



HAL
open science

La microaventure : marqueur et/ou facteur de transition ?

Davy Demaline

► **To cite this version:**

Davy Demaline. La microaventure : marqueur et/ou facteur de transition?. Géographie. 2021. dumas-03345262

HAL Id: dumas-03345262

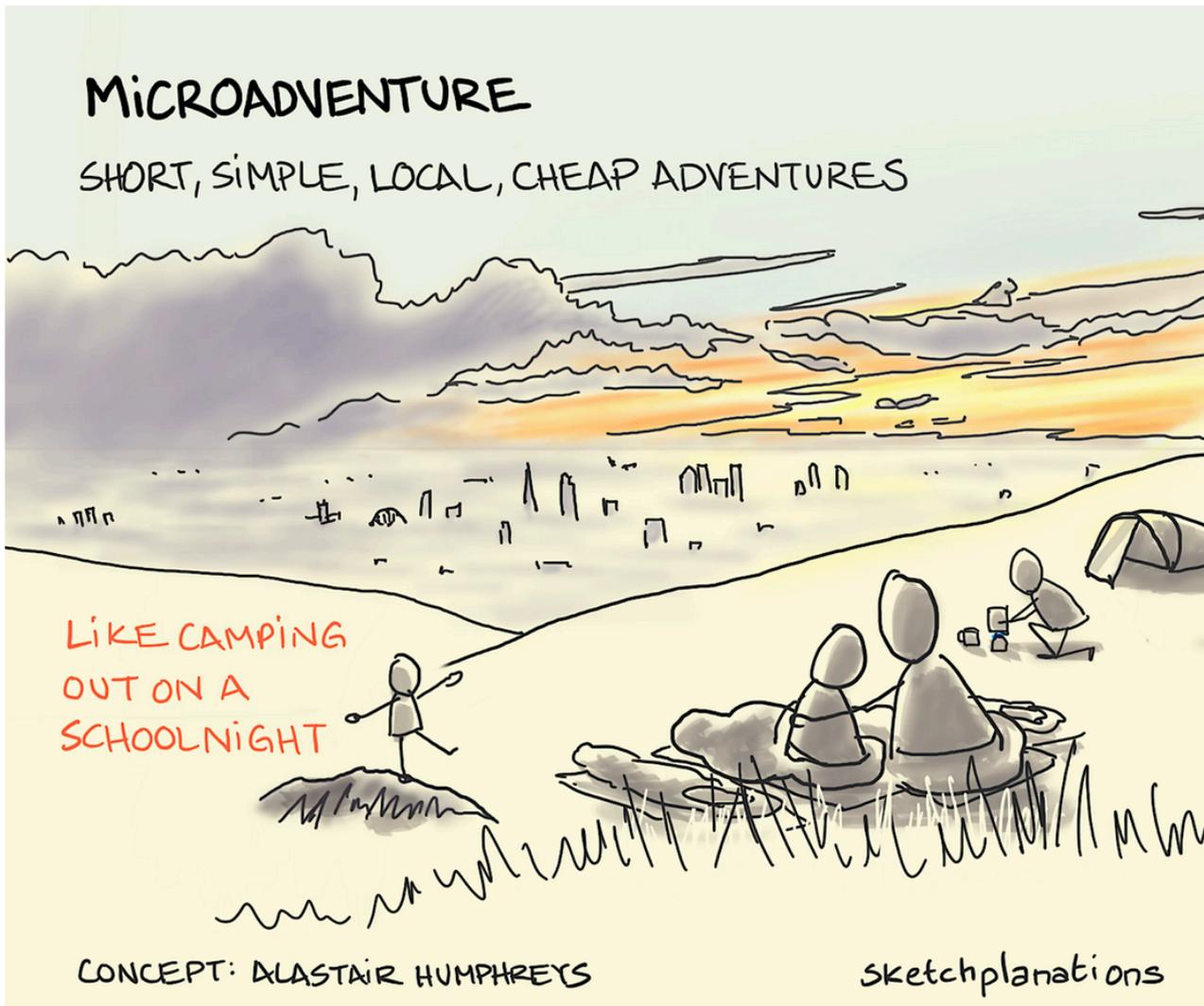
<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03345262>

Submitted on 15 Sep 2021

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

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

LA MICROAVENTURE : MARQUEUR ET/OU FACTEUR DE TRANSITION ?



Mémoire de Master 2 - Tourisme, Innovation et Transition
Année 2020 / 2021
Sous la direction de Philippe Bourdeau

Par Davy Demaline

SOMMAIRE	2
INTRODUCTION :	5
1. ORIGINES ET DEFINITION DE LA MICRO-AVENTURE	15
1.1. Une brève histoire de la microaventure	15
1.2. Approche socio-historique et socio-culturelle de la microaventure	19
1.3. Un concept inscrit dans son époque	38
1.4. Éléments de définition / caractérisation	41
2. LES ACTEURS ET LES DÉCLINAISONS DU CONCEPT DE MICRO-AVENTURE	50
2.1. Méthodologie de l'étude et de l'enquête de terrain :	50
2.2. Tour d'horizon des acteurs de la microaventure	53
2.2.1. Les acteurs privés	53
2.2.1.1. Les médias	53
2.2.1.2. Les agences et autres structures privés	69
2.2.2. Les acteurs institutionnels	78
2.2.2.1. Les CRT	78
2.2.2.2. Les Offices de Tourisme et les Comités Départementaux de Tourisme (CDT)	79
2.2.3. Les pratiquants	93
2.3. Analyse des entretiens	96
2.3.1. Les acteurs privés	96
2.3.1.1. La définition et la perception de l'évolution de la tendance	97
2.3.1.1.1. La définition et la perception du concept	97
2.3.1.1.2. La perception de l'évolution et de la « popularisation » du concept	98
2.3.1.1.3. Les publics et les attentes perçues	99
2.3.1.2. Les objectifs et les aspects territoriaux associés à la microaventure	101
2.3.1.2.1. Le rapport au territoire dans la conception et la réalisation des microaventures	101
2.3.1.2.2. Les intérêts perçus pour les territoires	103
2.3.1.3. Le modèle économique	104
2.3.1.4. Les objectifs en matière de « transition écologique et sociale » :	106
2.3.2. Les acteurs institutionnels territoriaux	107
2.3.2.1. La connaissance, la perception et l'appropriation du concept	107
2.3.2.2. Les attentes perçues et les profils ciblés	111
2.3.2.3. Les objectifs et les enjeux territoriaux associés à la microaventure	111
2.3.2.3.1. Un facteur d'attractivité et de développement touristique	112

2.3.2.3.2. Un levier pour encadrer / canaliser / répartir / sensibiliser les nouvelles clientèles urbaines des activités outdoor	113
2.3.2.3.3. Une opportunité pour les accompagnateurs	114
2.3.2.3.4. Un moyen pour développer le tourisme de proximité et des retombées économiques pour le territoire	115
2.3.2.3.5. Un vecteur de réflexion sur les aménagements « doux » du territoire pour les pratiques de pleine nature	116
2.3.2.3.6. Un vecteur pour s'adresser aux habitants	118
2.3.2.4. Le modèle économique de la microaventure	118
2.3.2.5. La microaventure comme facteur de transition	119
2.3.3. Les pratiquants	120
2.3.3.1. Les limites et les difficultés rencontrées dans l'enquête	120
2.3.3.2. Des pratiquants difficiles à cerner	121
3. LA MICROAVENTURE, UN MARQUEUR ET/OU UN FACTEUR DE TRANSITION ?	124
3.1. La microaventure comme processus de reconstruction d'un « Ailleurs désirable » dans la proximité	125
3.1.1. Réinvestir l'imaginaire de l'aventure pour réenchanter la proximité ?	125
3.1.2. Une contribution à la revalorisation des espaces ruraux non-touristiques et à une meilleure répartition des touristes sur le territoire national ?	128
3.1.3. La microaventure comme pratique transformationnelle ?	129
3.2. La microaventure et le rapport à la « nature »	132
3.2.1. Un désir de nature dans une société urbaine	133
3.2.2. Une « école » de la nature et de l'écologie ?	135
3.2.2.1. Un apprentissage de l'autonomie et de la préservation de l'environnement dans ses pratiques récréatives de nature	135
3.2.2.2. La place des accompagnateurs et l'imaginaire de l'aventure	137
3.2.3. La microaventure face aux défis de la « sur-fréquentation » de certains espaces naturels	138
3.3. La microaventure, une nouvelle forme d'itinérance ?	139
3.3.1. Une réactualisation des pratiques d'itinérance à l'aire de l'expérientielle	140
3.3.2. La microaventure et les problématiques de l'itinérance courte dans le modèle sédentaire du tourisme	142
3.4. La microaventure comme innovation de niche : limites et contradictions d'une mise en marché	144
3.4.1. Les limites et les ambivalences d'une mise en marché	145
3.4.2. Une lecture en termes de transition et de transformation territoriale	149
CONCLUSION	155
BIBLIOGRAPHIE	159

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier Philippe Bourdeau pour son accompagnement et ses conseils, sa disponibilité et son écoute bienveillante dans la réalisation de ce mémoire ; et plus largement pour la qualité et l'originalité du Master TIT qui m'a permis d'élargir mon champ de réflexion et de mettre en perspective les enjeux de transition écologique et sociale dans le champ du tourisme et au-delà. Ce travail lui doit beaucoup.

Par ailleurs, ce mémoire s'inscrit aussi dans le cadre d'un stage au sein de l'Atelier 963, aux côtés de Benoit Huraut et Pascale Renard. Je les remercie de m'avoir accordé leur confiance pour réaliser cette mission sur le même objet, la microaventure, dans la perspective d'une étude de marché et d'opportunité pour leur structure. Ce stage a largement contribué à nourrir ce mémoire et notamment à l'orienter vers une approche plus territoriale.

Je tiens aussi à remercier Dominique Kreziak de m'avoir accordé du temps pour échanger autour de ses travaux sur la microaventure.

Enfin, je tenais à remercier toutes les personnes qui m'ont accordé de leur temps pour réaliser un entretien et sans lesquelles je n'aurais pas pu réaliser ce travail.

INTRODUCTION :

L'année 2020 a été marquée au fer rouge par la pandémie de Covid-19 qui a percuté et déstabilisé en profondeur le fonctionnement de nos sociétés à l'échelle mondiale. Cette crise sanitaire majeure a affecté l'ensemble des dimensions de nos systèmes économiques, sociaux et politiques. Les mesures de lutte contre la propagation du virus, d'une ampleur inédite dans l'histoire, ont impacté des dimensions fondamentales et structurantes de nos modes de vie et de nos systèmes économiques ; limitant les libertés individuelles et notamment notre mobilité et notre rapport à l'espace ; impactant les systèmes productifs et mettant à l'arrêt de nombreux secteurs d'activité ; modifiant les conditions et notre rapport au travail avec le développement du télétravail. La crise du Covid-19 et les effets constatés des contraintes sanitaires imposées à la société ont exacerbé les problématiques et les inégalités qui traversaient déjà nos sociétés¹. La transmission du virus depuis une origine animale (appelée zoonose) a remis en exergue la centralité de la question écologique et la fragilité de nos systèmes productifs faces à leurs impacts sur les écosystèmes naturels et sur le dérèglement climatique. La récession économique engendrée en 2020 et 2021 par les mesures sanitaires est la plus importante depuis la Seconde Guerre Mondiale². Les impacts économiques, mais aussi sociaux et sanitaires, de cette crise s'avèrent plus forts sur les catégories populaires et les plus fragiles, générant un effet d'accroissement des inégalités sociales déjà à l'œuvre avant le Covid-19.

De ce point de vue, ce moment inédit de l'histoire contemporaine, dont nous ne pouvons pas encore appréhender et mesurer toutes les implications et les conséquences à venir, a mis en exergue les limites et les fragilités de nos systèmes socio-économiques faces aux enjeux de transition écologique et d'inégalité sociale. En ajoutant une crise sanitaire à un contexte déjà cerné de crises et de défis, environnementaux, politique et d'accroissement des inégalités économiques et sociales, le Covid-19 a joué un rôle d'amplificateur et de catalyseur des problématiques et des enjeux sociétaux qui se présentaient déjà à nous, révélant un peu plus le besoin de réfléchir en termes de transition et de soutenabilité.

A ce titre, le secteur du tourisme et des activités récréatives est exemplaire. Particulièrement affecté par les mesures sanitaires, le tourisme a subi (et continue de subir au moment où ces lignes sont écrites) des interdictions ou des restrictions impactant massivement ses activités. Interdisant ou limitant fortement la mobilité des individus, clouant les avions au sol, interdisant les grands événements et les grands rassemblements, prohibant et stigmatisant les concentrations de personne sur un même lieu (que ce soit en intérieur ou en extérieur), cloitrant les individus dans leur intérieur et pour beaucoup dans leur milieu urbain, la crise sanitaire a exacerbé et mis en exergue les fragilités et les axes de questionnement qui traversaient déjà l'univers du tourisme. Durant cette année hors norme et notamment durant la bulle du premier confinement, les réflexions sur le « monde d'après », un monde plus écologique, plus solidaire, plus durable à inventer pour ne pas repartir sur les mêmes bases et reproduire les mêmes erreurs, ont fleuri dans les médias³. Et le secteur du tourisme n'a pas fait exception à cet élan de réflexion. Considérant ce moment de crise aussi sous l'angle d'une fenêtre d'opportunité pour envisager des futurs alternatifs, de nombreux observateurs, intellectuels, chercheurs, professionnels ou acteurs

¹ « Les inégalités sociales face à la pandémie de Covid-19 », Rapport de la DRESS, Juillet 2020
« Rapport sur les inégalités en France, édition 2021 », Observatoire des Inégalités, Juin 2021

² 8,3% de recul du PIB en première estimation par l'INSEE, publié le 29/01/2021.

³ Pour exemple : « Sept pistes pour le « monde d'après » le coronavirus pour ne pas redémarrer comme avant », Le Monde, 06/05/2020.

associatifs du tourisme ont planché et produit des articles sur ce thème du tourisme post-covid⁴. Sans prétendre à une exhaustivité, ces projections s'appuyaient globalement sur des constats, des critiques et des pistes de réflexion préexistantes, la crise et ses effets constituant à la fois un symptôme, une démonstration et une injonction à mettre en œuvre des modèles alternatifs et plus durables de tourisme, voire même des « alternatives au tourisme » (Bourdeau, 2013 et 2020). A bien des égards, on pourrait presque observer la crise sous l'angle d'un laboratoire et d'un « crash-test » du modèle de développement actuel du secteur. Toutefois, bien que tous ces écrits post-covid semblent converger autour de l'idée que la crise sanitaire démontre clairement les limites et les fragilités du système touristique actuel, ils pointent aussi les difficultés, les résistances et l'ampleur des intérêts économiques en jeu derrière un changement de modèle dont la réalisation paraît encore très incertaine. Dans ce sens, d'autres articles prédisaient et/ou relevaient déjà au printemps 2020 les indicateurs d'une tendance à un retour à la normale, aux logiques et aux objectifs du tourisme d'avant⁵. Le « rebond » qu'appellent de leurs vœux (et de leurs décisions) les États et une grande partie de l'industrie du tourisme relativise et tempère les espoirs dans un changement radical et rapide du secteur dans les années à venir ; et plaide plutôt pour une réflexion et une dynamique en termes de transition. Toutefois, les effets massifs, inédits et « inenvisageables » jusque-là de cette crise ont mis au grand jour (et avec fracas) les limites et les fragilités du modèle actuel et participé à mettre sur le devant de la scène les tendances, les initiatives, les pratiques alternatives et les pistes de réflexion en matière de transition écologique et sociale qui se développaient déjà dans des niches et des marges du secteur.

Sans aller plus loin dans ces conjectures et cette analyse de la presse sur les conséquences du Covid-19 dans le secteur du tourisme et des pratiques récréatives (ce qui n'est pas l'objet de ce travail), il m'a semblé impossible de ne pas commencer par-là tant la crise sanitaire a constitué un événement majeur et un électrochoc. Ses répercussions et les décisions qui seront prises par les acteurs institutionnels et professionnels, mais aussi par les pratiquants / citoyens, à sa suite auront certainement des effets déterminants sur l'avenir du tourisme. Dans quelle(s) direction(s) nous mèneront ces répercussions et ces décisions, il est encore difficile de le prédire. Vers une dynamique de transition écologique ? Vers un retour, voir une explosion du désir de mobilité et d'expérience toujours plus forte après cette longue période d'interdit et de frustration ? Vers des directions nouvelles encore non identifiées ?

Mais dans un premier temps et plus directement dans le cadre du présent travail, il m'a semblé intéressant de relever que la crise sanitaire avait constitué un amplificateur et un catalyseur des problématiques et des pistes de réflexion déjà largement identifiées et engagées dans le secteur et dans le monde de la recherche. En effet, elle a renforcé et donné toujours plus d'écho aux critiques et aux remises en cause du modèle consumériste et ultra-libéral ayant abouti au modèle dominant du tourisme de masse et aux problèmes de sur-tourisme qui se sont multipliés ces dernières décennies (avec ses exemples emblématiques comme Barcelone ou Venise). Elle a ainsi contribué à mettre au centre de l'attention et des discours les questions de transition écologique et du développement d'un tourisme plus « responsable » et/ou plus « durable ». Ces objectifs se retrouvent dans les plans de soutien et de relance de l'État⁶, dans la « consultation citoyenne sur le tourisme responsable » lancée par le Comité de filière du tourisme, dans les discours officiels des grands acteurs institutionnels et professionnels du secteur. Ces déclarations ne sont pas sans contradictions et ne sont pas exemptes d'une bonne dose de « greenwashing »

⁴ Dossier « Le tourisme dans le monde d'après », *Revue Espaces*, Été 2020
Dossier « Tourisme, Année Zéro », *Le Monde Diplomatique*, Juillet 2020
Numéro spécial « Tourisme, Année Zéro », *Socialter*, Juin-Juillet 2020

⁵ Pour exemple : « Après la crise du Covid-19, un tourisme plus stable que durable », *Le Monde* du 06/07/2020

⁶ Cf. Plan de relance de l'économie et « Plan Avenir Montagnes »

lorsque l'on constate que l'objectif premier demeure le retour à la situation pré-covid et à une logique de croissance ; et lorsque l'on examine dans le détail les axes d'action et les mesures concrètes qui font une large place à l'investissement dans l'immobilier et les infrastructures, prolongeant la logique du modèle conventionnel d'un tourisme de masse⁷.

Néanmoins, malgré ces limites et ces contradictions, les questions de durabilité et de transition écologique sont plus que jamais au centre des réflexions et des discours des acteurs du tourisme. La prise de conscience croissante des impacts environnementaux et des externalités socio-économiques négatives des activités touristiques progresse autant du côté des professionnels que du côté des usagers / pratiquants. Et on peut observer la récurrence de trois grands thèmes, qui renvoient autant à des univers de pratiques alternatives et qu'à des registres d'aspirations des usagers / pratiquants : le tourisme de proximité et la revalorisation du local dans l'imaginaire touristique ; le désir de nature, l'éco-responsabilité et l'éco-tourisme ; le slow-tourisme et la recherche de lenteur, d'immersion et de simplicité. Ces trois grands thèmes reviennent largement dans les objectifs affichés et les manières de traduire en offres et en pratiques l'évolution vers un tourisme plus « durable » par les acteurs du tourisme, et notamment par les destinations⁸. Ce triptyque m'intéresse tout particulièrement dans la mesure où il a aussi sous-tendu l'émergence du concept de « microaventure », objet d'étude de ce travail.

