitent entamer une nouvelle vie professionnelle en se réorientant vers des activités qui leur tiennent à cœur et en changeant leur façon de vivre et de travailler pour se rapprocher davantage de milieux plus naturels, loin du stress de la ville (<https://recruteur.lefigaro.fr>). Par ailleurs, toutes les expérimentations qui se développent dans le Diois, peuvent également représenter un atout dans un contexte de transition touristique puisque celles-ci portent un tourisme durable et solidaire. Toutefois, le Diois ne doit pas se reposer sur ces acquis, d'autant que de nombreux acteurs touristiques ont fait part de quelques difficultés et fragilités quant à l'image du territoire.

### III.III Une structuration limitée et des freins au développement touristique

En effet, le territoire du Diois rencontre de nombreuses limites qui peuvent le freiner dans le développement de ses activités touristiques.

Ainsi, plusieurs entretiens ont mis en avant une vraie problématique autour de la mobilité. Pour certains *« il est difficile de se déplacer dans le Diois, il y a le train qui passe dans quelques communes mais pas tous, sinon il y a le bus mais ce n'est pas tout le temps ou encore le transport à la demande mais il faut anticiper, et appeler avant et rentrer dans un cadre pour en bénéficier »* (Acteur public 1, 2020). Ou encore *« il est quand même difficile de se déplacer dans le Diois lorsque l'on n'a pas sa propre voiture. Toutefois, l'auto-stop et le covoiturage fonctionne quand même bien sur le territoire mais pour accueillir une clientèle touristique extérieure, le Diois manque d'atout à ce niveau-là, et c'est parfois un peu compliqué de venir chez nous, c'est long. »* (Acteur public 4, 2021). Pourtant la question de la mobilité est un enjeu très important sur un territoire touristique pour attirer et accueillir les touristes. Aussi, aujourd'hui, de nouvelles pratiques émergent pour tendre vers un tourisme plus durable, c'est le cas par exemple de la mobilité douce, qui *« désigne tous les déplacements non motorisés tels que la marche à pied ou le vélo. »* (<http://lexicommon.coredem.info>, 2021). Donc de plus en plus de territoires aménagent de nombreuses pistes cyclables et voies vertes pour favoriser la mobilité douce. Cependant, le territoire du Diois n'est pas adapté pour la mobilité douce : *« sur le Diois, il y a la difficulté de la mobilité et surtout de la mobilité douce : nos routes ne sont pas adaptées à la clientèle qu'on reçoit, par exemple, les belges ou hollandais qui eux leur culture c'est le vélo ici c'est super dangereux y a rien qui est pensé. Donc il faut revoir le programme de mobilité : trains à hydrogène, mettre des navettes pour éviter la surcharge de véhicules... »* (Acteur privé 6, 2020) Ainsi, sur le territoire la question de la mobilité revient souvent ce qui peut être un inconvénient pour le territoire et décourager certains touristes à venir sur le territoire.

Par ailleurs, selon certains acteurs, le manque de logement devient un vrai problème sur le territoire : *« Ce qui freine c'est le manque de logement, pour trouver de quoi se loger c'est compliqué c'est souvent vétuste. Aussi, les logements ont des problèmes de chaufferie et donc sont souvent vétustes et inchauffables. Les prix sont très élevés du fait du nombre important des résidences secondaires. Et la problématique c'est encore plus posé en période de Covid et avec le télétravail. »* (Acteur public 2, 2020). Ainsi, la question du logement est importante que ce soit pour les nouveaux arrivants, les touristes ou encore les saisonniers. Certains jeunes qui souhaitent s'installer sur le territoire sont confrontés aux difficultés d'accès au logement du fait de leur faible revenu. De leurs côtés, les saisonniers ont des grandes difficultés à trouver un logement et manquent de motivation pour revenir faire une saison l'année suivante : *« Nous avons aussi des grandes difficultés à héberger les personnes qui font des saisons »* (Acteur public 1, 2020), ou encore : *« Je pense que pour un nouveau saisonnier dans le Diois ça peut être un petit peu compliqué de trouver un appartement surtout en période estivale par exemple »* (Acteur privé 11, 2020). De plus, le territoire ne fait pas d'effort

pour aider les nouveaux arrivants à se loger : « Il n'y a pas d'aide ! Il y a quelques aides mais elles ne sont pas du tout incitatives pour les pousser à venir s'installer ici. Et aujourd'hui on a peu de leviers pour dire venez ici plutôt qu'ailleurs [...] mais il y a un vrai problème de logement. De cela une vraie question apparaît : comment allons-nous installer les nouvelles entreprises ? Il y a une demande des nouveaux professionnels mais il y a peu de place dans le Diois. » (Acteur public 3, 2021) Enfin, le très grand nombre de résidences secondaires participe à la pression foncière et donc à l'augmentation des prix du marché : « il y a un vrai problème sur le territoire c'est le manque de logement. Pour moi ça été compliqué au début en tant que nouvelle habitante, donc au début je faisais la navette entre mon domicile et mon travail avec 1h de route le matin et le soir. Que ce soit en location ou en vente c'est plus cher dans le Diois environ 20% plus cher que dans les autres territoires. Et en plus de ça, il y a beaucoup d'hébergements vétustes avec des prix extravagants pour des habitations inchauffables. Il y a aussi beaucoup de résidences secondaires qui ont fait grimper les prix alors qu'elles ne sont occupées que quelques semaines dans l'année. » (Acteur public 1, 2020). Ainsi, de nombreuses résidences secondaires restent vides une bonne partie de l'année tandis que les nouveaux arrivants ou les saisonniers peinent à se loger dans le Diois et doivent alors le faire en dehors du territoire avec plusieurs heures de route.

De plus, le territoire du Diois veut développer le tourisme 4 saisons et ainsi "étendre les ailes des saisons". En effet, pour préserver et dynamiser durablement l'activité touristique les territoires doivent aujourd'hui se tourner vers un tourisme quatre saisons, aussi les tendances montrent que les acteurs du tourisme ont une carte à jouer en basse saison puisque les touristes recherchent des destinations authentiques et propices au ressourcement et à la nature (<http://www.atout-france.fr/> 2015). Cependant, plusieurs acteurs s'accordent pour dire, qu'il y a beaucoup d'activités qui ferment trop tôt et qu'il est donc difficile d'étaler l'activité sur toutes les saisons :

« Il y a un vrai problème sur les ailes de saison » (Acteur public 2, 2020)

« Nous voulons étaler la saison d'été mais certains sites ne fermaient que fin septembre / début octobre alors que là ils fermaient mi-septembre car ça leur suffisait. Alors que nous essayons de travailler sur l'aile de saison pour l'accueil de groupe et donc on a un réel problème car nous faisons venir des groupes mais nous n'avons pas d'activité à leur proposer. Donc on se tourne vers les mêmes domaines viticoles avec les distilleries qui restent ouvertes. Il y a beaucoup de sites qui ferment de plus en plus tôt, notamment les hébergeurs. » (Acteur public 1, 2020)

« On n'innove encore pas assez, il y a encore beaucoup de chose à faire, je pense que c'est un territoire qui a du potentiel en termes de fréquentation mais la période de haute saison est trop courte » (Acteur privé 11, 2020)

« Aujourd'hui au 15 décembre on ne peut plus faire ni de canoë, de VTT, d'accrobranche parce que les structures sont fermées donc là y a un vrai équilibre à trouver pour permettre aux structures qui fonctionnent à l'année d'avoir des choses à proposer à leur client. » (Acteur public 6, 2020)

Dans ce contexte, le tourisme 4 saisons semble donc difficile à mettre en place. En effet, le territoire et la plupart des acteurs privés sont en contradiction puisque, d'un côté, il y a un réel enjeu à étaler les saisons pour attirer des touristes en basse saison, et d'un autre côté, les acteurs touristiques arrêtent leur activité trop tôt. Aussi, les acteurs privés préfèrent travailler seulement quelques mois dans l'année car ils jugent cela suffisant pour eux : *« Il y a des profils variés, il y a des personnes dans le Diois qui ne souhaitent travailler qu'une seule période dans l'année. »* ; *« Les vigneron ont du mal à trouver des personnes à long terme car dans le Diois il y a des personnes qui ne veulent travailler que quelques mois dans l'année. »* (Acteur public 1, 2020). Il est donc difficile d'attirer les touristes à l'intersaison car de nombreux hébergements et activités sont fermés à cette période.

De plus, la population locale et les acteurs touristiques remarquent qu'il y a une surfréquentation des touristes sur le territoire et qu'ils ont des difficultés à gérer les flux à certains moments et dans certains lieux. *« Mes clients font des randonnées, ils peuvent vite se retrouver sur des territoires privés sans le savoir et ça peut gêner des propriétaires. Par exemple, lors de randonnées avec les ânes, on eut des retours qui ont dit qu'ils n'avaient pas été appréciés sur un chemin privé mais non affiché comme tel ... »* (Acteur privé 7, 2020). Pour autant, certains acteurs veulent échapper au tourisme de masse et développer un tourisme plus durable. En effet, les touristes ne respectent pas forcément le territoire et l'environnement :

*« Il y a trop de touristes. La ressource en eau est rare et les touristes qui fréquentent les rivières ne sont pas toujours bien reçus par les riverains, ils se baignent dans le peu d'eau qu'il reste, créer des barrages donc engendre des conflits, pareil pour les randonneurs avec la cohabitation avec le pastoralisme... Les bivouacs sont mal accueillis également et puis aussi tension autour de l'accès à la ressource en eau car elle est rare. C'est un captage communal de petite capacité et l'été ils étaient 27 sur La Pierra entre les randonneurs, les clients, et mes amis donc 10x plus de consommation d'eau que d'habitude en plus en période de sécheresse donc ça peut poser des problèmes quand la réserve est à sec, et donc les touristes sont mal vus. »* (Acteur privé 7, 2020)

*« Nous avons eu des problèmes avec des touristes ; avec des gens qui consommaient de la montagne sans jamais avoir fait de la montagne et donc il a fallu être pédagogue pour empêcher les gens d'aller bivouaquer en montagne sans équipement avec les enfants. Les communes ont pu constater et eux aussi dans les bureaux de l'office de tourisme ont été envahis par les vans et camping-car, ça été du n'importe quoi. Aussi, l'office de tourisme évite de mettre en avant les rivières car ils savent déjà que ce sont des problématiques depuis plusieurs années à cause du niveau d'eau, en effet, l'été le niveau est très bas. Et les gens font des barrages donc ça impact la circulation de l'eau, l'agriculture. »* (Acteur public 1, 2020)

De plus, cette année avec la crise du Covid, les touristes étaient plus nombreux sur le territoire et la gestion des touristes a été plus compliquée par les acteurs du tourisme : « *La gestion de l'afflux de touristes qu'il y a eu cet été a été une grosse catastrophe dans le Diois, par l'office de tourisme, par le Département et la Région qui ont communiqué sur des spots très sensibles et fragiles où on a eu un afflux de personnes...* » (Acteur privé 6, 2020). Enfin, le Diois est un territoire considéré comme naturel et préservé pourtant il y a un vrai problème concernant le traitement des déchets et notamment pendant les saisons touristiques : « *il y a un gros problème sur les déchets quand des touristes arrivent et qu'ils voient des trucs qui débordent parce qu'il n'y a pas assez de rotation de camions... on se dit si c'est ça l'image du Diois nature qui arrive pas à gérer cette population ça veut dire qu'on est pas bon.* » (Acteur privé 6, 2020).