La microaventure est un « nouveau »⁹ concept de pratique récréative qui a émergé avant la crise sanitaire, au début des années 2010, mais qui demeurerait relativement confidentiel jusque-là. Le contexte de la crise sanitaire a largement participé à le révéler et le populariser auprès d'un plus large public. Pour ainsi dire, ses caractéristiques répondaient aux contraintes imposées par la crise et aux aspirations qu'elle contribuait à renforcer chez les individus. En proposant de vivre « l'aventure près de chez soi »¹⁰, la microaventure est apparue durant cette période de confinement et de restriction de la mobilité comme une solution et une alternative pour assouvir le désir frustré de voyage, d'évasion et de nature tout en jouant dans le périmètre contraint qui nous était imposé. Mais au-delà de cet effet conjoncturel, ce concept s'est construit et s'inscrit pleinement dans les trois grands thèmes que sont la proximité, le désir de reconnexion avec la nature (et l'éco-responsabilité) et le slow-tourisme. Placés au centre des préoccupations du secteur du tourisme par la crise sanitaire, l'intérêt collectif pour ces trois grands thèmes a contribué à l'attention croissante des médias et des professionnels pour la microaventure. Dans ce sens, elle peut être observée et analysée comme un marqueur et un révélateur de l'époque, des préoccupations et des tendances de fond qui la traversent en matière de pratiques récréatives.

La microaventure et la proximité

La microaventure est un concept de pratique récréative qui a émergé au début des années 2010. Le premier à l'avoir formulé est Alastair Humphreys¹¹, un jeune aventurier britannique qui après avoir réalisé diverses expéditions aux 4 coins du monde, s'est fixé l'objectif de rester dans son pays pendant une année pour démontrer que l'on peut vivre l'aventure près de chez soi. Durant cette année, ce trentenaire londonien a concocté et réalisé de petites excursions sur deux à trois

⁷ Cf. *Plan Avenir Montagne et l'analyse de l'article « En montagne, l'Etat finance une transition à pas comptés » du Monde en date du 27/05/2021.*

Cf. *Communiqué de presse de Mountain Wilderness du 03/06/2021 au sujet du Plan Avenir Montagnes.*

⁸ Cf. *Dossier « Tourisme de proximité, tendance forcément durable » et les articles des CRT et des OTI sur leurs stratégies post-covid, Revue Espaces, Mai-Juin 2021.*

⁹ *Nous reviendrons dans la première partie sur cette question de la nouveauté du concept au travers d'un travail de contextualisation, de définition et d'analyse de ses racines/origines.*

¹⁰ *Guide Chilowé, 1ère édition 2018.*

¹¹ Cf. <https://alastairhumphreys.com/>

jours consistant à reproduire près de chez soi (ou du moins dans un rayon accessible pour un court séjour) les archétypes et les principes de base de l'expédition d'aventure habituellement réalisée en terre lointaine et sauvage. Son idée était de changer de focale et de montrer que l'aventure est avant tout une histoire de positionnement, de perspective et d'état d'esprit, et non pas de contexte géographique ; que l'aventure est accessible à tous et qu'elle peut se vivre dans sa région ; que l'on peut la vivre près de chez soi, en sortant de sa zone de confort et en changeant de posture, de regard, en investissant son territoire ou ses abords selon des modalités relevant des vacances...d'aventure. Partant de là, il définit la microaventure comme « une aventure proche de chez soi, accessible (techniquement et financièrement), simple, courte mais néanmoins réelle et marquante »¹².

Les questions de la proximité, du rapport à l'espace et à la mobilité, sont au cœur du concept de microaventure. A travers l'idée qu'il n'y a pas besoin d'aller à l'autre bout du monde, dans des territoires lointains et sauvages, pour vivre l'aventure, ce concept s'inscrit une forme de « renouvellement et de recomposition des relations entre l'ici et l'ailleurs » (Bourdeau, 2013). En décalant l'association d'idée entre l'aventure et un ailleurs lointain, la microaventure participe de ce mouvement de recomposition de l'imaginaire touristique qui réenchante le local et les pratiques de proximité. La recherche de l'altérité, le dépaysement et le décalage avec son quotidien et sa routine relève ici d'un mécanisme de transfiguration et de relecture de l'espace et de la pratique qui n'est pas sans rappeler l'approche des Situationnistes des années 1960-70 (Bourdeau, Mao, Corneloup, 2011). L'aventure devient une affaire de positionnement, de perception et de jeux avec les codes socio-culturels dominants (s'imaginer traverser les « steppes mongoles » sur le plateau du Cézallier ; descendre la Seine en paddle en région parisienne ; ou tout simplement aller camper un soir de semaine à proximité directe de chez soi).

Au travers de cette évolution dans la manière de considérer, de percevoir et d'investir la proximité et les imaginaires qui y sont associés, la microaventure porte un regard critique et s'inscrit consciemment dans la remise en cause de « l'hyper-mobilité » et de ses impacts environnementaux. En effet, l'émergence de ce nouveau concept s'est clairement faite en réaction et comme une forme d'alternative au tourisme de masse, au sur-tourisme et au rapport consumériste que ses inventeurs / promoteurs dénoncent dans le modèle dominant de l'industrie du tourisme. A l'image du mouvement du « flygskam » (en suédois « la honte de prendre l'avion ») popularisé par la militante écologiste Greta Thunberg avant le Covid-19¹³, la critique d'une mobilité sans limite (et notamment du trafic aérien) et de ses impacts environnementaux participent de ce mouvement de développement et de « revalorisation » du tourisme de proximité (Dissart, 2021), qui est ressorti renforcé par la crise sanitaire, et dont la microaventure peut aussi être analysée comme une expression.

La microaventure et le rapport à la nature

Le second pilier de la microaventure est constitué par le rapport à la nature qu'elle propose et « met en scène ». Pour bien l'appréhender, il est important de recontextualiser l'émergence de ce concept. En effet, la microaventure est surtout le fruit et le fait de personnes vivant en milieu urbain, et plus particulièrement dans les grandes métropoles. La nature, que l'on pourrait ici définir en creux comme ce qui n'est pas le milieu urbain, constitue en soi une forme d'ailleurs et d'altérité à laquelle le microaventurier aspire à se confronter. Recoupant la question de l'imaginaire de la

¹² « *Microadventure, Local discoveries for great escapes* », Alastair Humphreys, 2014.

¹³ « *Honte de prendre l'avion : comment le "flygskam" est en train de changer nos habitudes* », *Le Courrier International*, 29/10/2019 - <https://www.courrierinternational.com/revue-de-presse/tendance-honte-de-prendre-lavion-comment-le-flygskam-est-en-train-de-changer-nos>

proximité, de la nature à proximité et de l'aventure, l'émergence de la microaventure révèle deux tendances de fond de nos sociétés : une aspiration à une forme de « reconnexion » avec la nature dans une société de plus en plus urbaine et une sensibilité croissante aux enjeux écologiques de nos modèles de développement. Dans ce sens, la phrase introductive de la présentation de la MadJacques, structure emblématique en France de la microaventure, est parlante : « Nous sommes des voyageurs repentis. Des citadins en manque de chlorophylle. Des aventuriers du dimanche qui bossent la semaine. »¹⁴

Se décaler de son quotidien et de sa routine se traduit alors par le fait de sortir de la ville, de s'évader du milieu urbain, mais aussi de couper avec le mode de vie et le confort matériel qui y est associé, pour se confronter et s'immerger dans une nature perçue comme un milieu dépouillé des défauts et des caractéristiques négatives associées à la grande ville (la pollution, le béton, l'artificiel, la densité, l'agitation, la rapidité, ...), un territoire du « hors-quotidien » (Bourdeau, 2003). A travers la microaventure, ce mouvement de la ville vers la nature (mais aussi de recherche des interstices de nature et d'évasion dans la ville) traduirait une forme de retour à des aspects essentiels de la vie, mais aussi en miroir une forme de critique de nos modes de vie incarnés par le quotidien dans les grands centres urbains (à ce titre, le nom donné au projet d'une des précurseuses en France de la microaventure, Amélie Deloffre, est révélateur : « 2 jours pour vivre »).

Le désir de nature se double aussi d'une prise de conscience écologique dans le concept de microaventure. Le fait de partir moins loin, de chercher le dépaysement à proximité, sans prendre l'avion et si possible sans prendre sa voiture¹⁵, est un ressort central de cette tendance. L'écoresponsabilité est au centre des discours de ses promoteurs, non seulement en lien avec le registre de la mobilité, mais aussi dans le registre de la sensibilisation et de la transmission. Les codes de bonnes conduites pour ne pas laisser de trace et préserver la nature, les conseils pratiques et les tutoriels pour apprendre à évoluer et se débrouiller dans la nature, pour réduire son empreinte écologique dans ses activités récréatives en nature, jusqu'aux sessions encadrées par un accompagnateur centrées sur l'apprentissage et la sensibilisation au respect de l'environnement, sont très présents dans les contenus diffusés et dans les propositions des acteurs de la microaventure. A la manière d'une « école de la nature », la microaventure se veut apprenante. Au travers de la pratique, de l'expérience sensible et de l'immersion, le microaventurier développerait ainsi sa connaissance, son attachement et son engagement à préserver la nature.

La microaventure, le slow-tourisme et l'itinérance

Sans que ce soit formulé explicitement, la microaventure peut se rapprocher à bien des égards des principes et des caractéristiques du slow-tourisme. Inspiré du mouvement « Slow Food »¹⁶, le slow-tourisme se veut être une traduction dans le secteur du tourisme des principes et des valeurs portées par le mouvement « slow » qui s'inscrit dans une remise en question du modèle consumériste et productiviste, et promouvant des formes alternatives au tourisme de masse dans une perspective de transition écologique et sociale (Mazuel, 2018). Souvent utilisé et perçu comme un synonyme de tourisme durable, le concept de slow-tourisme s'attache plus

¹⁴ <https://www.madjacques.fr/a-propos> ; Nous reviendrons dans les parties 1 et 2 sur cette structure qui incarne bien les principes et les valeurs revendiquées par la microaventure.

¹⁵ A l'instar de la start-up « Helloways » (<https://www.helloways.com/>) qui propose des idées et des topos de randonnées accessibles en transport en commun à proximité des grandes métropoles françaises.

¹⁶ Mouvement de contestation contre la mal-bouffe et la disparition des traditions et cultures alimentaires locales amorcé au début des années 80 en Italie, dont le nom fait référence au « fast food ».
<https://www.slowfood.com/fr/a-propos-de-nous/>

spécifiquement à promouvoir les « mobilités douces » et un autre rapport au temps et aux territoires visités. L'archétype du slow-tourisme est le voyage en itinérance, utilisant un mode de déplacement dit « doux » (à pied, à vélos, à cheval, en bateau, ...) pour prendre le temps de s'immerger, de découvrir plus en profondeur les territoires traverser et de laisser plus de place à la rencontre avec ses habitants et ses acteurs. Les acteurs institutionnels du tourisme se sont largement appropriés ce concept, notamment au niveau des territoires, dans la perspective d'une transition vers un tourisme plus durable¹⁷. Le slow-tourisme est notamment perçu comme une opportunité pour les territoires ruraux, loin des grands sites et des grandes destinations touristiques.

Le rapport au temps et à l'espace promu par le slow-tourisme, notamment au travers de la pratique de l'itinérance, se retrouvent aussi dans la microaventure qui, vue sous cet angle, pourrait être interprétée comme une forme de slow-tourisme. En effet, la notion d'itinérance s'appuyant sur une mobilité douce est au centre du concept de microaventure. Le chemin, le trajet et la manière de se déplacer sont au cœur de l'expérience et sont aussi (voir plus) importants que la destination (Boutroy, 2008). Ils sont le vecteur et le moyen de l'immersion et de la rencontre en profondeur avec le territoire et ses habitants. Éloge de la lenteur, de la simplicité (des moyens et des activités) et d'une forme de sobriété, l'itinérance douce permettrait ainsi de vivre une expérience et une relation authentique avec les lieux et leurs populations.

Le rapprochement avec la notion d'itinérance apparaît pertinent pour analyser les dimensions pratiques et symboliques de la microaventure. En mettant en avant le caractère « aventureux » d'une pratique qui inclurait (voire rechercherait) une dose d'incertitude, d'effort et d'imprévu, la confrontation avec la nature et le fait de sortir de sa zone de confort, une forme de dépassement de soi et de ses limites, la microaventure témoigne d'un ancrage culturel et historique dans les différents référentiels de l'itinérance. Trouvant leurs racines dans le pèlerinage religieux, dans les grandes expéditions et explorations du monde des premiers grands voyageurs, dans les grands mouvements associatifs républicains ou confessionnels, allant du scoutisme à l'éducation populaire, en passant par le CAF ou la FFRP, jusqu'à sa forme « purement » touristique contemporaine relativement dépouillée de ces références historiques, cette pratique de l'exploration et de la découverte de la nature s'est déclinée dans une diversité de forme culturelle et de référentiel idéologique, religieux, éducatifs, sportifs ou esthétiques (Corneloup, 2008). Néanmoins, toutes ces formes d'itinérance semblent partager un point commun, au-delà des caractéristiques de la pratique en elle-même : une symbolique de l'épreuve qui transforme et qui grandit l'individu. En se confrontant à la nature et en surmontant les incertitudes et les difficultés qu'elle présente, l'itinérant s'éprouve, se dépasse, s'améliore et se transforme.

Cette notion d'expérience et de pratique transformatrice liée à l'itinérance offre une grille de lecture intéressante pour analyser le concept de microaventure. De manière plus ou moins explicite et marquée, cette dimension se retrouve assez largement dans les discours des acteurs de la microaventure (« Partir à l'aventure transforme durablement »¹⁸), notamment au travers d'une dialectique de « l'aventure réinventée », de la « sortie de sa zone de confort », du « dépassement pour mieux se retrouver ».

¹⁷ Le slow-tourisme est un axe de développement promu par la DGE et Atout France
<https://www.entreprises.gouv.fr/fr/tourisme/developpement-et-competitivite-du-secteur/slow-tourisme-france>
<http://www.atout-france.fr/services/les-tutos-du-slowtourisme>

¹⁸ Introduction du livre « 2 jours pour vivre » d'Amélie Deloffre, 2019.

La microaventure, un marqueur et/ou un facteur de transition écologique et sociale ?

La crise du Covid a ainsi constitué un amplificateur et un catalyseur des remises en question du modèle dominant de développement touristique, voire un laboratoire et une forme de crash-test de ses limites et de ses fragilités face aux risques et aux défis qui s'accumulent depuis plusieurs décennies (environnementaux, politique et sécuritaire, économique et sociale, et maintenant sanitaire). En clouant les avions au sol et en réduisant drastiquement notre mobilité, en limitant (voire même en interdisant) les grandes concentrations de personnes, elle a mis en exergue les problématiques et les dérives du tourisme de masse et du sur-tourisme, la forte dépendance du modèle actuel à la mobilité internationale s'appuyant sur un secteur aérien peu cher et en croissance permanente (Bourdeau, 2020 ; Gombault / Lemarié / Fouillet, 2020), imposant aux professionnels de reconsidérer l'importance accordée à la clientèle et aux activités infra-nationale (Dissart, 2021 ; Zinser / Marcotte / Bourdeau, 2020 ; Berriane, 2020).

Dans ce contexte de crise, les questions de transition écologique et d'évolution du modèle vers un tourisme plus durable se sont avérées d'autant plus pressantes et urgentes, contribuant à mettre en avant les thèmes du tourisme de proximité, de l'éco-tourisme et du désir de nature, du slow-tourisme et de l'itinérance. Se positionnant au croisement de ces 3 grands thèmes, la micro-aventure est ainsi apparue comme une réponse et une opportunité intéressante, autant pour les pratiquants que pour une partie des professionnels. Pour ainsi dire « révélée » au grand public par le Covid-19, cette nouvelle tendance auparavant relativement confidentielle s'est vue exposée dans les médias nationaux¹⁹. Dans le même temps, un nombre grandissant d'acteurs privés et institutionnels du tourisme ont commencé à porter attention à cette tendance montante et à se l'approprier. C'est notamment le cas au niveau des territoires et de leurs structures de développement et de promotion touristiques qui ont commencé à intégrer le concept de microaventure dans leur répertoire marketing et de communication de leurs offres²⁰.

S'apparentant à une pratique de niche, la micro-aventure s'est initialement développée et structurée autour de communautés de pratiquants, notamment par l'intermédiaire des réseaux sociaux. A mesure que le concept se diffusait et que les communautés de pratiquants grandissaient, des initiatives se sont structurées et professionnalisées, portées par des pratiquants passionnés. Dès 2017 / 2018, plusieurs projets centrés sur ce concept ont émergé en France, majoritairement sous forme de médias en ligne dans un temps premier temps (Chilowé, 2 Jours pour Vivre, The Other Life ...), très vite suivis par d'autres structures et activités, dédiées ou intégrant fortement la microaventure dans leur projet (Helloways, Les Others, Explora Project, La MadJacques ...). Depuis les médias communautaires aux agences de voyages, en passant par l'édition du guide papier, le développement d'applications numériques d'itinéraires ou l'évènementiel dédié, le spectre des activités couvertes par cette nouvelle constellation de jeunes structures centrées sur la microaventure s'est rapidement élargi.

A mesure que le concept se diffusait au-delà des communautés de pratiquants initiales, des acteurs « conventionnels » du tourisme ont commencé à s'intéresser au concept (agence de voyage, office de tourisme et autre Organisme de Gestion des Destination (OGD), compagnie aérienne ...), avant même l'arrivée du Covid-19, et à s'en emparer pour enrichir leur stratégie

¹⁹ « La micro-aventure : la tendance qui monte », *L'Obs*, 08 mars 2020

« La micro-aventure, une autre façon de voyager en France », *Le Figaro*, 16 mai 2020

« La micro-aventure, grande tendance du post-confinement », *Les Echos*, 19 juin 2020

« Micro aventure : l'exploration à deux pas de chez soi », *France Inter*, Thème de l'émission « L'été comme jamais » du 03 août 2020.

²⁰ Cf. Pour exemple l'office de tourisme de Vallon Pont d'Arc ou le CDT de la Haute-Loire.

marketing et leur panel d'offre. Mais c'est surtout la crise sanitaire qui a accéléré ce mouvement d'appropriation du concept de microaventure, notamment de la part des territoires et de leurs OGD, voyant une opportunité dans cette tendance montante qui de surcroît répondait et s'inscrivait dans les préoccupations et les thématiques fortes du moment : la proximité, la nature, les mobilités douces, l'authenticité, etc. On a ainsi vu apparaître courant 2020 des offres d'activités et/ou de séjours labellisées « microaventure » dans les catalogues et sur les sites internet de certaines grandes agences de voyage d'aventure (Terres d'Aventure, Chamina ...) et d'un nombre croissant de destinations (Vallon Pont d'Arc, Trièves, Avoriaz ...).

Ce processus de professionnalisation / institutionnalisation peut être perçu par les premiers pratiquants comme un dévoiement de l'esprit initial du concept. Comportant une dimension d'autonomisation et d'auto-apprentissage de l'aventure par les pratiquants, sa mise en marché et en package d'offre de séjour clé en main peut apparaître sujet à caution pour certains tenants d'une approche plus « militante et émancipatrice ». D'autant plus lorsque son appropriation par des acteurs « conventionnels » du tourisme se limiterait parfois à apposer le terme de microaventure sur des activités et des séjours préexistants qui n'en relèverait pas.

D'un autre point de vue, on peut aussi observer et interroger ce phénomène de professionnalisation / institutionnalisation sous l'angle d'un processus de « contamination » du système touristique dominant par une innovation émergeant de la marge. Réinterprétant et détournant certains codes des pratiques touristiques et des activités de pleine nature dans l'intention de proposer une alternative au modèle conventionnel, la microaventure pourrait être abordée comme une forme de « laboratoire récréatif » (Corneloup, 2017, 2019) ou de « tourisme des interstices » (Bourdeau, 2013, 2019, 2020) intégrant progressivement le système sociotechnique et culturel dominant. Partant de cette grille de lecture, inspirée des Transitions Studies (Audet, 2015), cela nous amène à poser la question suivante : est-ce que la microaventure peut influencer et participer à faire évoluer le système touristique dans le sens d'une transition écologique et sociale ? Ou est-ce que le système touristique dominant aura tendance à absorber et à transformer la micro-aventure pour la rendre compatible avec son modèle de fonctionnement ?

Relevant d'abord d'une pratique de niche, émergeant de communauté de pratiquants évoluant à la frontière et/ou à la (jouant sur les) marge(s) du modèle touristique dominant, la microaventure s'inscrit et répond néanmoins à un certain nombre d'attentes et de tendances de fond qui traversent nos sociétés post-industrielles : le réinvestissement du local et le réenchantement de la proximité, la réduction de l'impact environnemental de nos pratiques récréatives, le désir de reconnexion avec la nature, la recherche d'authenticité et de fuite du tourisme de masse. En cela, elle peut être observée comme un marqueur et un révélateur de l'époque, témoignant d'une évolution des aspirations et des codes socioculturelles des pratiques récréatives.

De quoi l'émergence de la microaventure est-elle le marqueur ? De quelles évolutions et mutations dans les aspirations et les manières de percevoir / concevoir les vacances et le voyage témoigne-t-elle ? Constitue-t-elle simplement une manifestation des mouvements de fond qui traversent le secteur du tourisme ou peut-elle aussi représenter un facteur de changement et participer à la transition écologique et sociale de nos pratiques récréatives ?

En m'appuyant sur les 3 grands thèmes sous-jacents à l'émergence de la microaventure, je structurerai mon analyse autour des 3 axes de questionnement suivants :

- L'imaginaire touristique de la proximité et de l'aventure, notamment au travers de la question de la recomposition du clivage symbolique entre l'ici et l'ailleurs.

- Le rapport à la nature et les enjeux / objectifs de réduction des impacts environnementaux de nos pratiques récréatives.
- Le réinvestissement des pratiques d'itinérances et notamment dans leur dimension transformative.

Une focale territoriale et plus spécifiquement sur les territoires de moyenne montagne

Pour aborder ce sujet et compte tenu du cadre de ce travail, il m'a semblé nécessaire, et néanmoins pertinent, de circonscrire et de concentrer mon attention sur l'échelle territoriale et sur une typologie de territoire : les destinations de montagne et majoritairement de moyenne montagne.

D'un point de vue méthodologique, ce choix me permet d'étudier mon sujet/objet à une échelle observable (au regard du cadre et des moyens de ce travail) et cohérente dans la mesure où c'est au niveau des territoires que se structure, se définit et se gère une grande partie des actions et des politiques d'aménagements et de développement touristiques. Et c'est aussi à cette échelle que s'organise et se déploie l'échelon de base des écosystèmes socio-professionnels touristiques.

Le choix d'une focalisation plus spécifiquement sur les territoires de moyenne montagne s'explique par plusieurs facteurs. Il s'agit en partie d'une décision d'ordre pratique dans le cadre de mon travail de terrain. Étant basé à Grenoble, il était en effet plus abordable et moins contraignant de m'intéresser aux territoires environnants. Il me faut aussi être transparent sur une appétence et une inclination personnelle pour l'univers et le milieu montagnard.

Néanmoins, cette double focale territoriale et sur la moyenne montagne m'apparaît pertinente et signifiante au regard de mon objet d'étude, de ses caractéristiques et de l'histoire de son développement et sa diffusion. En effet, la pratique de la microaventure concerne majoritairement des urbains qui aspirent à s'immerger et se confronter à la nature. Les territoires ruraux constituent ainsi les cibles privilégiées et les premiers concernés par cette pratique²¹. Fortement associée à l'imaginaire de l'aventure, la montagne tient une place particulière dans les milieux et les aspirations des pratiquants de la microaventure, autant de part ses caractéristiques géographiques et esthétiques, que symboliques et culturelles. En outre, se voulant « accessible » (notamment en matière de technicité et d'engagement physique) et hors des sentiers battus, la haute-montagne et les stations de ski ne constituent pas les milieux et les lieux privilégiés de la microaventure (du moins pour le moment). C'est pourquoi les territoires ruraux de moyenne montagne apparaissent comme un terrain d'étude pertinent pour cet objet.

En outre, cette focale territoriale m'a semblé d'autant plus adaptée qu'elle correspond et renvoie à l'échelle de la proximité et du local à laquelle aspirent les pratiquants et dans laquelle se projette la pratique. En cela, les destinations et leurs OGD semblent ne pas s'y tromper en étant parmi les premiers (et les plus nombreux) acteurs conventionnels du tourisme à s'intéresser et à commencer à s'approprier le concept de microaventure, identifiant dans cette « nouvelle tendance » des attentes et de potentielles opportunités pour leurs développements touristiques. Aussi, je me suis principalement attaché dans ma recherche de terrain à questionner la manière dont un panel d'acteurs « conventionnels » du tourisme implantés sur des territoires de moyenne montagne percevaient et s'appropriaient (ou non) la microaventure. Est-ce que ce nouveau concept pouvait participer et contribuer à répondre à certains de leurs objectifs, enjeux et/ou problématiques ?

²¹ Cf. *Les contenus des guides, des médias en ligne et des agences spécialisés sur la microaventure (Chilowé, 2 Jours pour Vivre, Helloways et En Nature Simone, Les Others, ...)*.

Lorsque c'est le cas, comment se concrétise cette appropriation ? Par quelles actions et quelles offres se traduit-elle ? En s'inscrivant dans les pas et dans les principes défendus par ses premiers pratiquants / promoteurs ? Ou en réinterprétant et en « pliant » le concept pour qu'il corresponde à leurs propres perceptions, modèle de fonctionnement et objectifs ?

Dans ce travail d'observation, je me suis appuyé sur la grille de lecture et d'analyse esquissée précédemment, au travers de trois axes de questionnement :

- La recomposition des imaginaires associés à la proximité et à l'aventure.
- Le rapport à la nature et aux enjeux associés à la crise environnementale.
- Le rapport à l'espace-temps de la pratique au travers de la notion d'itinérance.

A travers cette grille, qui a guidé et structuré mon travail de terrain, je me suis attaché à observer et à questionner la manière dont la microaventure peut ou pourrait constituer un marqueur et/ou un facteur de transition écologique et sociale à l'échelle des territoires.

En complément de cette approche territorialisée, centrée sur l'offre et principalement sur les acteurs institutionnels et structurant du développement touristique au niveau des territoires (en intégrant aussi dans une moindre mesure des socioprofessionnels), je ne pouvais pas faire l'économie d'un recueil d'information auprès de la « communauté » (au sens large) de la microaventure, de ses acteurs spécialisés et notamment des structures pionnières en France, mais aussi auprès de certains pratiquants (dans une moindre mesure ici aussi). Bien que n'étant pas ancrés sur les territoires observés (mais s'inscrivant plutôt dans une échelle nationale), mon objectif était ici de collecter l'esprit « initial » et le discours « officiel » sur la microaventure portés par les acteurs spécialisés qui l'ont introduit et développé en France ; et de les mettre en regard de des manières de percevoir et de s'approprier ce concept de la part des acteurs des territoires observés. En outre, ce recueil d'information auprès des « pionniers » et des acteurs spécialisés de la microaventure m'a permis d'observer et d'identifier des lignes de divergences, des ambivalences et des contradictions qui traversent les projets, les discours, les motivations et les orientations prises par cette « nouvelle niche récréative ».

Aussi, pour préciser la morphologie de ce mémoire, je m'attacherai dans une première partie à revenir sur l'histoire, les origines et les affiliations, le contexte d'émergence du concept et de ses premières déclinaisons, dans un objectif de définition (ou du moins de caractérisation) de la microaventure. Dans une seconde partie, je présenterai le cadre et les fruits du travail d'observation et d'enquête sur lesquels est basée cette étude. Cette retranscription s'articulera en trois sous-parties autour des grandes catégories d'acteurs que sont les acteurs institutionnels des territoires observés, les acteurs privés (socio-professionnels locaux et acteurs nationaux spécialisés ou généralistes) et les pratiquants. Enfin, dans une troisième et dernière partie, j'analyserai et discuterai cette matière recueillie, notamment par le prisme des trois catégories d'analyse précédemment évoquées, ainsi qu'en terme de potentiel et d'opportunité de développement touristique et économique.

1. ORIGINES ET DEFINITION DE LA MICRO-AVENTURE

Pour poser les bases de ce travail, il est nécessaire de commencer par un retour sur l'histoire, les racines et le contexte d'émergence de mon objet. La microaventure s'inscrit en effet dans le prolongement et dans l'histoire des pratiques récréatives de pleine nature. Elle est le fruit d'une époque et d'un contexte sociétal qui sous-tend son émergence et qu'il est nécessaire de replacer pour bien en comprendre les ressorts, les caractéristiques, le sens, les motivations et les aspirations investies dans celle-ci autant par les pratiquants que par ses promoteurs et les professionnels qui s'en saisissent.

C'est à partir de ces bases que je pourrai ensuite tenter de définir et de caractériser le concept de cette nouvelle « niche » de pratiques récréatives. Comme nous le verrons, cette entreprise de définition n'est pas sans poser de question et se heurte à des limites, des ambivalences et des contradictions dans la délimitation de ce qui relèverait et ce qui ne relèverait pas de la microaventure. Derrière ces difficultés pour définir la microaventure se nichent aussi des enjeux concernant la mise en marché et le devenir du concept, en tension entre ce qu'on pourrait appeler une conception « initiale et militante » et une conception « réinterprétée et adaptée » aux besoins et aux objectifs d'une mise en marché.

Enfin, j'esquisserai une traduction de cette ligne de tension entre deux conceptions de la microaventure en termes de forme culturelle des pratiques récréatives : les formes « post-moderne » et « trans-moderne » (Corneloup, 2010, 2017, 2019).

1.1. Une brève histoire de la microaventure

Tout d'abord, revenons sur le terme même de microaventure, contraction de « micro » et « aventure », pour aborder cette recontextualisation du concept dans l'histoire des pratiques touristiques et récréatives.

Aventure : « Entreprise comportant des difficultés, une grande part d'inconnu, parfois des aspects extraordinaires, à laquelle participent une ou plusieurs personnes. »
(Source : <https://www.larousse.fr/>)

Micro- : « Élément de composition signifiant *petit / court* et servant à former de nombreux termes scientifiques. » « Préfixe entre dans la construction de termes savants. Caractère comme petite, courte, une partie d'un tout (d'un sujet, d'un objet) spécifié par le 2ème élément. » « En sciences humaines, renvoie à l'étude d'un objet ou d'un phénomène à une échelle restreinte - micro (en référence à une gradation micro / méso / macro). »
(Source : <https://www.cnrtl.fr/definition/> et <https://dictionnaire-academie.fr/>)

La notion d'aventure, bien qu'associée au préfixe « micro » qui la modulerait, apparaît centrale dans le concept. Dans son acception contemporaine liée au voyage et au tourisme, l'aventure est généralement associée à des entreprises extraordinaires, des expéditions en terres sauvages, à de long périple dans des pays lointains et inconnus, à des expériences fortes et dangereuses qui sont réalisées par des personnes aux qualités physiques et techniques spécifiques. Il s'agit

d'expériences qui ne sont pas à la portée du plus grand nombre et dont les récits ou les documentaires contant les péripéties font rêver et frissonner à la fois.

L'association avec le préfixe « micro- » renvoi à l'idée d'une réduction ; mais de quoi ? De l'ampleur et du temps de l'aventure ? Des difficultés, de l'incertitude, de l'imprévisibilité et de la dangerosité ? De la technicité requise ? De l'éloignement géographique ? Ou peut-être un peu de tout ça en même temps dans l'objectif de rendre « l'aventure » accessible au plus grand nombre ? Mais sans difficulté, sans incertitude, sans inconnu, est-ce qu'une aventure resterait une aventure ? Il semblerait que c'est à cette forme de compromis et d'objectif que le concept et la pratique de la microaventure se proposent de répondre.

La microaventure est un concept de pratique récréative qui a émergé au début des années 2010. Le premier à l'avoir formulé est Alastair Humphreys, un aventurier britannique sélectionné parmi les dix « aventuriers de l'année 2012 » par le magazine National Geographic²². Après de multiples aventures et expéditions aux 4 coins du monde²³, il s'est fixé l'objectif de rester dans son pays pendant une année pour prouver (et se prouver) que l'on peut vivre l'aventure près de chez soi, sans être Mike Horn et sans prendre l'avion. Durant cette année, ce trentenaire londonien a concocté et réalisé de petites excursions sur deux, trois ou quatre jours consistant à reproduire à proximité de son domicile (ou du moins dans un rayon accessible pour un court séjour) les archétypes et les principes de base de l'expédition d'aventure habituellement réalisée en terre lointaine. Allant dormir à la belle étoile en haut d'une colline, à proximité de Londres, en sortant du travail pour repartir le lendemain matin à l'heure pour reprendre le premier train du matin avant de retourner au travail ; rejoignant la mer en vélo pour dormir sur une plage de la Manche le temps d'un WE ; partant par le train de nuit vers les montagnes écossaises pour gravir une montagne enneigée, se baigner dans un lac et reprendre le train du lendemain ; telles sont les micro-aventures qu'Alastair Humphreys s'est employé à réaliser sur cette année.

Comme nous l'avons déjà évoqué dans l'introduction, son intuition de départ était que l'expérience de l'aventure était avant tout une question d'état d'esprit, de positionnement et de perception du contexte et de la pratique. En changeant de focale et de posture, en se décalant et en changeant de perspective sur son quotidien et sa routine, en jouant et en détournant les codes de la pratique, on pouvait vivre de « réelles » aventures en bas de chez soi et sans changer de contexte géographique et culturel. Sa première microaventure incarne particulièrement bien cette idée de départ. En effet, Alastair Humphreys a réalisé un tour à pied de l'agglomération londonienne en suivant le tracé de la M25, l'équivalent de la Francilienne en région parisienne. En investissant cet espace non-touristique apparemment sans intérêt, cette voie de communication faisant plus figure de repoussoir et de « non-lieu » (Augé, 1992, 2010), cette microaventure traduit bien cette démarche de détournement et de relecture des codes socio-spatiaux et socio-culturels qui n'est pas sans rappeler les approches situationnistes des années 1960 ou du tourisme expérimental des années 2000 (Bourdeau, 2011).

Alastair Humphreys s'est aussi voulu, dès les années 2011 et 2012 où il expérimente son idée, promoteur et vulgarisateur. En s'appuyant sur les réseaux sociaux, il a tout de suite mis en scène, produit de courtes vidéos et diffusé les récits de ses microaventures. Dès le début, son intention est de propager et de démocratiser cette idée, ce concept de pratique récréative qui ambitionne de rendre l'aventure accessible à tous, insérable dans les contraintes du quotidien (notamment des urbains), réalisable près de chez soi, en sortant de sa zone de confort et en changeant de posture, de regard, en investissant son propre territoire selon des modalités relevant du voyage d'aventure.

²² <https://www.nationalgeographic.com/adventure/article/alastair-humphreys>

²³ Pour exemples : traversée du Groenland à ski ; tour du monde à vélo ; traversée de l'Atlantique à la rame.

Dans cette perspective, il participa activement à créer et animer des communautés de pratiquants sur les réseaux sociaux. Et en 2014, il publia son livre « Microadventure, Local Discoveries for Great Escapes », dans lequel il développe son idée et sa vision de la microaventure, et propose une somme d'exemples, d'inspirations et de conseils pour se lancer dans la pratique. Il est assez intéressant de noter (et nous y reviendrons plus tard) que l'auteur utilise régulièrement la notion de « challenge » pour qualifier ses microaventures et comme ressort motivationnel pour s'adresser aux aspirants microaventuriers. Il s'agit là d'un registre de discours renvoyant aussi à l'univers économique et managérial contemporain, ainsi qu'à des registres de la performance et du dépassement de soi.

A la suite de la publication de ce livre et à mesure que le concept se diffusait via les réseaux sociaux et les communautés de pratiquants, les grands médias généralistes ont commencé à repérer et à s'intéresser à la microaventure, essentiellement dans l'univers anglo-saxon dans un premier temps²⁴. Les professionnels du tourisme n'ont pas tardé à suivre et dès 2016, la microaventure est identifiée comme une tendance clé pour le marché européen dans le Global Trend Report de l'ABTA (Association of British Travel Agents) et Euromonitor International²⁵. Mais son appropriation et sa mise en marché par les acteurs du tourisme restent marginales à ce stade dans les pays anglo-saxons et c'est finalement en France que la microaventure va s'enraciner et se développer le plus fortement, notamment via l'émergence de structures et de projets centrés sur le concept.

C'est à partir de 2016-2017 que la microaventure commence à être relayée par les médias français²⁶. A l'image des pays anglo-saxons, la tendance se diffuse et s'implante dans un premier temps par l'intermédiaire de communautés de pratiquants sur les réseaux sociaux et des médias. Mais rapidement, des initiatives émergent, se structurent, se professionnalisent autour de pratiquants passionnés qui se transforment en porteurs de projet et en entrepreneurs. L'année 2017 voit ainsi apparaître les projets de Chilowé et de 2 Jours Pour Vivre, pionniers et emblématiques en France de la microaventure et tous les deux lancés sous la forme d'un média communautaire spécialisé avant de diversifier leurs activités. Le premier est créé par un duo de parisiens trentenaires qui se sont rencontrés et retrouvés autour d'une pratique et d'une passion commune pour l'aventure et les activités de pleine nature. D'abord avocat pour l'un et ingénieur pour l'autre, la création de Chilowé constitue un changement et une seconde vie professionnelle. Il en va de même pour la fondatrice de 2 Jours Pour Vivre qui a mis de côté son activité de communicante et de spécialiste en data visualisation pour lancer son projet autour de la microaventure. Pour elle aussi, cette seconde vie professionnelle s'articule autour d'une pratique et d'une passion personnelle pour « l'aventure ».