Ainsi, le territoire du Diois tend à développer un tourisme de nature et de bien-être en évitant un tourisme de masse mais doit encore prendre des mesures pour gérer la sur-fréquentation des sites naturels protégés et sensibles et améliorer la gestion des déchets pendant les périodes touristiques pour éviter les impacts environnementaux.

Par conséquent, le manque de structuration de l'offre touristique constitue un point à améliorer sur le territoire. En effet, certains acteurs s'accordent pour dire que : « *le tourisme est peu diffus et peu organisé du fait de la diversité de proposition* » (Acteur privé 9, 2020) ; « *il y a un manque de structuration de l'offre touristique malgré les efforts politiques et des offices de tourisme.* » (Acteur privé 10, 2020). Cependant, l'offre touristique doit permettre de valoriser le territoire auprès des touristes. Ainsi, le territoire doit organiser l'offre touristique pour développer efficacement le tourisme et pour promouvoir les activités touristiques du territoire et ainsi permettre aux touristes d'identifier toutes les activités existantes sur le territoire. Le territoire a donc de nombreuses limites qui sont susceptibles de freiner le développement touristique du territoire. Ainsi, le territoire du Diois doit encore s'améliorer.

## CONCLUSION

Cette étude a été réalisée dans le cadre d'une commande de la CIPRA France ayant pour but d'apporter une réflexion sur la thématique "Vivre et travailler au pays" à travers le secteur touristique et les expérimentations présentes sur le territoire de la Communauté des communes du Diois. Elle avait pour objectif de « *contribuer à une meilleure compréhension des activités professionnelles touristiques qui s'inventent, se recomposent ou s'hybrident face à ces mutations* » et « *d'explorer et repérer les expériences innovantes et expérimentations conduites sur le territoire à la fois dans la sphère privée et publique* ». Afin de répondre à cette demande, et au vu de la nécessaire transition touristique à venir, la problématique suivante avait été retenue : En quoi les expérimentations touristiques innovantes menées dans le Diois permettent au territoire de s'engager dans une transition touristique ?

Cette problématique a permis de mener un travail plus large sur des thématiques propres au territoire comme l'installation de nouvelles personnes porteuses de projet et sur les aspects innovants du tourisme du Diois dans un contexte de transition touristique. Ainsi, la première hypothèse de travail se concentrait autour du potentiel fort du territoire, à travers ses ressources et son offre touristique actuelle, d'avoir une véritable carte à jouer autour du bien-être et de la nature. La deuxième reposait quant à elle sur les nombreuses initiatives individuelles de nouveaux arrivants sur le territoire qui, par leur aspect innovant, créaient une cohérence territoriale dans cette démarche liée à la nature et le bien-être. Enfin, la troisième hypothèse reposait sur la nécessité pour le territoire d'avoir une structuration touristique claire et partagée entre les différents acteurs, notamment face aux difficultés et problématiques auxquels il se voit aujourd'hui confronté (saison touristique, logement, mobilité...).

Pour répondre à cette commande, un important travail bibliographique a été réalisé, autour du territoire, de l'installation des néo-ruraux, de l'innovation et de la transition touristique. En complément, un travail de terrain (virtuel) a été réalisé à partir d'entretiens semi-directifs auprès d'acteurs touristiques publics et privés du territoire.

Pour la première hypothèse, le travail a montré que les ressources naturelles du territoire constituent le socle de base du tourisme dans le Diois. Ainsi les différents acteurs interrogés s'accordent autour d'une vision relativement homogène et partagée de ce tourisme. La présence du cadre naturel et paysager, la possibilité de pratiquer des activités de pleine nature, de bien-être, de soins grâce à la filière des plantes aromatiques à parfum et médicinales et de déguster des produits locaux sur le territoire lui permettrait de développer une véritable destination nature et bien-être permettant parfaitement de s'inscrire et de répondre aux enjeux de la transition touristique.

La deuxième hypothèse s'est elle aussi confirmée à travers cette étude. En effet, les motivations qui ont conduit les nouveaux arrivants à venir s'installer dans le Diois sont, de manière générale, portées par la volonté de vivre sur un territoire qu'ils apprécient, pour ses ressources, ses valeurs et l'image qu'il renvoie. Ainsi, créer une activité touristique en lien avec celles-ci, paraissait évident pour ces nouveaux arrivants. De ce fait, nombreuses sont les expérimentations touristiques similaires, autour du bien-être et des plantes, liées à la nature et à l'agriculture dans le Diois, créant ainsi une vraie cohérence territoriale.

Enfin, en lien avec la troisième hypothèse, malgré la motivation pour développer le tourisme de nature et de bien-être sur son territoire, de nombreuses limites apparaissent. Ainsi, les différents entretiens réalisés avec les acteurs touristiques du territoire montrent des freins liés aux problèmes de mobilité et de manque de logement, qui pourraient démotiver certains touristes à venir sur le territoire ou encore empêcher les nouveaux arrivants de s'installer. Aussi, le territoire souhaite développer un tourisme plus durable et préserver les espaces naturels sensibles. Cependant, avec la crise liée à la Covid-19, le Diois a été littéralement envahi l'été dernier par un tourisme de proximité et par des touristes qui ne connaissaient pas forcément les espaces montagnards et qui ne respectaient pas toujours l'environnement. Sur ces aspects il y a donc des marges d'amélioration pour le territoire.