Dans la foulée, d'autres initiatives et structures ont émergé et/ou se sont appropriées le concept comme Les Others, Helloways ou La MadJacques, venant grossir les rangs d'une constellation naissante de projets autour de la microaventure en France. Dans le même temps, le champ professionnel du tourisme commence à identifier et à s'intéresser à cette nouvelle tendance venue

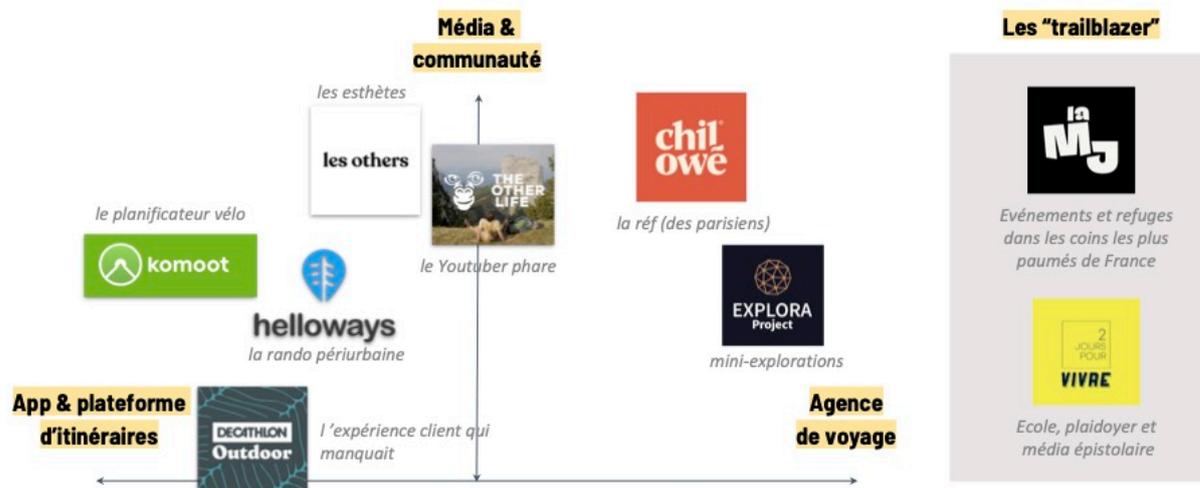
²⁴ <http://edition.cnn.com/2014/08/20/sport/alastair-humphreys-adventurer/>
<https://www.theguardian.com/travel/2014/sep/18/uk-microadventure-breaks-budget-travel-thrills>
https://www.huffpost.com/entry/10-tips-to-live-more-adventurously-even-with-a-9-to-5-job_b_5477813
https://www.nytimes.com/2015/03/22/travel/the-virtues-of-microadventures.html?_r=0

²⁵ <https://blog.euromonitor.com/video/highlights-from-the-world-travel-market-global-trends-report-2016/>

²⁶ <https://www.theriderpost.com/lifestyle/le-concept-de-micro-aventure-va-changer-votre-vie/>
<https://www.leprogres.fr/lifestyle/2016/11/11/la-micro-aventure-seduit-de-plus-en-plus-les-voyageurs-presses-par-le-temps>
https://www.huffingtonpost.fr/2018/07/09/cet-ete-pensez-a-la-micro-aventure-pour-vous-evader-sans-partir-loin-ni-vous-ruiner_a_23477758/

d'outre-Manche²⁷. Mais jusqu'à la crise du Covid-19, la microaventure demeure une pratique de niche relativement confidentielle qui reste l'apanage de ces quelques jeunes structures et de communautés d'initiés.

Le paysage de la micro-aventure & ses acteurs :



Source : 2 Jours Pour Vivre - Webinaire du 12/05/2021 co-organisé par CRT de Nouvelle-Aquitaine et Trajectoires Tourisme

Nous y reviendrons plus en détail dans la seconde partie mais il est signifiant de relever dès maintenant les différences et les nuances entre ces projets pionniers de la microaventure en France que je distinguerai autour de 3 axes :

- la spécialisation et le centrage autour du concept de microaventure
- la préexistence de la structure à la diffusion du concept en France
- l'inscription explicite et l'utilisation du concept de microaventure

En effet, les structures comme Chilowé et 2 Jours Pour Vivre se distinguent des autres par leur spécialisation et leur centrage autour du concept de microaventure. Renforcées par leur caractère pionnier, cela explique notamment pourquoi elles font figure d'emblèmes en France sur ce créneau et sont très largement interviewées et citées par les médias à ce sujet. Parallèlement, nous avons un autre profil de structures qui existaient déjà ou qui étaient en cours de lancement au moment où la microaventure a commencé à se diffuser dans le pays et qui ont vu dans ce concept des similitudes et des correspondances avec leurs projets. Les Others ou Helloways / En Nature Simone relèvent de cette catégorie qui s'est appropriée le concept a posteriori mais qui n'est pas exclusivement centrées sur celui-ci. Pour les premiers, il s'agit d'un média d'inspiration pour les « amoureux d'outdoor »²⁸, du voyage et de l'aventure en pleine nature créé en 2012. Le second est une plateforme / application numérique d'itinéraires de randonnée pédestre centrée sur le concept de la proximité des grandes agglomérations et de l'accessibilité en transport en commun²⁹, lancée en 2018. Et enfin, nous avons une troisième catégorie de structure qui est

²⁷ <https://tendances-tourisme.fr/tendances-microaventures-opportunit-e-tourisme-rural/>
<https://www.monatourisme.fr/micro-aventure-coup-de-marketing-ou-vraie-tendance/microaventure-maritzacollin/>

²⁸ Cf. <https://www.lesothers.com/>

²⁹ Cf. <https://www.ennaturesimone.com/a-propos/>

régulièrement associée à la microaventure, dont les activités et le positionnement semblent relever du concept, mais qui ne l'utilisent pas ou peu dans leur communication, à l'exemple d'Explora Project et de La MadJacques. La première, lancée en 2018, est une agence de voyage d'aventure qui se veut « responsable et durable », notamment via un modèle initialement centré sur des court-séjours, à proximité (le national) et accessible en train ou co-voiturage³⁰. Tandis que la seconde, créée en 2018 aussi, s'est construite autour d'un concept relevant plus de l'évènementiel, de l'idée de proposer des « courses d'aventure »³¹ intégrant une forte dose de festif, de ludique et de convivialité.

Cette rapide histoire de la microaventure permet de mettre en exergue deux dimensions et aspects qui me semblent caractéristiques et significatifs dans l'émergence de ce concept :

- une origine et un ancrage dans les univers du « voyage d'aventure » et des activités de « pleine nature » (régulièrement appelées « outdoor » par ces acteurs)
- une intention de proposer une forme « d'alternative » récréative fortement associée à la prise en compte des impacts environnementaux des pratiques touristiques.

Au-delà des différences et nuances qui viennent d'être pointées, les initiatives et les traductions en projets qui ont participé à l'émergence et au développement de la microaventure (notamment en France) partagent ces traits communs qui me guideront dans le travail de recontextualisation et de remise en perspective historique qui va suivre.

1.2. Approche socio-historique et socio-culturelle de la microaventure

Un bref retour sur l'histoire de l'émergence et des premiers protagonistes de la microaventure nous a permis de relever des traits communs et caractéristiques de ce concept de pratique récréative, et notamment certains ancrages socio-culturels et socio-historiques. Le premier et le plus évident apparaît être autour de la notion « d'aventure » qui a partie liée avec le tourisme depuis ses origines. Elle constitua notamment le fer de lance d'une forme de tourisme dit « d'aventure » et qui se voulait une « alternative » au tourisme dit de « masse » qui se développait et s'imposait comme la forme dominante de l'industrie du tourisme depuis l'après 2nd Guerre Mondiale. Nous verrons que les ressorts, les arguments et les intentions mises en avant à l'époque présentent beaucoup de similarités avec ceux de la microaventure de nos jours, notamment au travers de l'importance des pratiques d'itinérances en pleine nature.

La seconde notion qui apparaît profondément liée à l'émergence de la microaventure est dans le registre des ressorts d'intentionnalité et de justification de la pratique : proposer une « alternative » à d'autres formes de pratiques touristiques et récréatives aux impacts pointés comme négatifs et aux bénéfiques considérés comme moins vertueux autant pour les individus que pour la société. La toile de fond est bien celle de la remise en cause d'un tourisme dit de « masse » et de ses dérives / excès comme le sur-tourisme, dans la perspective de contribuer à une forme de transition écologique et sociale des pratiques récréatives et touristiques.

La notion « d'aventure » et de « nature sauvage » dans l'histoire du tourisme

Le terme d'aventure est particulièrement polysémique, avec des significations et des champs d'utilisation très variés à l'image de ses acceptions relatives à l'éphémère (une aventure

³⁰ Cf. <https://www.explora-project.com/raison-d-etre>

³¹ Cf. <https://www.madjacques.fr/a-propos>

amoureuse) ou au destin et au hasard (dire la bonne aventure ; l'aventure humaine). Sa signification liée à l'imprévisibilité et à l'inconnu apparaît néanmoins centrale (partir à l'aventure). Mais je m'attacherai ici à son acception en lien avec le tourisme qui reste néanmoins marquée par une évolution dans le temps et en fonction des époques et des contextes socio-culturels et socio-historiques.

Dans son sens relatif à une « entreprise remarquable par le grand nombre de ses difficultés et l'incertitude de son aboutissement »³², l'aventure vécue est largement associée à l'expérience du voyage dans un contexte géographique et culturel étranger (dans tous les sens du terme), au cours duquel le protagoniste va être confronté à des épreuves, à l'inconnu, à l'imprévisibilité des situations et des caprices d'une nature sauvage et hostile, à des dangers engageant sa survie et l'incertitude du retour à la maison. C'est la trame de nombreuses épopées mythologiques et littéraires dans lesquelles le voyageur, l'aventurier, mettant à l'épreuve ses capacités et ses qualités autant physiques qu'intellectuelles et morales, se révèle et se transforme pour acquérir une dimension héroïque et parfois exemplaire (Pociello et Denis, 2000). Alimentée par les récits des grands voyageurs et explorateurs des siècles passés (Colomb, Gama, Bougainville, Cook, Livingstone, ...), le mythe de l'aventure déployé dans ces récits a largement participé à la construction de l'imaginaire touristique moderne, notamment au travers du désir de découverte d'un ailleurs exotique et dépaysant, ainsi que des figures de lieu désirable comme l'île déserte et tropicale ou la figure idéalisée de la nature sauvage (Stock, Coëffé, Violier, 2020).

Toutefois, jusqu'au tournant du 18^{ème}-19^{ème} siècle, l'expérience de l'aventure véhicule encore largement une appréhension et une connotation négative, fortement marquée par le risque du voyage sans retour et le danger de mort. Au-delà des mythes et des récits qui la subliment, l'aventure n'apparaît pas encore comme une expérience désirable en soi et reste dans les faits l'apanage d'une infime poignée de voyageurs / explorateurs qui œuvrent pour de grandes « causes » (religieuse, messianique, politique, militaire, économique). C'est la modernité naissante, les progrès techniques et l'urbanisation, le développement des infrastructures (notamment de transport) et la sécurisation des déplacements, mais surtout l'invention et l'accroissement du « temps libre », qui vont permettre dans un même mouvement l'invention du tourisme et un glissement du sens et de la perception de l'aventure (Stock, Coëffé, Violier, 2020). A mesure que l'exploration et la conquête du monde et de la nature ont avancé, les territoires de l'aventure ont changé de statut et de perception. En réduisant l'inconnu, l'incertitude, le risque et l'inconfort associé au voyage en terre lointaine et/ou sauvage, la modernité a progressivement participé à rendre l'aventure « accessible » et désirable. « L'ailleurs » craint et évité s'est ainsi transformé en altérité maîtrisée et en terrain de découverte et de jeu (Bourdeau, 1992).

A ce titre, la figure de la nature comme utopie et lieu idéalisé est particulièrement parlante, notamment pour éclairer l'évolution de la perception de la notion d'aventure, notamment dans son lien avec le développement de la « ville » et de la vie citadine. Définie comme « le monde biophysique, pour autant qu'il concerne l'Homme » (Lussault, 2013³³), la nature est une construction sociale et symbolique qui tire son sens, ses représentations, sa valeur et son utilisation du contexte culturel, politique et économique par le prisme duquel elle est interprétée et considérée. Cette approche culturelle de la nature est particulièrement féconde dans le champ du tourisme en ce qu'elle permet de comprendre la manière et le processus par lequel des éléments du monde biophysique, des lieux et des milieux « naturels », sont construits, imaginés, mis en scène et valorisés pour devenir et accueillir des lieux et des pratiques touristiques. La nature construite par le regard touristique (Urry, 1990) s'inscrit dans une forme de dualité avec la ville et

³² Définition tirée du CNRLT, <https://www.cnrtl.fr/definition/aventure>

³³ In Stock, Coëffé, Violier (2020), « Les enjeux contemporains du tourisme », PUR

dans une dialectique fondamentale entre l'ici et l'ailleurs (Bourdeau, 1992). A mesure que la modernité et la révolution industrielle concentrait les Hommes et les activités dans les centres urbains, « le tourisme s'est développé, encore et encore, inventant sans cesse des façons de sortir de la ville, de s'en échapper et de s'en soulager diversement, ..., comme si aux utilités de la densification croissante mais stressante des cités répondait, consolateur ou réparateur, le plaisir alternatif de la dispersion extra-muros, ... » (Urbain, 2011). Dès le 18^{ème} siècle où des philosophes comme Rousseau en dénonçait déjà la « nature corruptrice », la ville n'a cessé de représenter et d'incarner les problèmes et les maux de la modernité et de la société industrielle, déjà qualifiée de surpeuplée, d'insalubre et de polluée au 19^{ème}. Nourri par la pensée rousseauiste de l'état de nature et du mythe du « bon sauvage », alimenté par l'essor des romans d'aventure (Stevenson, Conrad, Verne, London, ...), le désir (voire le besoin) d'évasion des villes et des désagréments de la quotidienneté urbaine (l'ici) va trouver dans la nature, en tant que lieu « imaginaire paré de vertus idéalisées » (Bourdeau, 1992 et 2003), un Ailleurs désirable, un territoire d'aventure et un exutoire pour échapper temporairement aux contraintes, aux routines et aux frustrations accumulées dans la vie moderne et citadine.

L'aventure, passant du mythe philosophique et littéraire pour s'ancrer dans l'imaginaire touristique, trouve ainsi dans la nature un de ses territoires de prédilection pour assouvir ce « désir d'ailleurs » (Michel, 2004), qui est tout à la fois un besoin d'exotisme, de découverte et de connaissance, mais aussi un besoin de rompre avec sa routine quotidienne, une fuite du chez-soi, de l'usuel et de l'habituel. Représentant une forme d'utopie nostalgique d'un état originel et essentiel du monde, la nature incarnerait ainsi cet ailleurs dépouillés des signes et des stigmates de l'urbanisation et de la société industrielle. Miroir inversé de leur quotidien, la nature offrirait aux citadins le lieu d'une expérience aventureuse et d'une quête existentielle au travers d'une forme de retour aux « sources » et d'une mise à l'épreuve de leurs limites physiques et psychologiques (Bourdeau, 1992).

Mais après des siècles d'explorations et de conquêtes, de progrès technologiques et de balisage, de domestication et de mise en exploitation du monde biophysique, les espaces correspondants à cette idée d'une nature restées « vierges » de l'action de l'Homme ont quasiment disparu. Toutefois, dans le même temps où la révolution industrielle et la société moderne concourraient à cette disparition, une prise de conscience du besoin de protection de l'environnement a commencé à émerger, trouvant notamment ses racines dans l'idéalisation de la nature sauvage développée par la pensée romantique du 19^{ème} siècle. C'est aux États-Unis que cette pensée s'est particulièrement incarnée, avec des auteurs comme Thoreau, Emerson ou Muir qui, à travers le concept de « wilderness », prolongeront la pensée rousseauiste d'une nature sauvage interprétée comme le « lieu utopique de l'expérience originelle », dont la fréquentation serait indispensable pour nourrir les besoins spirituels, esthétiques et existentiels de l'Homme. Elle se double en outre dans le contexte étasunien d'un sens civilisationnel fort, incarnant l'expérience fondatrice des pionniers et acquérant ainsi une dimension patrimoniale (Depraz, 2008³⁴). C'est notamment sur cette conception de la wilderness que vont se fonder les premières actions de protection de l'environnement au travers de la création du premier « Parc National », celui de Yellowstone en 1872, et le processus de patrimonialisation de la nature qui va ensuite se répandre dans le monde entier.

Ce processus de patrimonialisation de la nature engagé avec la création d'espaces protégés, qui ne cesseront de se multiplier tout autour du globe, a partie liée avec le processus de construction symbolique de la nature par le tourisme et le regard touristique. Comme l'ont démontré les tenants de l'approche culturelle dans la recherche sur le tourisme (Berque, Debarbieux, Corbin, Urry,

³⁴ In Stock, Coëffé, Violier (2020), « Les enjeux contemporains du tourisme », PUR

l'équipe MIT, ...) ³⁵, les notions de « paysage », de « plage paradisiaque » et « d'héliotropisme », de « bon air des Alpes », de nature comme « aménité pour jouer » ou comme « enchantement esthétique et lieu de ressourcement », sont des constructions sociales qui se fondent sur des représentations, des imaginaires, des mises en valeur et un regard touristique. Aussi, la création des parcs naturels et autres espaces protégés consacre la nature construite comme un patrimoine à préserver, institue des monuments de la nature dont la splendeur et l'exceptionnalité perçues doivent être protégées de la dégradation d'une mise en exploitation par la société industrielle.

Le concept étasunien de wilderness véhicule en sus de cette dimension patrimoniale, une dimension mystique et quasi-religieuse, conférant à la nature sauvage une forme de sacralité qui justifierait pleinement sa préservation. Néanmoins, ce mouvement de patrimonialisation de la nature s'est rapidement accompagné d'une mise en tourisme des espaces protégés. Pour faire patrimoine, un monument doit être partagé. Aussi, la protection n'a pas été synonyme de mise sous cloche mais de valorisation d'une ressource dont l'imaginaire et la mise en scène associés lui confèrent une valeur esthétique et paysagère, spirituelle et ressourçante, ludique et dynamisante, etc. Le caractère « monumental » de la nature s'appuie sur le fait d'être vu et expérimenté. Mais pour cela, elle doit être « accessible » au regard et à l'expérience du visiteur ; elle doit être « amicale » et ne pas comporter de risque et de danger majeur pour être admirable et désirable. La création des espaces protégés a ainsi contribué à créer une forme de wilderness « civilisée », comportant des médiations et des aménagements pour en permettre la découverte de manière relativement sécurisée et confortable (même sommairement). La nature sauvage construite par le tourisme, cet ailleurs idéalisée comme l'état originel du monde avant et sans les Hommes, pourrait ainsi être rapprochée de la notion « d'exostime » définie comme « une étrangeté mesurée, acceptable et appréhendable. Domesticable et domestiquée. » (Staszak, 2008³⁶).

Le concept de wilderness a par la suite été l'objet d'une réappropriation dans les années 1980 par le monde de l'alpinisme au travers de la création d'un mouvement international de protection de la montagne dénommé « Mountain Wilderness »³⁷. Mais au-delà de cet engagement pour la préservation des espaces « pristine and untouched Mountain environment », cette initiative est révélatrice de la persistance et de l'attachement à la figure de la « nature sauvage », à la préservation des derniers espaces marqués par l'absence de toutes présences humaines que sont la haute montagne, mais aussi par extension les déserts, la haute mer, les forêts vierges ou les pôles. Et il est marquant de constater que cet engagement est directement relié et justifié par le fait que ces espaces constitueraient les derniers territoires d'une aventure véritable et authentique. « Après avoir conquis la nature dans presque toutes ses dimensions, les hommes peuvent désormais se permettre de jouer avec elle... Une des formes les plus raffinées et les plus valorisantes de ce jeu étant bien sûr de risquer leur propre vie à l'épreuve des éléments naturels. » (Bourdeau, 1992).

La microaventure, une réactualisation du « voyage d'aventure » à l'heure du changement climatique ?

La notion d'aventure dans le champ du tourisme a connu un point d'orgue dans les années 1970-80-90 avec l'émergence de ce qu'il a été appelé le « tourisme d'aventure ». Considéré comme un segment de l'offre touristique, ce concept correspondait à un ensemble de pratique de voyage, intégrant la plupart des activités physiques et sportives de nature, motorisé ou non (en

³⁵ *Ibid*

³⁶ *Ibid*

³⁷ Cf. <https://www.mountainwilderness.org/>

effet, c'était aussi la grande époque du Paris-Dakar et des raids véhiculés en tout genre). Remobilisant et réactualisant l'imaginaire et le mythe de l'aventure, ces pratiques de voyage se proposaient de réintroduire de l'incertitude et de l'imprévisibilité, du risque et de l'effort, de l'inconfort et de l'inconnu dans des vacances considérées comme de plus en plus aseptisées et standardisées par l'avènement du tourisme dit « de masse » (Tinard, 1992 ; Bourdeau, 1992 et 1994).