Les apports de cette étude sont de différents ordres.

D'une part, s'agissant d'un exercice pédagogique dans le cadre universitaire, l'étude a permis aux étudiantes une mise en application des connaissances et des compétences acquises au sein de la formation GTDM à travers notamment, la réalisation d'un travail de diagnostic territorial et touristique, une analyse bibliographique mais également d'une enquête qualitative avec la conduite d'entretiens semi-directifs. Aussi, l'étude s'inscrivant dans une démarche de réponse à une commande par une structure professionnelle, elle a offert un nouveau cadre de travail aux étudiantes, alliant le côté professionnel et universitaire ce qui a représenté un exercice très enrichissant et leur permettant également de mieux comprendre les divers jeux d'acteurs qu'il peut exister sur un territoire. Ce territoire étant inconnu pour les étudiantes, cette étude leur a permis de découvrir un territoire de montagne qui représente un véritable laboratoire d'innovations offrant ainsi de nombreux matériaux pour alimenter des réflexions sur l'avenir du tourisme et plus largement du développement des territoires de montagne.

D'autre part, cette étude a permis à la CIPRA d'obtenir un travail complémentaire sur le territoire du Diois et sur la question de la transition touristique, qui n'aurait vraisemblablement pas pu être réalisé dans la structure en tant que telle par manque de temps.

Enfin un dernier apport peut être identifié pour le territoire et ses acteurs qui pourront peut-être ainsi mieux saisir leur ressentis respectifs par rapport au tourisme et mobiliser les matériaux de cette étude pour parvenir à développer et structurer leur offre.

Ce travail présente cependant des limites dans la mesure où les résultats se sont appuyés sur un nombre d'entretiens assez limité, puisque de 11 en totalité, parmi l'ensemble des acteurs touristiques présents sur la Communauté des communes du Diois. N'ayant pas pu rencontrer la totalité des acteurs, cette étude n'apporte que des pistes de réflexion et les résultats restent donc à nuancer. Par ailleurs, même si la diversité des profils et des domaines d'activités ont été privilégiés pour la réalisation des entretiens, le témoignage de professionnels dans le domaine agricole manque sensiblement à cette étude étant donné qu'il n'a pas été possible d'en rencontrer. Aussi, dans le cadre du projet AJITeR, le nombre de jeunes rencontrés reste très limité. Enfin, dans ce contexte lié à la crise de la Covid-19, l'important travail de terrain initialement prévu n'a pas pu avoir lieu, et les entretiens se sont ainsi effectués uniquement à distance.

Malgré tout, ce travail d'enquête et de recherche permet de mettre en avant deux axes possibles de préconisations pour le territoire.

**→ Axe 1 : Développer et définir une stratégie touristique sur le territoire autour du bien-être et de la nature**

Tout d'abord, le besoin de structuration dans le positionnement touristique du territoire s'est fait ressentir au cours de l'étude. En effet, il s'agit là d'une demande et d'une volonté commune à l'ensemble des acteurs touristiques autant dans la sphère privée que public. Le manque de coordination qui peut exister entre ces deux est un point qui est ressorti à plusieurs reprises. Alors, afin de favoriser le partage et la communication avec tous les acteurs touristiques, l'organisation de réunions régulières et la création de commissions de travail pourraient être une solution à envisager afin de développer une réflexion commune autour du tourisme dans le Diois. Cela permettrait de définir un positionnement touristique plus clair sur la volonté et la stratégie du territoire en matière de tourisme : quels touristes souhaite-t-il attirer ? Est-ce que c'est un tourisme qui permettrait d'avoir une activité à l'année ? autour de quelles activités ? quelle identité ? quelle stratégie ? etc. Bien que ce travail de réflexion soit déjà en action, notamment avec l'intervention de la CIPRA, celle-ci doit pouvoir être renforcée et maintenue dans la durée.

Aussi, comme cela a pu être démontré au cours de cette étude, le Diois a une véritable carte à jouer autour du bien-être et de la nature. Ainsi, un axe de positionnement stratégique pourrait être envisagé ici, par la structuration d'une offre touristique cohérente autour du bien-être et de la nature. Enfin, étant donnée l'importance donnée aux ressources naturelles, le Diois peut également se positionner autour de la préservation et la promotion des valeurs environnementales et culturelles du territoire. Ne souhaitant pas un tourisme de masse, une forme de sensibilisation et d'éducation à la nature pourrait alors être développée auprès des touristes. Cela permettrait de les sensibiliser à la préservation des ressources, aux enjeux qui

pèsent sur ces milieux, mais aussi de les informer et de les responsabiliser à la pratique en montage.

**→ Axe 2 : Accompagner et favoriser l'installation des nouveaux habitants sur le territoire**

Dans un deuxième axe, l'idée d'un dispositif d'accueil pour les nouveaux arrivants pourrait être pertinente. En effet, au cours de l'étude, la problématique de l'accompagnement de ces nouveaux résidents est ressortie à plusieurs reprises. Ainsi, pour pallier cette difficulté qui pourrait à terme, décourager les personnes à venir s'installer sur le territoire, la proposition d'un accompagnement global, que ce soit sur l'aspect financier, administratif ou résidentiel ... pourrait être envisagée. Cela permettrait notamment d'orienter ces nouveaux arrivants ou bien les jeunes saisonniers dans leur recherche de logement pouvant s'avérer compliquées dans le Diois.

Aussi, par l'arrivée de ces nouvelles personnes qui sont souvent des familles avec des enfants, le territoire ouvre de plus en plus d'écoles. Cela est un indicateur fort de l'augmentation du nombre d'enfants dans le Diois. Ainsi, cela peut représenter un enjeu en vue de les fidéliser afin de les encourager à rester sur le territoire ou à s'y installer à la suite de leurs études. Pour cela, il est possible d'imaginer une forme "d'école de la nature et de la montagne" qui, par la pratique d'activités de nature, permettrait de transmettre des valeurs et des savoirs afin de les sensibiliser à la préservation des ressources, de développer une responsabilité environnementale et un véritable ancrage territorial.

## Bibliographie

Attali M., Dalmaso A., Granet-Abisset A-M. (2014). *Innovation en territoire de montagne : Le défi de l'approche interdisciplinaire*, éd. Presses Universitaires de Grenoble, 224 p.

Bourdeau, P. « Le tourisme face à ses limites en période de crises » in *Espaces* n°355 : Le tourisme dans « le monde d'après » (Juillet 2020)

Bourdeau, P. (2019). *De l'après-ski à l'après tourisme ?* Trajectoires de transition en montagne. Support documentaire présenté lors de l'intervention au Pôle Universitaire de Gap le 21/11/2019.

Bourdeau, P. (2015). "La transition touristique, révélateur des phénomènes de transition écologique/énergétique". Compte-rendu séminaire CERTOP.

Cognard, F. (2006). Le rôle des recompositions sociodémographiques dans les nouvelles dynamiques rurales : l'exemple du Diois, *Méditerranée*, n°107, pp5-12.

Falardeau, I., Bourdeau, L., et Marcotte, P. (2018). « Innovation et authenticité en tourisme. Points de rencontre », *Téoros*.

Fuzier, A ; Gay, C ; Landriève, S. « Profitons de la crise pour inventer le tourisme de demain ! » in *Espaces* n°355 : Le tourisme dans « le monde d'après » (Juillet 2020)

Gombault, A ; Lemarié, J. « La crise du COVID-19, un changement stratégique pour le tourisme ? » in *Espaces* n°355 : Le tourisme dans « le monde d'après » (Juillet 2020).

Hall, M.C., & Williams, A. (Eds.). (2008). *Tourism and Innovation* (1st ed.). Routledge.

Lenzen, M., Sun, YY., Faturay, F. et al. "The carbon footprint of global tourism". *Nature Clim Change* **8**, 522–528 (2018). <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>

Martin N., Boudedau P & Daller J-F, (2012). *Les migrations d'agrément du tourisme à l'habiter*, L'Harmattan, 408p.

Mollard, A., Boschet, C., Dissart, J-C., Lacroix, A-M., Bolatiana, R., Vollet, D.(2014). "Les aménités environnementales : quelle contribution au développement des territoires ruraux ?" Observations conjointes en Aquitaine, Auvergne et Rhône-Alpes. *Vertigo*, Paris : Avancées cinématographiques, 2014, Les enjeux environnementaux au cœur du développement territorial, *Hors-série* (Hors-série 20), pp.20.

Oudghiri, R. (2020). « Pistes pour concevoir l'offre touristique de demain », in *Espaces* n°355 : Le tourisme dans « le monde d'après » (Juillet 2020)

Sailleilles, S. (2010). *Les trajectoires des entrepreneurs néo-ruraux*. Journal of Social Management in Revue Européenne des Sciences Sociales et du management,8, pp.137-160

Sailleilles, S. (2006). *L'imbrication projet de vie/projet entrepreneurial chez les entrepreneurs néo-ruraux*. Management & sciences sociales, L'Harmattan, 2006, pp.57-68.

Salvador, M., Jolibert, A. (2017). « *Cahier : L'innovation dans le tourisme, l'heure des défis* », Management & Avenir, vol. 91, no. 1, pp. 115-120.

Tallon, H. (2016). *D'une marge à l'autre, regard sur la pluriactivité dans les espaces ruraux*. In : José-Angel Calderon, Lise Demailly et Severin Muller (Dir.), *Aux marges du travail*, Octarès éditions, Toulouse. pp.199-210.

Tual J.(2011). *Dynamiques territoriales de transition vers l'agriculture biologique dans la vallée de la Drôme. Le développement de l'agriculture biologique dans un territoire pionnier : historique et dynamiques actuelles autour de la production de légumes*. Mémoire de Master Sciences et Technologies du Vivant et de l'Environnement, AgroParisTech,119p.

Club "Urbanisme, Bâti et Biodiversité" : LPO, 2014. *Les Fiches Techniques*.

Maury S.(2011). *Synthèse de territoire Vallée de la Drôme-Diois*. INSEE Rhône-Alpes. 8p.

Orange et Agence de Développement Touristique de la Drôme. (2014). *Étude de fréquentation de la fête de la Transhumance*. 3p.

Agence de Développement Touristique de la Drôme, 2019. *Observatoire - Flux Vision Tourisme*. 5 pages.

Communauté des communes du Diois, 2011. *Charte de Développement Durable du Pays du Diois 2011-2016*. Editorial de Michel VARTANIAN. 97 pages.

Communauté des communes du Diois, 2014. *Projet Agro-Environnemental et Climatique du Diois*. 74 pages.

Communauté des communes du Diois, 2014. *Candidature programme LEADER 2015-2020*. 84 pages.

Direction Départementale des Territoires de la Drôme, 2012. *Bassin d'habitat du Diois*. 4 pages.

Office de tourisme du Pays du Diois, 2020. *Dossier de presse*. 8 pages.