En effet, l'émergence du tourisme d'aventure est concomitante avec l'avènement du tourisme de masse et peut se lire comme une forme de rejet et d'évitement des lieux et des « hordes du tourisme de masse » (Tinard, 1992). Revendiquant l'héritage de l'esprit contestataire et contre-culturel de Mai 68, les créateurs des premiers tour-opérateurs spécialisés sur ce créneau (Terres d'Aventure, Explorator, Allibert, ...) s'affirmaient alors comme une niche et une alternative, voire un « anti-modèle », par rapport à l'industrie du tourisme proposant des produits standardisés à des masses de vacanciers dénaturant les lieux ainsi envahis³⁸. Réactivant l'imaginaire de l'aventure et de la nature sauvage, les séjours proposaient d'aller découvrir et se confronter à des ailleurs lointains, à l'altérité culturelle et géographique, aux derniers espaces inhabités de la planète ou à des zones isolées, quasiment inaccessibles par les moyens de transport habituels, où vivent encore des communautés « préservées » de l'influence de l'occident ; l'intensité du dépaysement et du décalage par rapport à la vie citadine du public ciblé étant ainsi le garant et le fondement de l'authenticité de l'expérience et de l'aventure vécue.

A l'image du slogan de Terres d'Aventure, « spécialiste du voyage à pied », la pratique sportive et l'activation du corps apparaît centrale, non pas comme une fin en soi, mais comme le moyen d'accéder et de vivre une expérience plus authentique, plus immersive et approfondie avec la nature et les communautés humaines visées. Ce thème de la réactivation du corps et des vacances dites « actives », par rapport et par opposition avec les vacances dites « passives » incarnées par le farniente à la plage ou la villégiature à la campagne, participe de cette réactivation de l'imaginaire de l'aventure. En plus de se confronter à l'altérité, on y accède et on l'appréhende avec et par le corps. On va ainsi découvrir le Tibet ou le Népal au travers d'un trek ; on va à la rencontre des Berbères à l'occasion d'un raid VTT ou des Touareg en méharée. Par la médiation de la pratique sportive et de l'engagement du corps, le voyage d'aventure re-convoque ainsi des éléments constitutifs du mythe de l'aventure en introduisant une dose d'effort et de difficulté, de rusticité et d'inconfort des moyens mobilisés, mais aussi la possibilité d'aléas et donc d'incertitude et d'inconnu. Il faut toutefois relativiser l'intensité de l'engagement et de l'exposition aux risques qui est largement atténuée et maîtrisée par une organisation, un encadrement et une logistique déployés par le tour-opérateur. En effet, dans une société moderne et urbaine qui ne cesse d'accroître son niveau et ses besoins de sécurité, de confort et de prévisibilité, le désir d'altérité et d'aventure sonne comme une forme d'injonction contradictoire. On touche ici au paradoxe d'une « aventure assistée » qui se propose, dans une forme de mise en scène, de faire vivre tout à la fois le risque et la sécurité, l'imprévisibilité et le déroulement d'un programme, l'effort et l'accessibilité, la rusticité et un minimum de confort (Bourdeau, 1992 et 1994 ; Barthelemy, 2002). Aussi, pour la rendre toujours « accessible », ses promoteurs vont diversifier et sous-segmenter leur panel d'offre sur un continuum entre aventure « hard » et « soft », graduant les niveaux d'engagement et d'intensité physique et sécuritaire allant de l'aventure la plus extrême à la plus douce (ou édulcorée selon le point de vue).

Il est aussi intéressant de noter que l'émergence du concept de voyage d'aventure dans les années 1970 intégrait déjà une dimension écologique et une préoccupation pour la préservation

³⁸ Cf. Numéro 29 (1992), *Les Cahiers Espaces*, sur le « Tourisme d'aventure ». Et notamment l'article écrit par Daniel Popp, co-fondateur du premier tour-opérateur spécialisé - Terres d'Aventures - en 1976.

des environnements naturels « exceptionnels » vers lesquels se projettent le désir / besoin de nature sauvage. On parle alors à cette époque de « tourisme vert » et les « sports-nature » deviennent un moyen de rencontrer en contact, de montrer au travers de raid et de « défis verts »³⁹ et de sensibiliser le grand public au respect de l'environnement par l'enchantement et l'attachement aux paysages naturels. Les émissions de télévision comme Ushuaïa ou Thalassa participent de ce même mouvement d'émergence de la prise de conscience écologique qui se limitait ici à une forme de sensibilisation par la mise en scène de la beauté et des splendeurs de la nature.

Aussi, nous retrouvons dans l'émergence du concept de « tourisme d'aventure » des années 1970-80 un grand nombre de thèmes et de points communs avec les caractéristiques, les discours et les objectifs affichés de la microaventure :

- une forme de critique et d'alternative au tourisme dit « de masse »
- une mobilisation de l'imaginaire de l'aventure
- une recherche et un désir d'ailleurs, d'altérité s'inscrivant dans une dualité entre ville et nature
- un tropisme pour les espaces « vides » ou du moins le moins marqués possibles par les stigmates de la société urbaine
- une quête d'authenticité en référence et en opposition avec les lieux « dénaturés et artificialisés » par le tourisme
- une préoccupation écologique et pour la préservation des espaces naturels « sauvages »

Il est aussi intéressant de relever que dès les années 1990, le développement de ce segment de l'offre touristique avait engendré des débats sur les dérives marketing, le recours abondant et considéré par certains comme excessif et abusif de la notion d'aventure dans l'industrie du tourisme et d'autres activités connexes (équipementier, édition, automobile, etc.), risquant fortement de banaliser et de galvauder la notion elle-même. Et la question de la « fin de l'aventure » se posait déjà en ces termes (Tinard, 1992).

Aussi, compte-tenu de ces similitudes, peut-on dire que la microaventure est une forme de réactualisation du voyage d'aventure dans un contexte qui a évolué ? Qu'est-ce qui les différencie et quels éléments du contexte actuel pourraient éclairer ces différences ? Le premier élément qui apparaît significativement distinguant est l'inscription de la microaventure dans la « proximité » et la manière dont elle traduit dans la pratique la prise en compte des enjeux environnementaux qui ont pris une autre dimension depuis les années 1970-80. En effet, ces années étaient marquées par le début d'une démocratisation pour l'Occident du transport aérien qui élargissait comme jamais auparavant le domaine du possible et les horizons du tourisme ; et la prégnance dans le débat public des enjeux écologiques et des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre n'étaient pas encore aussi aiguës. Partant de là, est-ce que la microaventure ne pourrait pas être considérée comme une forme de réactualisation du tourisme d'aventure à l'heure de l'impératif climatique ?

La microaventure, une réactivation des « vertus » de l'itinérance ?

Comme nous l'avons déjà évoqué, le concept et les pratiques récréatives de microaventure convoquent et peuvent aussi être rapprochés de la notion « d'itinérance », des symboles et des déclinaisons qu'elle a connus dans l'histoire des pratiques récréatives et qui nous racontent l'histoire de l'invention du « plein air » comme un des principaux domaines du champ des loisirs et du tourisme.

³⁹ *Évènements organisés par plusieurs organismes mutualistes autour des valeurs « réunies » du défis sportifs, de la solidarité et du respect de l'environnement. Cf. Article de Florence Jouet, in Cahier Espaces (1992).*

Contraction des termes « d'itinéraire » et « d'errance », la notion d'itinérance plonge ses racines dans la pensée romantique et est fondamentalement liée à l'idée du voyage et du chemin pour « entrer en relation avec soi, les autres, et plus largement la nature, le cosmos » (Sirost, 2008). Plaçant l'action de se mettre en mouvement et le chemin au centre de l'expérience, comme le moyen pour accéder à une meilleure connaissance de soi, autant que l'Autre et du monde, l'itinérance se rapproche du mythe de l'aventure et du voyage initiatique.

L'imaginaire du voyage initiatique trouve ses origines autant dans les mythologies antiques que dans le terreau religieux et les pratiques de pèlerinage (Amirou, 1995, 2000). Ces racines seraient au fondement de l'idée que le « véritable voyage », en amenant l'individu à se confronter aux épreuves du chemin, de la distance et du dépaysement, comporterait une dimension existentielle et pourrait s'apparenter à une forme de rite de passage. Ces dimensions existentielle et transformationnelle se retrouvent dans les formes et les déclinaisons laïques du voyage romantique et de l'invention du tourisme moderne par les aristocrates britanniques du 18^{ème} siècle.

Les notions de rite de passage et d'ambition éducative se retrouvent en effet dans le Grand Tour, le voyage rituel des jeunes aristocrates anglais parcourant un itinéraire jalonné des hauts lieux de la culture occidentale classique, dont l'ambition était de former les esprits et d'acquérir les bases nécessaires pour « devenir / revenir » transformé en gentlemen accompli (Amirou, 2000).

Cette dimension éducative, contenue dans l'expression « le voyage forme la jeunesse », se retrouve aussi dans l'émergence et les fondements des mouvements de jeunesse dont le scoutisme est certainement l'un des plus emblématiques. L'itinérance en pleine nature est constitutive de son projet qui se veut avant tout éducatif. Initié ici encore par les anglais au cours de la première décennie du 20^{ème} siècle, c'est surtout entre les deux guerres mondiales que le scoutisme va se développer à travers toute l'Europe. Sans développer dans le détail ses fondements idéologiques, il faut toutefois préciser que le scoutisme a été inventé par un lieutenant-général de l'armée anglaise dans un contexte de montée en puissance des États-Nations, du patriotisme et du colonialisme. Aussi, la rigueur de l'organisation militaire et les visées idéologiques ont été déterminantes dans la structuration et le déploiement de ces mouvements de jeunesse, dont les fondements s'ajustaient en fonction de la nature laïque ou de l'obédience religieuse de leurs institutions de rattachement. Mais quelque soit leur toile de fond idéologique et dans toutes ses déclinaisons, le scoutisme s'est appuyé et a mobilisé l'imaginaire romantique de la nature et de l'aventure pour inventer et structurer un projet éducatif fonder sur l'itinérance et l'exploration de la nature (Fuch, 2000). A travers les excursions en forêt ou à la montagne, les groupes de jeunes scouts se confrontaient à la nature et apprenaient à s'adapter aux milieux, à évoluer et s'orienter, à dresser un camp et s'organiser collectivement, à trouver et gérer les ressources nécessaires à leur subsistance loin des artifices et des cadres de la civilisation urbaine et de la tutelle des adultes. Dans une forme de pédagogie de l'action et une mise en scène de l'aventure dans la nature (néanmoins bien réelle), l'objectif étaient de permettre à l'adolescent d'éprouver ses capacités et ses limites, de développer son esprit d'initiative, son intelligence pratique, son autonomie et ses connaissances des milieux naturels. Formation du corps et de l'esprit, terrain d'exercice de son livre arbitre et de la « débrouillardise » autant que de la vie en collectif et de la sociabilité, le scoutisme est conçu comme une école de la vie, se voulant participer à « l'édification morale de la jeunesse » en véhiculant des valeurs d'altruisme, du goût de l'effort et de solidarité avec le collectif. S'inscrivant dans la dualité ville-nature fondée sur les imaginaires romantiques d'une nature sauvage idéalisée dont la fréquentation permet une rupture « réparatrice » avec l'environnement matériel et social urbain incarnant les maux et les vices de la société moderne industrielle, le scoutisme participe du mouvement plus général de construction sociale de la nature

comme un milieu par essence « vertueux » et sur laquelle va se fonder de nombreuses pratiques récréatives et touristiques.

Mon propos n'est pas ici de faire l'apologie du scoutisme et encore moins d'occulter les objectifs idéologiques sous-tendant ces mouvements de jeunesse, mais de mettre en exergue la manière dont ils ont contribué à diffuser et à démocratiser ce que l'on appelait alors les pratiques de « plein air ». D'autres mouvements et organisations associatives ont participé à cette dynamique de développement des pratiques récréatives d'itinérance en pleine nature au cours du 20^{ème} siècle, comme le Club Alpin Français et ses caravanes scolaires, le mouvement des Auberges de jeunesse, le Camping Club de France ou encore la Fédération Française de Randonnée Pédestre, qui tous se fondaient (avec leurs nuances) sur une forme d'idéal et d'éthique du rapport à la nature et à l'itinérance, une forme d'école de l'aventure par la pratique du déplacement qui « doit ainsi aider tout un chacun à apprivoiser son chemin » (Sirost, 2000). Mon intention est ici de replacer le concept et les pratiques dites de microaventure dans cette histoire des pratiques itinérantes en pleine nature pour en éclairer les caractéristiques autant pratiques que les ressorts imaginaires et symboliques.

Aussi, au regard de cette histoire du scoutisme et plus largement des mouvements de jeunesse et des loisirs de plein air, est-ce que la microaventure ne s'inscrit pas dans une forme de réactivation des idéaux et des objectifs de ces conceptions historiques de la pratique de l'itinérance et du déplacement en pleine nature ? Alors que nos sociétés sont toujours plus urbaines et éloignées de la nature, que nos pratiques récréatives et touristiques sont toujours plus sédentaires (même celles dites de pleine air⁴⁰), est-ce que la microaventure ne constituerait pas une tentative de réhabilitation de l'itinérance et de la primauté du chemin par rapport à la destination ? La réinvention d'une forme d'école de la nature et de l'art de se déplacer dans celle-ci ? Une invitation à favoriser l'immersion et à rechercher les « vertus » régénératrices d'une fréquentation et d'un arpentage de cette nature idéalisée par la pensée romantique ? Alors que l'intermédiation technologique et les outils numériques se généralisent dans toutes les pratiques récréatives et touristiques, allant de pair avec une injonction à la rapidité et à l'efficacité, la microaventure ne pourrait-elle pas être interprétée comme une aspiration à un retour à la débrouillardise, à ce que l'on appellerait aujourd'hui le « low-tech », à la lenteur et à l'errance ?

La microaventure, une pratique touristique alternative ?

Enfin, pour terminer cette remise en perspective historique, il apparaît nécessaire de revenir sur la notion « d'alternative » en tant qu'intention et positionnement d'une pratique récréative, plus ou moins « nouvelle », par rapport à son champ social d'ancrage et plus largement dans la société. En effet, la microaventure s'est largement constituée et définie par rapport à d'autres pratiques récréatives et touristiques. Aussi, il convient de préciser en quoi et de quelle manière, sur quels registres la microaventure se propose de faire autre chose, de faire différemment, de constituer une forme d'alternative aux pratiques récréatives et touristiques existantes ; et de tenter de la replacer dans une perspective socio-historique des approches critiques et des débats sur les déclinaisons et les frontières du tourisme qui ont été nourris par des dynamiques d'innovation, de diversification et d'émergence de « nouvelles » formes de pratiques ou de spatialités du tourisme, que d'aucuns qualifient « d'alternatives » selon le point de vue de départ. Je ne prétends pas ici à une quelconque exhaustivité historique et théorique qui me serait hors de portée mais humblement

⁴⁰ A l'origine, l'idée du Camping Club de France s'appuyait sur l'invention et la diffusion d'équipement et de technique pour camper dans le cadre des activités d'itinérances en pleine nature, notamment par les mouvements de jeunesse. (Fuch, 2000).

de tenter d'éclairer l'émergence de ce « nouveau concept » à la lumière de quelques précédents historiques qui me semblent significatifs.

Considéré comme un système ou champ social propre, le tourisme est structuré et traversé par des enjeux et des intérêts spécifiques concurrentiels d'ordres politique, symbolique, culturel, économique et maintenant écologique. Inspiré par les travaux de Pierre Bourdieu, on peut notamment y voir le champ de jeux et d'enjeux de distinction sociale entre groupes sociaux qui se traduisent par des mouvements de légitimation / délégitimation de certaines pratiques ou lieux touristiques, de création d'alternatives ou « d'avant-gardes » souvent portées par des élites économiques et/ou intellectuelles (Stock, Coëffé et Violier, 2020). Ces procès en illégitimité jalonnent l'histoire du tourisme depuis son émergence en tant que fait social de grande ampleur, en tant qu'accès au plus grand nombre des citoyens, par la libération du temps libre, aux vacances et aux loisirs. Aussi, c'est le plus souvent le « tourisme de masse », ou plus précisément la massification du tourisme (et ses effets réels ou supposés), qui est l'objet des critiques, la source de tous les maux et des problèmes générés par l'exercice du voyage d'agrément initialement réservé à l'élite aristocratique et bourgeoise (Amirou, 2000). Et c'est bien vis-à-vis du tourisme de masse, en tant que forme majoritaire et dominante de l'industrie du tourisme, que se construisent et se justifient la plupart des alternatives, quels qu'en soient les ressorts et les motifs spécifiques. La microaventure ne fait pas exception à cette logique.

Cette lecture en termes de champ social et de terrain d'enjeux de distinction sociale permet d'éclairer la différence, voire l'opposition, faite entre les figures du « touriste » et du « voyageur » (Amirou, 2000). Le premier, « cet idiot du voyage » selon la formule de J.D Urbain, est « communément » associé à des comportements et des valeurs connotés négativement, réduit à sa condition de consommateur passif de paysages de carte postale, se complaisant dans l'oisiveté et la futilité, irrespectueux et dégradant les lieux et les communautés qu'il envahit en « hordes ». A contrario, le voyageur serait cette personne éclairée et possédant les codes comportementaux lui permettant de tirer du « véritable voyage » les mérites et les vertus qu'il peut offrir : un dépaysement et un enrichissement authentique. Pour cela, le voyage se doit d'être actif, d'engager le corps et/ou l'esprit, comporter des efforts et des apprentissages. On recroise ici l'imaginaire du voyage initiatique.

Aussi, les différents registres de critique du tourisme de masse et les références historiques et symboliques au voyage véritable offrent une grille de lecture pertinente pour aborder les « alternatives » qui lui sont opposés, que ce soit en termes de pratiques, de lieux ou d'imaginaires, et qui ont constitué un moteur puissant d'évolution, de diversification et de transformation du champ du tourisme.

Le tourisme dit « culturel », dans sa quête esthétique et intellectuelle de se cultiver durant ses vacances, peut ainsi se lire comme une forme d'opposition et une distinction vis-à-vis d'un tourisme supposément oisif, passif et inculte, incarné par le farniente à la plage et caractérisé par la vacuité et la vacance de tout enrichissement personnel, transformation ou apprentissage, qui seraient les valeurs référentes de la figure du voyage édifiant ou « utile » (Amirou, 2000).

Concernant plus directement le champ des pratiques récréatives de pleine nature, les dynamiques de diversification et d'émergence de nouvelles formes de tourisme peuvent aussi être lues par le même prisme de la proposition « d'alternatives » au tourisme de masse. Celles-ci peuvent s'appuyer et concerner une ou plusieurs dimensions relatives à la pratique et à ses formes, aux lieux et à l'espace, aux comportements et aux imaginaires convoqués (Bourdeau, 1994 ; Bourdeau et Lebreton, 2013).

Déjà abordé précédemment, « l'invention » du tourisme d'aventure peut être interprétée sous cet angle, comme une alternative par un évitement des pratiques et des lieux associés au tourisme passif des masses, en remobilisant l'imaginaire du mythe de l'aventure dans des « ailleurs » lointains et « exotiques », mais aussi en réactivant le corps au travers de pratiques itinérantes et sportives (Bourdeau, 1994). S'inscrivant dans les pas de la contre-culture des années 1960-70, les figures du traveller, du backpacker, et plus récemment du bikepacker, représenteraient des formes d'anti-modèle du « touriste conventionnel ». Mais depuis les années 1980 et l'avènement de la mobilité généralisée et érigée au rang de valeur idéologique, est-ce que la perspective ne serait pas en train de s'inverser ? Les routards faisant plus que jamais « figure de troupes de choc du tourisme de masse » selon l'expression de J.-D. Urbain.

En réaction à l'invention et la construction de « lieux touristiques », et notamment à la logique de la « station touristique » conçue pour que de grands nombres de vacanciers « stationnent » et sédentarisent leurs pratiques touristiques, des alternatives se sont développées sur divers registres et dimensions d'action. Des logiques d'évitements des lieux identifiés comme « trop touristiques », dénaturés et artificiels, ont poussé des touristes autant que des professionnels à investir de nouveaux espaces, élargissant ainsi l'écoumène touristique, les espaces, les lieux, les objets et les pratiques construites et mises en tourisme (Stock, Coëffé, Violier, 2020). Le leitmotiv de nombreux touristes ou professionnels d'aller ou de vous emmener « hors des sentiers battus » est à ce titre révélateur, l'intention étant toujours d'éviter les espaces envahis par les hordes du tourisme de masse. Mais ces stratégies d'évitements peuvent aussi représenter une forme de fuite en avant, contribuant à créer de nouveaux lieux ou pratiques investis par le tourisme, initialement hors des sentiers des battus et confidentiels, mais qui en se diffusant et se popularisant, se neutralisent comme lieux hors des sentiers battus, poussant toujours et un peu plus loin les aspirants à la nouveauté et aux espaces vierges de tourisme (Bourdeau, 1994).

La mise en tourisme de l'espace rural et de la campagne peut aussi se lire comme une stratégie d'évitement des « hauts-lieux » du tourisme, des destinations et des stations phares qu'elles soient balnéaires ou montagnardes. A partir des années 1980-90, les campagnes françaises, jusque-là perçues négativement comme des espaces vides, marqués par l'exode et la déprise agricole, le déclin économique et la pauvreté, ont été réinvesties de valeurs et d'imaginaires positifs associés au tourisme. Profitant du désir croissant de rompre avec les affres de la ville et du désir de reconnexion avec la nature, mais aussi d'un mouvement de patrimonialisation se généralisant à toujours plus d'objets et notamment immatériels (traditions artisanales, gastronomiques et culturelles locales), la ruralité a progressivement été construite comme un espace touristique désirable, associant autant les dimensions « naturelle » et « culturelle » d'un imaginaire nostalgique du ressourcement et du retour vers un état originel incarnant une forme de symbiose de vie avec son environnement (Bessière, 2000). La recherche de « vide », d'évitement des masses et de nouveaux territoires hors des sentiers battus a trouvé dans les campagnes de nouveaux espaces à conquérir. Figure de l'émergence d'un « tourisme vert » ou de « l'écotourisme », la mise en tourisme de la ruralité s'est aussi largement appuyée sur les pratiques récréatives de plein air, offrant d'ailleurs une alternative plus accessible, moins technique et moins sportive, par rapport aux hauts-lieux des pratiques sportives de nature que constituaient les destinations de haute-montagne. On peut aussi y voir les prémices du réenchantement du local et du tourisme dit « de proximité » dont le développement actuel est au centre des préoccupations des acteurs du tourisme et qui a partie liée avec l'émergence et l'intérêt croissant accordé à la microaventure.

Les logiques de jeu, de franchissement et de détournement, de transgression et d'hybridation des codes, des limites, des formes et des modèles « conventionnels » des pratiques récréatives en nature constituent aussi un carburant et une source inépuisable d'alternatives récréatives dans le

champ du tourisme et des loisirs. Investissant les interstices et jouant sur et dans les marges du système touristique, des formes plus ou moins grandes de « transgression » des normes et des codes, à mi-chemin entre logique de distinction et contre-culturelle, contribuent à faire émerger une pluralité d'alternatives, autant dans les formes que dans les espaces investis par les pratiques récréatives en nature (Bourdeau et Lebreton, 2013). Les années 1970-80 voient ainsi émerger de nouvelles pratiques nées de l'hybridation ou du détournement de pratiques et de techniques pré-existantes, comme par exemple le VTT, le snowboard, le canyoning ou le vol-libre, qui ne cesseront de se diversifier par la suite en de multiples déclinaisons (Mao et Deyres, 2010). Cette dynamique d'innovation et de diversification des pratiques sportives de nature a concerné et concerne encore l'ensemble des domaines (sur terre, en mer ou dans les l'air, été comme hiver) dans une quête effrénée et perpétuelle de nouveauté, de sensation forte et d'expérience inédite. Caractéristique d'une forme « post-moderne » des pratiques récréatives (Corneloup, 2006 ; Bourdeau, 2013), elle relève aussi d'une logique créative fondée sur « le jeu et la transgression ludique », sur des formes d'expérimentation et d'hybridation des pratiques récréatives qui a partie liée avec le développement de l'économie de l'expérience et des techniques du marketing « expérientiel » (Kreziak, Michel et Salvador, 2021). Bien que naissant et s'épanouissant généralement dans les marges, ces pratiques alternatives connaissent régulièrement des phénomènes de récupération et d'intégration à l'industrie du tourisme à mesure qu'elles se diffusent et se popularisent, à l'image des processus d'institutionnalisations des courants artistiques de la contre-culture des années 1960-70. Et de manière cyclique, cette dynamique d'institutionnalisation réactualise le cadre des normes et renouvelle les limites à transgresser par des pratiquants qui ne cessent eux non plus d'exercer et d'affirmer leur capacité d'autonomie et de dissidence vis-à-vis de ces cadres dans ce qui pourrait être qualifié « d'agir créatif » (Boudeau, 2019).

Les pratiques récréatives et sportives en nature sont particulièrement propices au développement de ces logiques d'action transgressives se déployant et recherchant hors des cadres des alternatives aux modèles « conventionnels » de développement touristique notamment basés sur le modèle de la station. Caractérisées par une forte dispersion spatio-temporelle, des mobilisés importantes entre une multitudes de sites de pratique soumises aux aléas météorologiques, la possibilité de partir hors-saison offerte par la grande diversité des types de pratiques, des valeurs d'autonomie, de fuite des contraintes et d'évitement des sites trop fréquentés, l'atypicité des conditions de séjour et des formes de pratique notamment au travers de l'itinérance et du recours au bivouac, aux cabanes d'alpage ou d'autres formes d'hébergements non commerciaux ou atypiques (refuge, camping à la ferme ou hébergement chez l'habitant, couchsurfing et autres warmshower, ...), les loisirs sportifs de nature constituent un champ de pratiques récréatives souvent qualifié de « diffus et dispersé » où se développent des initiatives « obliques » et alternatives par rapport au modèle dominant de la station touristique (Bourdeau, 2019).

Le tourisme de montagne est particulièrement révélateur de ces dynamiques d'innovation obliques et alternatives. De nombreuses pratiques itinérantes (à pied, à vélo, à ski) s'y développent ces dernières décennies, remettant en cause le modèle concentré et centralisé de la station touristique. En hiver, les pratiques nomades hors-pistes et hors-domaines skiables ne cessent de se développer (le ski de randonnée, la randonnée en raquette à neige, le snow-kite, ...) repositionnant la technique sportive comme un moyen de déplacement et de découverte du milieu naturel montagnard et non plus seulement l'instrument des plaisirs de la glisse et de la descente. Dans le même temps, les stations de ski n'ont eu de cesse d'essayer de réintégrer ces pratiques hors-cadre et hors-piste (comme le freeride) dans leur champ d'action par de nouveaux aménagements, à l'intérieur ou à proximité directe des domaines, à travers la création de « park » en tous genres (snow-park, bike-park, aventure-park, ...) et même la création d'itinéraires balisés

et sécurisés de randonnée en raquette ou à ski⁴¹ (Bourdeau, 2003, 2019). Le développement de la pratique du vélo en itinérance bouscule aussi les modèles et les échelles conventionnels de la station ou de la destination, passant allègrement d'un territoire à un autre au cours de son périple. Selon les mêmes logiques d'action, les nouveaux bikepackers aiment aussi sortir des grands itinéraires balisés et trop fréquentés pour s'aventurer sur les petites routes, les itinéraires secondaires et les chemins de traverses plus propices à la pratique du vélo, déstabilisant ainsi les polarisations entre « centres » et « périphéries » touristiques. Le fait de décaler des pratiques habituellement diurnes dans le cadre nocturne participent aussi de cette démarche de créativité alternative, avec par exemple les pratiques de randonnée, de trail ou de ski effectué à l'aide de lampe frontale ou au clair de lune. Le répertoire des jeux et des dissidences vis à vis des cadres formels et spatio-temporels « habituels » des pratiques récréatives et touristiques apparaît inépuisable et ne se limite bien évidemment pas au cadre de la nature, comme en témoigne toutes les pratiques d'exploration insolite en milieu urbain (appelée « urbex ») ou encore la pratique du « Parkour » qui se sont développés dans les années 2000 (Bourdeau et Lebreton, 2013).

En tant que pratique particulièrement présente dans les déclinaisons de la microaventure, il semble intéressant d'examiner un instant les logiques et les dynamiques d'innovations alternatives dans le domaine de la randonnée pédestre. Bien qu'historiquement reliée et construite autour des notions d'itinérance et d'engagement sur des échelles spatio-temporelles relativement « longue » (à l'image des itinéraires comme les GR conçus selon le modèle des grandes traversées), la randonnée pédestre s'est très largement diversifiée et segmentée, notamment par sa mise en tourisme et son intégration au modèle de développement des stations et des destinations. Déclinant et balisant toute une gamme d'itinéraires et de boucles réalisables à la journée ou à la demi-journée, de différents niveaux techniques et sportifs, accessibles à tous les types de publics et dans tous types de territoires (haute et moyenne montagne, campagne vallonnée ou plaine de bocage, littoral, bord de rivière), la randonnée pédestre (d'aucuns diraient la « marche » dans ce cas) est ainsi devenu le premier loisir sportif en nature en s'intégrant et se structurant autour et dans le modèle de la station et de la destination touristique. Aussi, recouvrant désormais un spectre tellement large de formes, de modalités et d'espace-temps de pratiques (depuis la balade de 2h A/R sans difficulté et sans dénivelé pour accéder à un point de vue consacré au départ de sa location de vacance en station jusqu'à la réalisation de la HRP⁴² en 4 semaines et en autonomie), il est difficile de généraliser ou de parler de manière univoque de « la randonnée pédestre » tant elle recouvre des réalités et des imaginaires hétérogènes (Dérioz et Bachimon, 2010). Néanmoins, il est intéressant de relever quelques tendances et évolutions de ces dernières décennies et qui me semblent éclairantes pour notre propos. La première est une dynamique de segmentation et de spécialisation, autour de chapelles et de sous-groupes, par l'invention de formes et de modalités de pratiques plus engagées sportivement et/ou s'écartant des itinéraires les plus fréquentés (et/ou sortant complètement des itinéraires balisés), toujours selon des logiques de distinction et de dissidence, cherchant des chemins de traverses et des alternatives aux versions « massifiées et dénaturées » de la pratique. On pourrait ranger dans cette catégorie les pratiquants de la Marche Ultra-Légère, de la randonnée-trail, des adeptes du « trekking » (version réactualisée d'une randonnée considérée comme galvaudée) ou du « bushcraft » (les pratiques de survie dans les bois). On peut aussi observer des phénomènes d'hybridation de différentes natures qui participent à une segmentation toujours plus grande de l'univers de la randonnée pédestre. Des croisements se construisent ainsi avec d'autres pratiques sportives en nature comme la course d'orientation, la marche nordique et la randonnée hivernale avec des raquette à neige. On observe aussi le développement de pratiques combinant les disciplines,

⁴¹ Par exemple les stations d'Arêches-Beaufort ou l'Alpes d'Huez.

⁴² Haute Route des Pyrénées, un itinéraire engagé qui suit la ligne de crête frontière entre la France et l'Espagne et restant à l'écart la grande majorité du tracé de toute ville ou village.

notamment permis par les progrès techniques et l'allégement des équipements (randonnée et descente de rivière en packcraft ou encore randonnée à la montée et parapente à la descente). En complément de ces hybridations d'ordre sportif, cette dynamique s'est avérée encore plus prolifique par des croisements avec d'autres domaines d'activités touristiques et de loisirs, largement impulsées et exploitées par une industrie en quête de nouveauté, de segmentation, de diversification et de différenciation entre destinations. Les années 1990 et surtout le début des années 2000 ont ainsi été marquées par l'émergence des formes « ludiques » de randonnées, depuis les itinéraires thématiques autour de chasses aux trésors et autres « geocaching » jusqu'à la « gamification » largement appuyé sur les nouveaux outils numériques (Bouchet, 2008). La randonnée s'est aussi prêtée et largement hybridée avec bien d'autres activités touristiques et culturelles, donnant lieu à toutes sortes de déclinaisons d'itinéraires et de séjours thématiques recourant au déplacement par la marche pour aller à la découverte du patrimoine et de l'histoire locale, à la rencontre de la gastronomie régionale et de ceux qui la produisent, ou encore l'occasion d'un stage photographique de la faune et/ou la flore locale. Elle est aussi mobilisée pour des produits dit de « bien-être et de développement personnel » en s'hybridant avec les pratiques tentées d'orientalisme comme le yoga ou la méditation. Ce mouvement de thématisation généralisée et généralisable à tout type d'objet ou d'activité touristique de la randonnée n'est pas étranger à la logique « post-moderne » que nous avons déjà évoquée, mettant en scène et mobilisant des logiques de jeux et de transgressions ludiques, d'expérimentation et d'hybridation récréative, pour proposer toujours plus d'expériences nouvelles, émotionnelles, inédites, authentiques et atypiques.

Au travers de tous ces exemples, on peut déceler une forme d'ambivalence et de contradiction s'exprimant dans l'histoire des émergences et des évolutions de ces alternatives aux formes et aux modèles touristiques dominants, à ce qu'on qualifie par facilité le tourisme de masse. S'appuyant tantôt sur des logiques de distinction sociale qui pourraient s'apparenter à de l'élitisme, s'inscrivant et alimentant d'autres fois la logique post-moderne d'un besoin de renouvellement permanent des formes de divertissement récréatif, participant (même inconsciemment et contre leur volonté initiale) à un système touristique qui a démontré sa capacité à intégrer et à recycler les innovations et les transgressions qui se développent dans ses marges, les trajectoires des pratiques dites « alternatives » interrogent sur leur capacité à la fois à perdurer et demeurer dans les marges et les interstices, et/ou à contribuer à faire évoluer le modèle dénoncé.

Enfin, les enjeux écologiques sont venus se sur-ajouter à tous les autres niveaux d'enjeux culturels, économiques, sociaux et politiques sur lesquels se fondaient les logiques et les registres de construction et de justification des alternatives touristiques. Leurs prégnances et leurs transversalités les imposent toujours plus au centre des préoccupations et des stratégies d'action autant des professionnels que des individus / consommateurs. L'argument « écologique » est devenu ces 2 dernières décennies un élément central de définition et de positionnement des pratiques et des lieux touristiques. Encore très marginale dans les années 1980-90, la prise en compte des impacts environnementaux des activités récréatives s'est considérablement accrue pour constituer un des principaux facteurs de segmentation et de différenciation de l'offre touristique, comme en témoigne la multiplication des labels et autres certifications « vertes » s'appliquant à un large panel de types d'acteurs et d'activités (Ecolabel Européen, Clef Verte, Pavillon Bleu, Flocon Vert, ATR, ATES, Ecogîte, ...). Des plus contraignantes jusqu'à celles relevant de la déclaration d'intention par la signature d'une charte, une partie de ces démarches n'est pas exempte de visées opportunistes et marketings qui n'engagent que peu de changements dans les modèles d'activités (et que l'on pourrait qualifier de « greenwashing »). Leur histoire retrace bien l'évolution de la prise en compte de la dimension écologique par le secteur du tourisme. Les premiers labels comme Station Verte (créé en 1964) ou Accueil Paysan (1987) s'inscrivaient dans l'invention du tourisme « vert » et « rural » marquant un des premiers

mouvements de recherche d'alternatives au tourisme de masse au travers d'une forme de « délocalisation / relocalisation » du tourisme dans des espaces plus « naturels ». Intégrant une dimension supplémentaire d'ordre socio-économique, l'émergence de labels comme Ethic Etapes (1986) ou ATES (Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire créée en 2006) incarnent quant à eux une approche initialement plus centrée sur les impacts et les externalités négatives d'ordre socio-économiques et socio-culturels sur les communautés et des territoires investis par le tourisme. Bien que n'étant pas centrée sur la dimension environnementale, ces démarches n'en restent pas moins reliées à la dimension écologique dans la mesure où elles recroisent et concernent le plus souvent des activités touristiques dans le milieu rural et naturel ; et peuvent être perçues comme une étape supplémentaire dans la construction d'une conception plus large et globalisante d'une transition écologique et sociale vers un tourisme dit « durable ». Le tourisme balnéaire s'est lui aussi dès les années 1980 doté de son éco-label avec la création du Pavillon Bleu. Mais ce furent surtout les années 2000-2010 qui ont été marquées par la multiplication et le développement des labels et autres certifications élargissant ces démarches à toujours plus de segments et de typologies d'acteurs et d'activités du champ touristique ; avec sans exhaustivité des labels pour les destinations comme Flocon Vert ou Biorismo, pour les hébergements comme Clef Verte, Ecolabel Européen, Green Globe, Gites Panda (WWF) ou encore Ecogîte, mais aussi pour les agences de voyage avec ATR (initié par les agences de voyage d'aventure mais qui intègre depuis quelques années des marques de grands groupes comme le Club Med ou Salaün). L'argument écologique est ainsi progressivement devenu un élément central pour se définir et se positionner comme une « alternative » dans le paysage touristique et notamment par rapport aux formes du tourisme de masse, largement associées aux activités et pratiques les moins respectueuses de l'environnement. On voit ainsi fleurir dans les communications des opérateurs et des destinations touristiques les offres « éco-responsables », en faveur d'un « tourisme durable », de séjours et de pratiques qui ont « un minimum d'impacts sur la planète ». Toutefois, à mesure que l'argument écologique est utilisé par un nombre croissant d'acteurs et de destinations (en France mais aussi vers l'étranger), concernant un panel toujours plus large de types d'activités et de segments du marché touristique, qu'il se généralise pour ainsi dire, sa capacité « distinctive » et à fonder / justifier une « alternative » risque de se réduire d'autant. Se pose ainsi la question d'une gradation de l'intensité et de la réalité de la dimension « écologique » des pratiques ainsi qualifiées.