## Webographie

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=EPCI-242600534>

Consulté le 23/12/2020

<https://recruteur.lefigaro.fr/article/covid-19-vers-une-reconversion-professionnelle/>

Consulté le 23/01/2021

<https://www.franceculture.fr/emissions/le-billet-economique/la-chronique-eco-du-jeudi-28-mai-2020>

Consulté le 03/01/2021

<https://www.veilleinfotourisme.fr/regions-et-territoires/regions-metropolitaines/provence-alpes-cote-d-azur/tourisme-les-hautes-alpes-ont-tire-leur-epingle-du-jeu-durant-l-ete-2020>

Consulté le 03/01/2021

<https://www.capital.fr/economie-politique/de-barcelone-a-venise-le-tourisme-de-masse-est-remis-en-cause-1239212>

Consulté le 09/01/2021

<https://veilletourisme.ca/2020/02/24/tourisme-durable-tendance/>

Consulté le 09/01/2021

<http://www.atout-france.fr/content/tourisme-et-bien-être>

Consulté le 09/01/2021

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/4985641>

Consulté le 09/01/2021

# Table des matières

Remerciements .....	2
Sommaire .....	3
Liste des tableaux, figures.....	4
Listes des abréviations, sigles et acronymes .....	5
Introduction - contexte du projet .....	1
I. Contexte territorial et touristique .....	5
I.I Présentation de la Communauté des communes du Diois .....	5
I.II Présentation du tourisme sur le territoire .....	7
I.III Un territoire d'accueil riche d'innovation .....	9
II. Méthodologie.....	12
II.I Organisation du travail .....	12
II.II Acteurs rencontrés .....	14
II.III Entretiens.....	17
III. Un tourisme ancré dans son territoire et riche d'innovations qui présente malgré tout des fragilités... ..	19
III.I Un potentiel fort de structuration touristique autour de la nature et du bien-être grâce aux ressources et à l'offre touristique actuelle du territoire .....	19
III.II Des expérimentations touristiques individuelles créant une cohérence sur le territoire .....	24
III.III Une structuration limitée et des freins au développement touristique .....	28
Conclusion.....	32
Bibliographie .....	36
Webographie .....	38
Annexes.....	1
Annexe 1 : Grille d'entretien, acteurs publics .....	2
Annexe 2 : Grille d'entretien, acteurs privés.....	6
Résumés .....	9

## ANNEXES

<b>Annexe 1</b> : Grille d'entretien, acteurs publics .....	2
<b>Annexe 2</b> : Grille d'entretien, acteurs privés.....	6

**ANNEXE 1 : Grille d'entretiens - Acteurs publics :**

	Questions	Relances
<b>Questions personnelles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Êtes-vous originaire du Diois ?</li> <li>• Avez-vous un attachement particulier au territoire ?</li> <li>• Depuis combien de temps travaillez-vous à l'office de tourisme ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinon, d'où venez-vous et depuis combien de temps habitez-vous sur le territoire ? Qu'est-ce qui vous a poussé à venir sur le territoire ? Depuis quand ?</li> <li>• Pouvez-vous nous parler un peu de votre parcours ?</li> </ul>
<b>Territoire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pourriez-vous définir le territoire du Pays du Diois en 3-4 mots ?</li> <li>• Selon vous, quels sont, de manière générale, les atouts du territoire ?</li> <li>• A contrario, quelles seraient ses contraintes / faiblesses ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Est-ce un territoire attractif ? Dynamique ?</li> <li>• Est-ce que la crise liée au covid-19 a changé les choses ?</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment définiriez-vous le tourisme dans le Pays du Diois (quelques mots ?)</li> <li>• Quelles sont les principales offres touristiques du territoire ?</li> <li>• Quelles ont été les grandes phases / évolutions touristiques du Diois ?</li> <li>• Le territoire, très tourné vers les APPN, est doté de 3 stations de montagne, quelle est leur place aujourd'hui dans l'offre touristique ?</li> <li>• Une diversification de l'offre y est-elle développée ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (APPN ? Agritourisme ? Autres ?)</li> <li>• Avez-vous été témoin de changements, d'évolutions importantes (pratiques, fréquentation, offre...) ?</li> <li>• Quelle est la fréquentation de ces stations ? Avez-vous observé une évolution ?</li> <li>• Représentent-elles un employeur important pour le territoire ?</li> </ul>

<p><b>Tourisme</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nous avons vu que le tourisme représentait le moteur de l'économie locale, pourriez-vous nous dire quelle est la part des emplois touristiques sur le territoire ?</li> <li>• De manière générale, avez-vous une idée du profil des travailleurs / professionnels du tourisme ?</li> <li>• Quelles sont selon vous les forces et les faiblesses du tourisme sur le territoire ?</li> <li>• Dans quelle(s) mesure(s) l'Office de tourisme peut-être un appui pour les acteurs touristiques sur le territoire</li> <li>• Existe-t-il des leviers/freins à l'installation de nouveaux acteurs touristiques ?</li> <li>• Disposez-vous d'une stratégie touristique ?</li> <li>• Si vous aviez une baguette magique, que souhaiteriez-vous en matière de tourisme pour le territoire ou au contraire qu'est ce que vous ne souhaiteriez surtout pas ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si oui, depuis quand et à quels niveaux (activités, hébergements, saisons...) ?</li> <li>• Existe-t-il une diversité des profils ou au contraire un profil plutôt type (jeune, âgé, résident...) ?</li> <li>• Travaillent-ils à l'année sur le territoire ? (Pluriactivité ?</li> <li>• Organisation, offre etc.</li> <li>• Existe-t-il des dispositifs d'aides (pour les nouveaux acteurs, covid-19 et/ou spécifique tourisme durable)</li> <li>• Si oui, quelle est-elle ?</li> <li>• Si non, pour quelles raisons ? Avez-vous pour ambition d'en développer une ?</li> </ul>
<p><b>Covid-19 &amp; Tourisme</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La crise de Covid-19 a fortement impacté le secteur du tourisme, qu'en est-il dans le Diois ?</li> <li>• Cette crise a-t-elle donné lieu à des adaptations, des innovations sur le territoire ? Quels changements avez-vous pu observer ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avez-vous vu une différence par rapport aux années précédentes (fréquentation, types de clientèles ...)</li> <li>• Différence entre l'été et l'intersaison ?</li> <li>• Si oui, de quelle(s) manière(s) ?</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensez-vous que le territoire du Diois puisse avoir sa carte à jouer suite à la crise du covid-19 ?</li> </ul>	
<b>Expérimentations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avez-vous observé des mutations, l'apparition d'offres et/ou de pratiques touristiques nouvelles/innovantes sur le territoire ?</li> <li>• Comment le territoire aide-t'il les activités touristiques et notamment les activités innovantes/nouvelles ?</li> <li>• Est-ce que le territoire a mis en place des aides, des outils pour l'installation d'entrepreneurs dans le tourisme ? Sont-ils aidés ou pas ?</li> <li>• Caractériser le territoire du Diois d'innovant ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sur quelle période ?</li> <li>• Si oui, quelles sont-elles (exemples) ?</li> <li>• Qui en est à l'origine (personnes extérieures ou non au territoire) ?</li> <li>• si oui lesquelles ? par qui ? combien ? Depuis quand ?</li> <li>• Si non pourquoi ?</li> <li>• Pour quelles raisons ?</li> <li>• Si oui, pourriez-vous nous donner des exemples d'innovation ?</li> </ul>
<b>Commentaire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Souhaiteriez-vous ajouter quelque chose, un sujet que nous n'aurions pas traité ?</li> </ul>	

#### QUESTIONS FANNY MAZURE

- Pourriez-vous nous expliquer en quoi consiste votre poste ?
- Avez-vous des évolutions dans les profils des personnes qui viennent s'installer dans le Diois ?
- Pour quelle création d'entreprise, quel secteur ?
- Quelles aides apportez-vous à ces personnes ?
- Pensez-vous que ces aides soient suffisantes ?
- L'accompagnement aux porteurs de projets comporte-t-il des limites ?
- Tendances ? COVID quel impact à ce sujet ?

#### QUESTIONS TRANSHUMANCE

- Depuis combien de temps cette fête a-t-elle lieu ?
- Quel en est le principe ?

- Qui s'occupe de la communication autour de cet événement et comment est-elle réalisée ?
- Comment s'organise-t-elle ?
- Auriez-vous des chiffres clefs à nous donner ?
- Le public est-il composé majoritairement de locaux ou de touristes ou les deux ?
- Selon vous que représente cette fête pour le territoire ? Quel est son poids ?
- Qu'apporte-t-elle au territoire ?
- Diriez-vous que l'événementiel est caractéristique du territoire du Diois ?
- Quelle place pour la culture sur ce territoire souvent associée à sa nature ?
- Quel est l'impact du Covid ?

#### QUESTIONS STATIONS

- Quelles activités sont proposées dans les stations du Diois ?
- Pourriez-vous nous communiquer quelques chiffres-clés (fréquentation, CA...) ?
- La fréquentation est-elle plutôt locale, touristique, les deux ?
- Par quels moyens en faites-vous la promotion ? Quels sont vos moyens de communication ?
- Existe-t-il un profil type de saisonnier au sein des stations du Diois ou au contraire les profils sont-ils plutôt variés ? S'agit-il de locaux ou bien des personnes extérieures au territoire ?
- Comment les stations ont-elles été impactées suite à la crise du Covid-19 ?

## ANNEXE 2 : Acteurs privés :

	Questions	Relances
<b>Questions personnelles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Êtes-vous originaire du Diois ?</li> <li>• Depuis combien de temps travaillez-vous dans le Diois ?</li> <li>• Qu'est-ce qui vous a amené à travailler ici et dans ce domaine ?</li> <li>• Avez-vous un attachement particulier au territoire ?</li> <li>• En 3-4 mots, comment définiriez-vous le territoire du Diois ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si non, d'où venez-vous et depuis combien de temps habitez-vous sur le territoire ? Qu'est-ce qui vous a poussé à venir sur le territoire ?</li> <li>• Pouvez-vous nous parler un peu de votre parcours ?</li> </ul>
<b>Création/ Installation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pour quelles raisons avez-vous choisi de créer votre entreprise ?</li> <li>• Quand l'avez-vous créée ?</li> <li>• L'avez-vous créée seule ou avec une ou plusieurs autres personnes ?</li> <li>• Avez-vous bénéficié d'aides (financières, matériels, techniques etc.) lors de la création de votre entreprise ?</li> <li>• Quelles difficultés avez-vous rencontré ?</li> <li>• Comment a été perçue votre installation sur le territoire par les habitants ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pourquoi cette activité ? Pourquoi ce lieu ?</li> <li>• D'où provenaient-elles ? Étaient-elles suffisantes ?</li> <li>• Vis à vis de la concurrence ?</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quelle est votre activité ? Pouvez-vous nous expliquer / nous définir votre concept ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Est ce qu'il s'agit de quelque chose de nouveau sur le territoire ?</li> <li>• Si non, comment vous démarquez-vous ?</li> </ul>