Cette brève et non exhaustive remise en perspective historique des formes de pratiques récréatives et des démarches se construisant et se positionnant comme des alternatives au tourisme dit de masse n'avait comme objectif que d'éclairer, de repositionner et de questionner la manière et les ressorts par lesquels la microaventure se propose elle aussi de constituer une alternative touristique. S'inscrivant dans une histoire déjà jalonnée d'initiatives et de précédents, on peut relever des similitudes et des échos du passé dans les dimensions et les registres d'action et de discours (re)mobilisés par la microaventure pour se définir et se positionner par rapport aux formes et aux modèles touristiques dominants, et notamment par rapport à la figure stéréotypée du « tourisme de masse ». Tout d'abord, elle se réapproprie et se propose de réactualiser le registre du voyage d'aventure et des imaginaires de l'itinérance et de l'immersion dans une nature idéalisée qu'il véhicule. Elle s'inscrit dans la dualité entre les vacances actives et les vacances passives, prolongeant une longue tradition des vacances et des activités de plein air fondées sur la réactivation du corps et d'un rapport sensible à la nature. Elle remobilise et réactualise les formes et les démarches de décalage et de dissidence spatio-temporels de l'histoire des pratiques sportives de nature. Elle s'inscrit dans des stratégies d'évitement des lieux et des espaces considérés comme trop « touristifiés » récurrentes dans l'histoire du secteur (avec son leitmotiv de la recherche du « hors des sentiers battus »), et notamment dans les pas de l'invention du tourisme « vert et rural » et de la réhabilitation des « proximités et du local ». Et enfin, elle s'insère et reflète parfaitement l'avènement de la prégnance des préoccupations écologiques dans le

champ des pratiques récréatives. La réduction des impacts environnementaux et la préservation des espaces naturels ressortent comme des éléments constitutifs et centraux de la microaventure, qui peuvent aussi être interprétés et repositionnés dans l'histoire des considérations écologiques dans le champ du tourisme, notamment par la réactualisation et l'utilisation abondante de la référence au programme de sensibilisation « Leave no trace » développé aux USA depuis les années 1960-70.

En ce sens, la microaventure peut être observée et analysée comme une forme hybride et composite de pratique récréative remobilisant, réinterprétant et réactualisant des références et des précédents s'inscrivant dans l'histoire des pratiques touristiques s'étant construites et positionnées comme des alternatives au tourisme de masse.

La microaventure, une alternative au tourisme ?

Dans une certaine mesure, les discours et la pratique de la microaventure semblent aussi véhiculer une forme de critique et de contestation de notre modèle de société dans son ensemble, au-delà du simple champ du tourisme, dénonçant le plus souvent en creux ses caractères consumériste et ultra-libéral. Les registres de discours mobilisent régulièrement les notions et les intentions à « changer notre rapport au voyage », à « faire différemment », à « réinventer » non seulement nos manières de voyager mais aussi « nos modes de vie », positionnant la microaventure comme un « art de vivre » qui participerait à changer notre relation à la consommation et au temps libre, prônant l'autonomie pour devenir « créateur plutôt que consommateur » d'expérience, et à créer le « vivre-urbain de demain »⁴³. Dans ce sens, est-ce que la microaventure pourrait être considérée, plutôt que comme une forme alternative de tourisme, comme une alternative au tourisme ? Comme une démarche et une forme de pratique récréative cherchant à s'inscrire au-delà du champ du tourisme tel qu'il existe actuellement, les prémices d'un après-tourisme (Bourdeau, 2013) ? voire une déclinaison d'une vision plus radicale de contestation du tourisme positionnant la critique à un niveau politique et idéologique, une forme d'anti-tourisme (Christin, 2010) ?

Comme nous l'avons évoqué précédemment, les démarches et les pratiques alternatives au tourisme de masse peuvent s'inscrire dans une relation ambivalente et dans une dynamique d'intégration avec le champ touristique dominant et conventionnel ; les logiques de dissidence et d'expérimentation transgressive nourrissant le besoin en innovation et du marketing de la nouveauté du secteur. Ce constat accrédirait la vision du tourisme comme un champ social utopique et uchronique qui se déploierait à l'écart des enjeux et des conflits politiques et sociaux, un temps et un champ d'activité en dehors du quotidien et caractérisé par une forme de neutralité idéologique, apolitique et/ou dépolitisée (Bourdeau, 2011). Dans ce sens, les dissidences et les transgressions se limiteraient à des jeux avec les limites et à des visées d'ordre récréatif, sans remettre en cause le cadre et le modèle dominant dans lesquelles elles s'inscrivent.

Toutefois, cette perception « positive » et « apolitique » du tourisme comme fait et temps social acquis de haute lutte et occupant une place centrale dans notre mode de vie contemporain est de plus en plus remis en cause par une multitude de facteurs de fragilité et de crises économique, sociale, politique, sécuritaire et désormais environnementale. La fin du « consensus sur l'utopie et l'uchronie touristique » (Bourdeau, 2013) s'illustre par des critiques de plus en plus fortes et récurrentes ces dernières décennies (dont les médias se font largement l'écho) du tourisme et notamment du « sur-tourisme » ; allant jusqu'au développement de sentiments et de mouvements

⁴³ Les termes et expressions entre guillemet sont puisés dans les présentations et les plaidoyers publiés par les structures phares de la microaventure en France : Chilowé, 2 Jours Pour Vivre, Les Others, MadJacques, Helloways, ...

populaires « d'anti-tourisme » dans de nombreuses destinations très touristiques. Le tourisme est ainsi devenu tout à la fois le « mauvais objet », le miroir d'une crise de sens et d'identité du touriste et porteur de multiples maux et problèmes associés à la figure du sur-tourisme, et l'espace-temps « désiré et expérimenté » par tout le monde (du moins pour la majorité des occidentaux). Dans ce contexte, on peut ainsi voir se développer des comportements d'auto-limitation, voire de renoncement (à prendre l'avion, partir moins souvent, arrêter les city-break en avion low-cost, ...) de la part d'un nombre grandissant d'individus. Cela se traduit aussi par une recherche de reconstruction et de renouvellement du sens et de la justification du tourisme en inscrivant ses vacances dans des finalités « utiles » ou du moins considérées comme plus positives : tourisme solidaire, tourisme humanitaire, tourisme éducatif au travers de stage ou de formation, tourisme immersif pour vivre « comme les locaux » (sur le mode « vit ma vie de... »), tourisme professionnel (à l'occasion de déplacement d'affaire) et maintenant le workation (le fait d'aller travailler à distance dans des lieux touristiques), etc. Ces phénomènes pourraient être considérés à la fois comme marginaux et interprétés comme relevant de la dynamique d'innovation / intégration au système touristique dominant. Toutefois, croisés avec d'autres observations et phénomènes sur le développement de formes de pratiques touristiques et récréatives qui participent d'un mouvement de « recomposition des relations Ici-Ailleurs » (qui sont au fondement du tourisme), il est aussi possible d'y voir les prémices d'un « après-tourisme » au sens d'un dépassement des catégories et des cadres de pensée, de pratique et de développement du tourisme (Bourdeau, 2013).

Dans ce contexte de crises multiples et multidimensionnelles du tourisme, des phénomènes et des tendances d'évolution et d'hybridation entre des pratiques, des temps et des espaces touristique et non touristique s'opèrent, brouillant les frontières traditionnelles entre l'Ici du quotidien non touristique et l'Ailleurs de l'espace-temps du tourisme. Le phénomène « touristification des lieux ordinaires » décrit par P. Bourdeau en est un exemple emblématique. Il exprime bien ces processus d'investissement pour des pratiques et des usages récréatifs et touristiques d'espaces et de lieux qui n'ont pas été construits et aménagés, ne sont pas identifiés et catalogués, ne présentent pas les caractéristiques traditionnellement associées à une attraction touristique. Recomposant la distinction entre zone touristique et zone non touristique, elle s'illustre par une multitude de phénomènes comme le développement de pratiques touristiques urbaines cherchant à sortir des circuits et des secteurs « balisés » par les attractions culturelles, patrimoniales, événementiels, de shopping et autres activités traditionnellement touristiques. Cherchant à découvrir la « vraie vie » des locaux et à les rencontrer (comme le développement des Greeters par exemple), allant à la découverte des quartiers non touristiques, résidentiels et/ou périphériques, ce phénomène peut aussi recouvrir des pratiques plus « alternatives et dissidentes » avec ce qu'on a appelé « l'Urbex » (Urban Exploration) où les visiteurs mais aussi les habitants partent à la découverte et développent des pratiques récréatives et festives dans des zones et des lieux décalés, insolites, voire dangereux d'accès, comme les catacombes, les toits d'immeuble non aménagés pour l'accueil du public, les friches industrielles, les zones en chantier, ...). La valorisation touristique de petits villages considérés comme « ordinaire » et sans attraction touristique forte, dont la création du réseau des « plus beaux détours de France » en est un autre exemple. Un autre phénomène étroitement lié est celui d'une revalorisation des pratiques et des vacances de proximité. Participant aussi de cette recomposition en cours dans la relation Ici-Ailleurs et des imaginaires touristiques associés, on observe depuis bientôt 2 décennies une croissance des incitations à réinvestir sa région pour les vacances et des mises en scène des espaces proches à partir des codes et des caractéristiques de l'Ailleurs lointain (pourquoi aller chercher les steppes mongoles à l'autre bout du monde si on peut les trouver sur le plateau du Cézallier ; les paysages de forêt de sapins canadiens lorsqu'on peut les découvrir en Chartreuse ou dans le Jura ; les canyons du Colorado lorsqu'il se trouve aussi dans le Luberon). Un dernier phénomène participant de cette recomposition de l'Ici et de l'Ailleurs est le développement des « migrations d'agrément » (Martin, Bourdeau et Daller, 2013) et de l'importance accordée à

« l'habitabilité récréative » (Corneloup, Bourdeau, Bachimon et Bessy, 2014) de son territoire de vie quotidienne dans les choix de domiciliation. Recroissant les notions de périurbanisation et rurbanisation, un nombre croissant de personnes font le choix d'un lieu de vie sur la base de critères relevant de la sphère récréative et recherchant des attributs en grande partie associés au champ du tourisme (paysager, naturel, activités et sociabilités associées aux loisirs, architecture et patrimoine « traditionnel », ...). Ces migrations d'agrément s'opèrent dans un double sens / mouvement de conversion résidentielle d'espace touristique ou de touristification de campagne non touristique, brouillant les frontières entre espace-temps du tourisme et du quotidien. Les aspirants à ces migrations semblent en effet s'inscrire dans la recherche d'un mode et d'un espace de vie dans lequel ils peuvent tout à la fois construire leur quotidien, l'ici du travail et de la vie familiale, et investir leur territoire comme un Ailleurs dans lequel ils peuvent déployer leurs pratiques récréatives, incarnant une forme de nouvelle d'idéal de « vivre à l'année dans une maison de vacances » selon la formule de Jean Viard. On retrouve ici, dans une déclinaison choisie et non subie, des recoupements avec le phénomène du « staycation » et du recentrage des loisirs et des activités récréatives dans et autour de la maison.

Ces phénomènes, étroitement liés entre eux, participent de ces recompositions / hybridations des dialectiques entre l'ici et de l'Ailleurs sur lesquels sont fondées la conception dominante du tourisme : la ville / la campagne, l'urbain / la nature, le quotidien / les vacances, le travail / le loisir, le proche / le lointain, le touristique / le non-touristique ... (Bourdeau, 2013). Elles donnent lieu à de multiples entre-deux, tant en terme de pratiques que d'espace-temps des pratiques touristiques et plus largement récréatives, qui peuvent être observés et interprétés comme autant de manifestations et de prémices d'un processus d'invention d'un « après-tourisme », d'un dépassement et d'une réinvention des frontières, des codes et des normes inventer par ou pour le tourisme. Dans cette perspective, les dynamiques dissidentes, transgressives, alternatives ne sont pas uniquement observées sous l'angle des différentes déclinaisons de tourisme alternatif jouant mais demeurant dans les cadres du tourisme, mais surtout comment elles peuvent participer (du moins pour certaines et selon leurs trajectoires d'évolutions) à dépasser, bousculer, reconstruire un tourisme qui ne serait plus un champ social en dehors des autres champs sociaux, en dehors du quotidien et de l'ici, un espace-temps de pratiques dans un Ailleurs utopique et à l'écart des problèmes du monde (Bourdeau et Lebreton, 2013).

Est-ce que cette grille de lecture, notamment au travers des notions de touristification du quotidien et de recomposition des relations Ici-Ailleurs, peut être appliquée et nous éclairer sur la microaventure ? Est-ce qu'en se proposant de « mettre tout le monde dehors »⁴⁴, de rendre « l'aventure accessible près de chez soi »⁴⁵, de reconsidérer et regarder les espaces de proximité avec un autre regard, d'intégrer l'aventure dans son quotidien comme un mode de vie, la microaventure ne s'apparenterait pas à cette touristification du quotidien et à cette recomposition de la relation entre l'ici et l'Ailleurs ? Est-ce prônant une forme de relecture et de transfiguration des espaces à proximité et des paysages français en terrains d'aventures tout aussi exotiques et dépaysants que les Ailleurs lointains, est-ce que la microaventure ne marcherait pas dans les pas des Situationnistes des années 1960-70 et de leur slogan bien connu « sous les pavés, la plage » ? Mais aussi au travers de son invitation au décalage du regard et de la pratique, à la contrainte créative à la manière du mouvement OuLiPo, aux petits défits et à l'introduction d'un « brin de folie » qui n'est pas sans rappeler l'approche critique par l'absurde et l'inventivité débridée du tourisme expérimental⁴⁶ ?

⁴⁴ Cf. *Sous-titre du Guide Chilowé - Paris.*

⁴⁵ Cf. *4ème de couverture du Guide Chilowé - Paris.*

⁴⁶ Cf. <http://www.latourex.org/>

La microaventure, une forme transmoderne de tourisme ?

La notion de forme transmoderne des pratiques récréatives (Corneloup, 2011) s'appuie sur les travaux de philosophes comme Enrique Dussel et Rosa M. Rodriguez Magda qui ont conceptualisé un nouveau régime d'historicité, la transmodernité, et qui constituerait un dépassement et un au-delà de la modernité et de la post-modernité. Le concept de transmodernité peut être entendu à la fois comme « projet », appelant de ses vœux et théorisant un nouveau modèle de société dépassant les limites et les problèmes de la modernité et de la postmodernité dont la pensée serait occidental-centré ; mais aussi comme une analyse et une théorisation des processus de transition et des mutations en cours, notamment face aux enjeux mondialisés des sociétés contemporaines, vers un modèle de société plus durable, notamment dans son rapport avec la nature. Appliqué au champ des pratiques récréatives, il pourrait être rapproché de la notion « d'après-tourisme » dans la mesure où il constituerait un dépassement des formes et des représentations modernes et post-modernes dominantes.

Les travaux de Jean Corneloup font référence sur la déclinaison dans le champ des pratiques récréatives de la notion de transmodernité, s'appuyant sur cette notion pour décrire une forme culturelle spécifique, dans le sens d'un « ensemble de pratiques socio-corporelles, d'usages sociaux et de représentations que l'on identifie comme emblématique d'une époque et qui s'inscrit au sein d'une organisation plus ou moins formalisée ». Cette forme transmoderne des pratiques récréatives pourrait être caractérisée par les éléments suivants :

- La naturalité : Le contact, l'immersion, le rapport sensoriel avec la nature est un marqueur fort de la forme transmoderne. Largement influencé par la pensée romantique et transcendantaliste d'auteurs américains du 19^{ème} comme Thoreau et Emerson, l'aspiration à une forme de retour à la sauvagerie, à une expérience simple, frugale et régénératrice dans une relation profonde et intime avec la nature, est aussi très présente. Il s'agit aussi d'une recherche de lenteur, de douceur, d'immersion profonde en opposition à la quête de performance, de dépassement de soi, de sensation forte ou de fun caractéristique des formes moderne et post-moderne.
- Le métissage culturel : la transmodernité s'inscrirait aussi dans une recherche de déssegmentation et décloisonnement des pratiques récréatives et plus largement des pratiques culturelles et sociales mobilisables dans le cadre d'une expérience en nature. Ce métissage culturel convoquerait ainsi des croisements d'autres domaines artistiques et culturels, mais aussi avec d'autres domaines d'activités comme l'agriculture, la gastronomie, l'artisanat, l'éducation, le développement personnel et la spiritualité.
- La recherche de transversalité et d'un art de vivre : dans le prolongement de la recherche de métissage, la forme transmoderne se caractériserait plus profondément par une aspiration à dépasser le clivage et le cloisonnement entre la sphère du récréatif/tourisme et les autres sphères de l'existence et du quotidien (on retrouve ici les idées de recomposition des relations Ici-Ailleurs et de touristification du quotidien). L'objectif serait plutôt ici d'intégrer et d'ancrer ses pratiques récréatives dans son mode et son territoire de vie au quotidien, d'inventer une nouvelle forme d'art de vivre, une habitabilité récréative de l'ici.
- Le réinvestissement du local : recoupant la recherche d'un art de vivre au quotidien, l'approche transmoderne s'inscrit aussi dans une forme de réinvestissement et de réenchantement du local et de la proximité ; que ce soit sur le plan des pratiques récréatives ou plus largement de la vie quotidienne et d'un ancrage dans la vie locale (politique, associative, économique, ...). Sur le plan de la pratique et des pratiquants, cela se traduit aussi par la volonté d'être dans la

rencontre, l'échange et le partage avec les habitants et les acteurs du territoire investi, dépassant le rapport à la nature comme territoire à conquérir ou terrain de jeu et décor pour les pratiques. Sur le plan des acteurs et de la structuration professionnelle, cela renvoie à une volonté d'ancrage et de développement local, de participation à l'émergence de système d'action et de coopération transversale à l'échelle des territoires d'implantation.

- La recherche d'une forme de cohérence globale : les aspirants à la transmodernité se caractériseraient aussi par une démarche de mise en cohérence globale et transversale de leurs actions (voire même de tous les domaines de leur existence) concourant à la réalisation de leurs pratiques récréatives : le choix des types de mobilité (décarbonée) et des destinations (proximité et naturalité), les modes de consommations et de relations avec les populations et les économies locales, le choix des équipements sportifs et de fournitures, etc. La forme transmoderne tendrait ainsi à la mise en cohérence de l'ensemble des dimensions et des modalités de la pratique avec les principes et valeurs politique et philosophique (notamment écologique et humaniste).
- Une spiritualité écologique : la transmodernité récréative se caractérisait aussi selon J. Corneloup par ce qu'il appelle une « approche vitaliste de la nature » (Corneloup, 2011), empreinte d'une spiritualité centrée sur le lien et une connexion « profonde » avec les énergies et le souffle de la nature. Cette « éco-spiritualité » s'appuie sur un large spectre de références et d'inspirations en fonction des sensibilités des pratiquants (transcendantalisme romantique américain, spiritualité new-age, bouddhisme et orientalisme, religiosité plus ou moins marquée, éco-développement personnel laïque, etc.) mais qui se retrouvent autour de l'idée d'une forme de communion avec la nature.
- Les modèles d'action et d'organisation participatif / collectif : en lien avec les notions d'ancrage et de réinvestissement du local, la forme transmoderne s'inscrirait dans une vision politique des modes d'organisation et d'action, que ce soit aux niveaux professionnels et aux niveaux des systèmes socio-politiques et socio-économiques locaux (mais aussi nationaux et internationaux mais c'est au-delà du cadre de ce travail). Elle défend une action et une organisation fondée sur la participation, la co-construction et l'intelligence collective associant toutes les parties prenantes (citoyens / pratiquants, acteurs économiques et associatifs, institutions publiques et acteurs politiques). Les notions de dynamique collective et de territoire apprenant sont fondamentales, réhabilitant notamment la notion de pratique en « amateur » comme figure de l'autonomisation et de l'émancipation du pratiquant vis à vis des formes pré-formatées produites et du consumérisme promues par l'industrie du tourisme.
- Les valeurs écologiques et humanistes : enfin, la forme culturelle transmoderne s'inscrirait et défendrait (comportant une dimension parfois militante) des principes et des valeurs écologiste et humaniste. Cette toile de fond peut se lire dans toutes les caractéristiques précédentes, s'inscrivant dans une intention globale et transversale de participer à construire un modèle de société plus durable, respectueux et en harmonie avec l'environnement, plaçant l'humain, le partage, la rencontre, l'échange, le métissage et l'hybridation au centre des interactions et pratiques sociales.