<p><b>Activité / Entreprise</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quel est le statut de votre entreprise ?</li> <li>• Quel type de clientèle ciblez-vous ?</li> <li>• Par quels biais faites-vous la promotion de votre entreprise ?</li> <li>• Avez-vous des partenaires (sur le territoire) ?</li> <li>• Pour votre activité, avez-vous recours à du matériel ou des équipements spécifiques (techniques, numériques etc.) ?</li> <li>• Avez-vous des salariés ?</li> <li>• Quel est le lien entre votre entreprise et le territoire ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Y a-t-il une différence entre la clientèle que vous ciblez et celle que vous accueillez ?</li> <li>• Quels sont vos moyens de communications ? Vos partenaires ?</li> <li>• Dans quels domaines ? Qui sont-ils ? Où se situent-ils ?</li> <li>• Combien ? À quelle période ? Habitent-ils sur le territoire ?</li> <li>• En quoi votre activité est-elle ancrée dans le territoire ?</li> </ul>
<p><b>Territoire, tourisme</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment définiriez-vous le tourisme dans le Pays du Diois (quelques mots ?)</li> <li>• Quelles sont selon vous les forces et les faiblesses du tourisme sur le territoire ?</li> <li>• Si vous aviez une baguette magique, que souhaiteriez-vous en matière de tourisme pour le territoire ou au contraire qu'est-ce que vous ne souhaiteriez surtout pas ?</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La crise de Covid-19 a fortement impacté le secteur du tourisme, qu'en est-il pour votre activité ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suite au confinement, avez-vous vu une différence par rapport aux années précédentes</li> </ul>

<p><b>Covid-19</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment vous êtes-vous adapté à cette crise ?</li> <li>• Avez-vous bénéficié d'aides ?</li> <li>• Pensez-vous que votre activité puisse avoir sa carte à jouer dans cette crise ?</li> <li>• De manière générale, pensez-vous que le territoire du Diois puisse avoir sa carte à jouer suite à la crise du covid-19 ?</li> </ul>	<p>(fréquentation, types de clientèles ...)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Différence entre l'été et l'intersaison ?</li> <li>• Avez-vous procédé à des changements ? Avez-vous proposé de nouvelles choses ? Si oui, quelles sont-elles ?</li> <li>• De quels types ? D'où provenaient-elles ? Étaient-elles suffisantes ?</li> <li>• Si oui, de quelle(s) manière(s) ?</li> <li>• Si oui, de quelle(s) manière(s) ?</li> </ul>
<p><b>Expérimentation</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définiriez-vous le territoire du Diois d'innovant ?</li> <li>• Avez-vous à l'esprit des exemples d'activités ou d'expérimentations nouvelles sur le territoire en matière de tourisme ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pour quelle(s) raison(s) ?</li> <li>• Si oui, quelles sont-elles (exemples) ?</li> <li>• Qui en est à l'origine (personnes extérieures ou non au territoire) ?</li> </ul>
<p><b>Commentaire</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Souhaiteriez-vous ajouter quelque chose, un sujet que nous n'aurions pas traité ?</li> </ul>	

## Résumé

Le territoire du Diois se caractérise par ses ressources naturelles, sa “culture” de l’innovation et son histoire autour de l’accueil de nouveaux habitants. Dans un contexte de transition touristique renforcé par un effet “Covid”, ce dernier se voit aujourd’hui confronté à la nécessité de structurer son offre touristique principalement basée sur la nature : activités physiques de pleine nature, de bien-être, produits locaux...

L’étude menée ici tend à comprendre en quoi les expérimentations touristiques innovantes menées sur le territoire lui permettent de s’engager dans une transition touristique. Pour ce faire, il a semblé nécessaire de procéder à un important travail bibliographique afin de mieux comprendre le territoire et ses spécificités mais également de mener un travail d’enquête auprès des acteurs touristiques publics et privés du territoire. A partir de trois hypothèses identifiées, ce travail a permis de dégager différents résultats que sont le potentiel de structuration de l’offre touristique du territoire autour de la nature et du bien-être grâce à l’offre existante et à ses ressources, la présence d’expérimentations touristiques innovantes portées par des nouveaux habitants, dans une même démarche autour de la nature et du bien-être apportent une vraie cohérence territoriale qui se voient malgré tout freinée par des problématiques et limites sur le territoire tels que la mobilité, le manque de logement ou encore la surfréquentation qui laissent donc des marges d’amélioration.

**Mots-clefs** : Diois, Innovation touristique, Transition touristique, Covid-19, Néo-ruraux, Nature,

**Abstract** : The Diois territory is characterized by its natural resources, its innovation culture and its hospitality heritage towards new residents. In a context of tourism transition strengthened by a “Covid effect”, the territory is now facing the need to structure its touristic offer which is mainly based on nature : outdoor activities, wellness activities, local products... This study aims to understand how the innovative tourism experiments located in the Diois can help the territory to engage itself into the tourism transition. To answer that question, it seemed relevant to proceed to an important literature research in order to understand better the territory and its specificities as well as an empirical work based on semi-structured interviews with public and private touristic actors. From the three identified hypotheses, this study led to different results such as the territory's potential to structure its touristic offer around the nature and wellness themes, also that, thanks to the innovative tourism experiments led by neo-rurals in a similar approach, it creates a real spatial coherence. These opportunities are nevertheless hampered by some difficulties around mobility, lack of housing or over-frequentation which leave scope for improvement.

**Keywords** : Diois, Tourism innovation, Tourism transition, Covid-19, Neo-rurals, Nature