A bien des égards, la notion de forme transmoderne des pratiques récréatives recoupe et pourrait être assimilée à une forme « d'après-tourisme » ou « d'alternative au tourisme ». Aussi, dans quelles mesures la microaventure pourrait-elle s'apparenter à une forme transmoderne de tourisme ? Est-ce que cette notion permet d'éclairer notre objet, ses caractéristiques et sa capacité à constituer une alternative et/ou participer à réinventer le tourisme dans une perspective de transition écologique et sociale ? Cette grille de lecture offre un référentiel pertinent et relativement

précis pour analyser la microaventure au regard de la problématique de ce travail et que nous mobiliserons ultérieurement.

1.3. Un concept inscrit dans son époque

Après ce travail de remise en perspective historique et théorique de la microaventure, et plus particulièrement des éléments qui en semblent constitutifs comme les notions d'aventure, de rapport à la nature et d'alternative dans le champ du tourisme, il convient maintenant d'examiner la manière dont elle se positionne et s'inscrit dans son époque. Je m'attacherai dans cette partie à préciser et à décrire la manière dont les acteurs de la microaventure se définissent et se positionnent dans le contexte contemporain et en référence aux concepts et aux registres de discours (notamment marketing), aux tendances et aux enjeux actuels du secteur du tourisme.

Constituant initialement à une pratique de niche portée par des passionnés d'activités de pleine nature et de voyage, la microaventure a connu ces 4 dernières années un développement, une professionnalisation et un écho médiatique grandissant et rapide. Identifiée et qualifiée comme « la tendance montante » par de nombreux observateurs et acteurs professionnels, tout autant que par les médias spécialisés et généralistes⁴⁷, elle a été régulièrement décrite et présentée comme un concept répondant et correspondant aux évolutions des attentes des individus-clients, mais aussi à des tendances de fond du secteur du tourisme et des loisirs. Sa popularisation soudaine n'est pas sans lien avec la crise du Covid-19 et son lot de contraintes spatio-temporelles imposées. Mais au-delà de cet effet conjoncturel qui a joué un rôle d'accélérateur, c'est bien de « tendances de fond », de « besoins et d'attentes profondes » dont il serait question. Aussi, recoupant l'analyse de cette production médiatique et professionnelle avec les éléments de discours des acteurs clés de la microaventure, j'ai tenté de dégager les principaux registres et éléments de définition et de positionnement de ce concept dans le champ du tourisme, tant en matière d'attentes (perçues) des individus-consommateurs que de pratiques récréatives et d'offres touristiques :

- Le besoin de reconnexion avec la nature : il s'agit du thème le plus récurrent qui, au-delà de la microaventure, traverse en effet le champ du tourisme dans de multiples registres et déclinaisons. Ce besoin s'inscrit explicitement ici dans les dialectiques urbain-nature et ici-ailleurs, la nature faisant figure d'ailleurs dépaysant et ressourçant, comme un retour à l'essentiel/originel et une source de bien-être, dans une opposition avec le milieu urbain et le quotidien citadins perçus comme artificiels, routiniers, pollués et stressants.
- Un désir d'aventure : comme son nom l'indique, ce concept répondrait à un besoin croissant d'aventure, dans le sens d'évasion, d'expérience intense, insolite et dépaysante où on testerait ses limites (toutes proportions gardées) en se confrontant à la nature et en sortant de sa « zone de confort » ; dans une forme de compensation (décompensation) par rapport à une vie quotidienne et citadine faisant figure de carcan routinier, balisé, standardisé, prévisible et aseptisé (aliénant diraient certains).
- Le réinvestissement de la proximité : il s'agit d'un élément pivot de la microaventure (tout autant que de l'époque), comme en témoigne l'une des formules consacrées pour résumer le concept : « l'aventure près de chez vous ». Faisant régulièrement référence à la figure de la grande

⁴⁷ Cf. Articles référencés en introduction et dans le 1.1.

En complément : <https://www.lechotouristique.com/article/amelie-deloffre-la-micro-aventure-est-une-tendance-montante>

<https://www.voyageons-autrement.com/les-micro-aventures-le-voyage-au-coin-de-la-rue>

<https://oxytanie.com/exploration/prets-pour-la-micro-aventure/>

aventure qui se réaliserait dans des ailleurs lointains, la microaventure propose quant à elle de vivre des expériences tout aussi intenses près de chez soi, dans une proximité à géométrie variable depuis l'ultra-local (sa ville et ses environs directs) au national (dans la mesure d'une accessibilité sur le temps d'un court-séjour) ; l'idée étant de promouvoir le fait que l'on peut vivre l'aventure en France, sans prendre l'avion pour aller à l'autre bout du monde.

- Rendre l'aventure accessible : cet objectif d'accessibilité est à entendre à plusieurs niveaux. Le premier est d'ordre physique et technique. Il ne serait « pas nécessaire d'être Mike Horn » (formule régulièrement utilisée) pour se lancer dans la microaventure. Celle-ci pourrait s'adapter à des débutants dans les pratiques de pleine nature avec des expériences peu engageante et peu technique. On touche ici à la question de la relativité de la notion d'aventure. Le deuxième niveau est d'ordre économique. Reposant principalement sur des activités de plein air, gratuite et largement praticable en autonomie, à proximité et n'impliquant théoriquement que peu de coûts logistiques, la microaventure permettrait donc de « partir à l'aventure sans vous ruiner ».
- Intégrer l'aventure dans son quotidien : rejoignant l'idée d'accessibilité, la microaventure se propose d'intégrer l'aventure dans son quotidien en s'inscrivant sur ces temps courts et notamment dans le temps des week-ends. A mi-chemin entre l'espace-temps des vacances et celui des loisirs, la microaventure permettrait ainsi de « s'échapper » plus régulièrement, en toutes saisons, de part son format et son coût. Les références à un « mode de vie / art de vivre » sont nombreuses dans les discours de ses promoteurs, se proposant ainsi de réconcilier vie urbaine et reconnexion avec la nature.
- Quête de sens et d'authenticité : la microaventure est aussi largement associé à des aspirations d'ordre existentielle, à une quête de sens et d'authenticité au travers de ses pratiques récréatives qui s'exprime le plus souvent en creux et en opposition au tourisme de masse, aux destinations et produits touristiques phares et massifiés qui seraient considérés comme trop artificiels, impersonnels, standardisés, totems d'un consumérisme dénoncé. Dans ce sens, on peut citer deux figures récurrentes de ce positionnement : la volonté d'aller « hors des sentiers battus » et des sites dénaturés par le sur-tourisme ; et celle de consommer « responsable et local ».
- Une sensibilité écologique : la microaventure s'inscrit dans le mouvement de prise de conscience des enjeux écologiques et dans une démarche de réduction des impacts environnementaux des activités touristiques. Cette dimension écologique est avancée comme un élément pivot donnant une cohérence d'ensemble au concept, reliant la plupart des caractéristiques précédemment évoquées (la reconnexion avec la nature, la proximité, la recherche d'authenticité, la dénonciation du sur-tourisme). Dans ce sens, les questions de mobilité apparaissent centrales, défendant autant le fait de réduire le recours à l'avion que des pratiques basées sur des mobilités douces (le vélo, la marche, le canoë, etc.).
- Le besoin de ralentir et le mouvement « slow » : dans la continuité de la sensibilité écologique, la microaventure répondrait aussi à ce besoin des urbains de ralentir, de prendre le temps, de rompre avec le rythme effréné de la vie quotidienne dans les grandes agglomérations. Comme nous l'avons évoqué en introduction, des ponts peuvent être fait avec le mouvement « slow » (slow-food, slow-tourisme...) qui recoupe et correspond aux attentes exprimées et aux pratiques déployées par la microaventure, la recherche de lenteur, de simplicité, d'immersion, de rencontre et de proximité autant avec la nature qu'avec la vie locale et les acteurs des territoires visités.

Au travers de ce rapide examen, l'objectif était de resituer et de mettre en exergue la manière dont la microaventure se définit et se positionne dans le paysage touristique actuel et plus

généralement dans son époque (au sens de contexte sociétal). Il ressort que ce concept reflète et se fait l'écho de certaines évolutions des attentes et critiques, de dynamiques et d'enjeux qui traversent le champ du tourisme depuis plusieurs décennies. Ces « tendances de fond » comme les appellent les journalistes et les professionnels du tourisme sous-tendent et se lisent dans la microaventure : la montée et la prégnance des préoccupations environnementales avec les modifications comportementales d'une part croissantes des individus-consommateurs qui y sont liées, les critiques récurrentes des impacts négatifs du sur-tourisme et d'une mobilité exacerbée, une forme de revalorisation / réenchantement du local et des « proximités / territoires », le désir de nature et le développement concomitant des pratiques récréatives en nature (ou « outdoor » dans sa version réactualisée), etc.

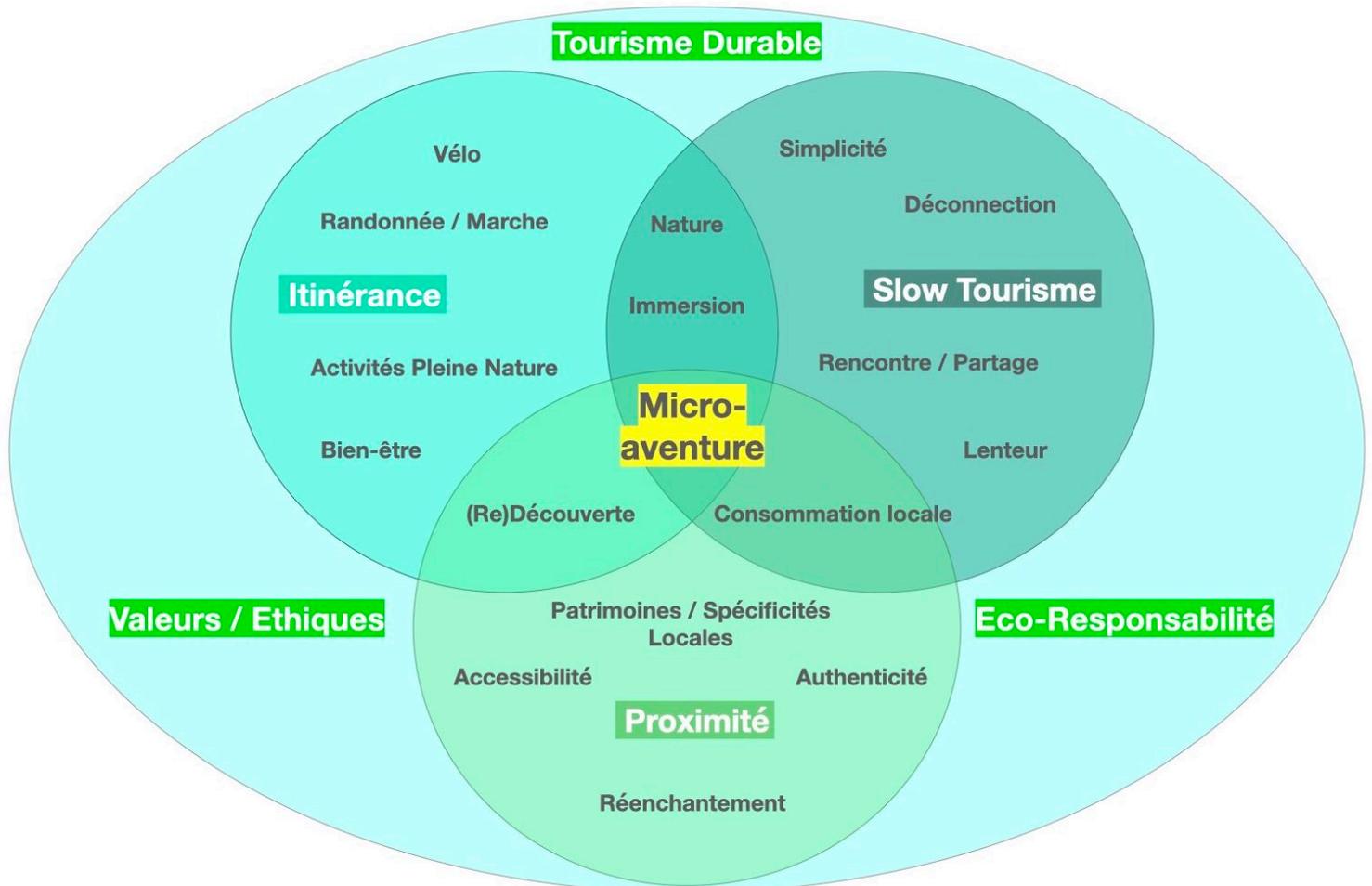


Figure 1 - Les tendances de fond sous-tendant l'émergence de la microaventure
Source : Auteur

Face aux différentes crises, limites et enjeux qui se sont posés successivement au tourisme, une diversité d'initiatives et d'alternatives se sont développées au fil du temps (tourisme vert et rural, tourisme d'aventure, éco-tourisme, tourisme solidaire, locatourisme, tourisme immersif, volontourisme, tourisme de proximité, etc.). Toutes ces déclinaisons visant à proposer des alternatives aux écueils et aux problématiques soulevés par les formes conventionnelles du tourisme dit de masse, s'inscrivent dans une direction et dans l'ambition (plus ou moins explicitement formulée) de participer à la transition écologique et sociale des activités récréatives et qui constituerait un sous-ensemble qu'il est maintenant convenu d'appeler le tourisme durable ; et dans lequel la microaventure semble s'inscrire et refléter un certain nombre de caractéristiques et références.



Figure 2 - La microaventure dans le paysage du tourisme durable
Source : Auteur

1.4. Éléments de définition / caractérisation

Après examen (certainement incomplet mais relativement large tout de même) des écrits des acteurs de la microaventure, des professionnels du tourisme, de la presse spécialisée et généraliste et même des éditeurs de dictionnaire (ainsi que de Wikipédia), il ressort que la définition du concept, de ce qu'il recouvre précisément, ne soit pas arrêtée et présente des flous et des variations d'interprétation. Il n'y aurait pas de définition faisant référence et consensus.

La situation est un peu différente au Royaume-Uni, pays d'origine de son concepteur, où l'éditeur de dictionnaire Collins a intégré dans sa version en ligne une définition du terme (en tant que néologisme) « Microadventures »⁴⁸. Celle-ci est directement inspirée des écrits d'Alastair Humphreys et que les éditeurs repositionnent dans le contexte de crise économique du début des années 2010 en mettant en avant son accessibilité pécuniaire. Cette définition anglo-saxonne s'avère relativement imprécise et laisse une large place à l'interprétation et à des déclinaisons et des réalités très variées. Elle précise qu'il s'agit « d'aventure qui se déroule proche de son domicile » et qui se caractérise par le fait d'être « peu coûteuse, simple, courte et « effective » (en anglais, littéralement « efficace » mais renvoyant plutôt ici à l'idée d'une « véritable aventure »). Il existe par ailleurs un article sur l'encyclopédie en ligne Wikipédia dans sa version anglophone⁴⁹ et qui s'appuie elle aussi principalement sur les écrits et l'expérience d'Alastair Humphreys.

⁴⁸ <https://www.collinsdictionary.com/submission/13197/Microadventures>

⁴⁹ <https://en.wikipedia.org/wiki/Microadventure>

Néanmoins, l'article ajoute et relève que la définition du concept faite par l'aventurier anglais est assez floue et « flexible », laissant une grande liberté d'interprétation dans le champ et les paramètres d'application et de traduction du concept en pratiques. À l'image du dictionnaire Collins, l'accessibilité économique apparaît dans les pays anglo-saxons comme une dimension fortement mise en avant, ce qui est moins le cas en France.

Néanmoins, sur la base des premières « expériences » de microaventure réalisées et diffusées par Alastair Humphreys, ainsi que ses premières déclinaisons en France par les communautés de pratiquants et les acteurs pionniers de sa structuration / professionnalisation, on peut dégager un faisceau d'indicateurs et de caractéristiques récurrentes qui me servira de « définition / caractérisation » de base dans le cadre de ce travail.

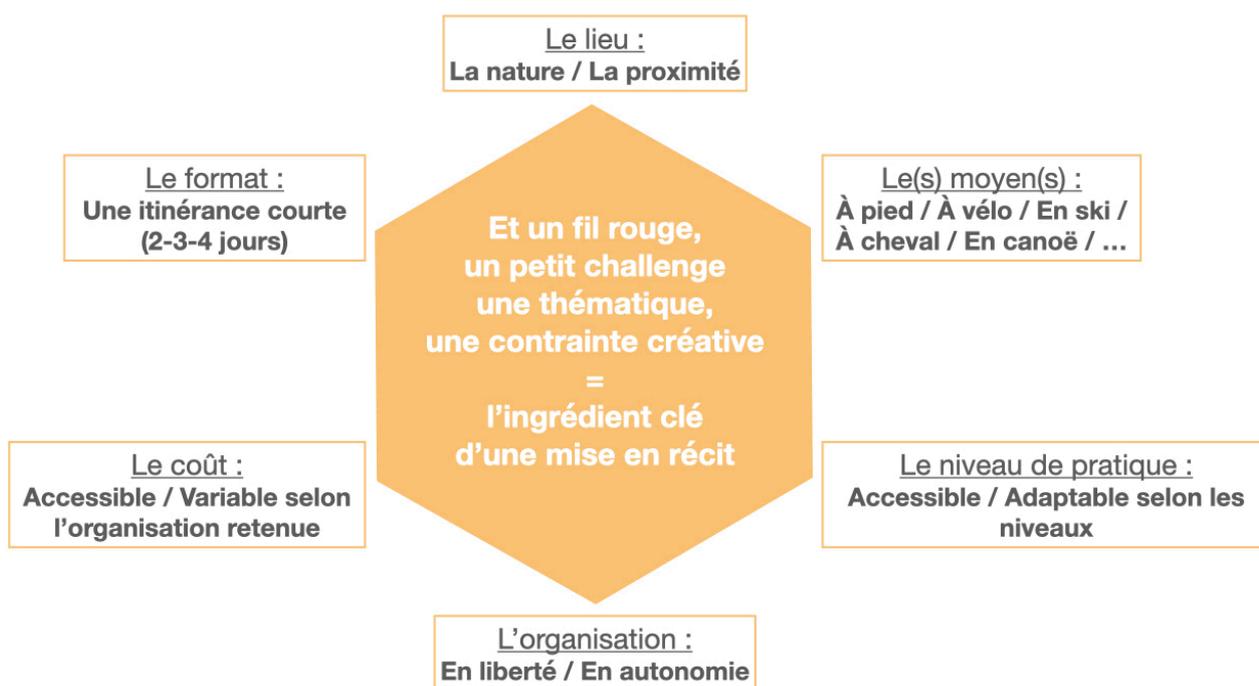


Figure 3 - Les éléments caractéristiques de la microaventure
Source : Auteur

Il s'agit ici de la manière dont les « pionniers » de la microaventure l'ont conçue et développée dans un premier temps. Le parti pris de m'appuyer sur cette conception « initiale » me permettra d'identifier et d'analyser les écarts et les divergences d'interprétation par rapport à celle-ci. Car en effet, comme nous le verrons, à mesure que le concept va se diffuser, se populariser et notamment être l'objet d'un processus de professionnalisation et d'appropriation par d'autres acteurs du tourisme, sa définition et le périmètre des pratiques qu'il peut recouvrir vont sensiblement varier.

Mais dans un premier temps, il est important de revenir et de préciser certaines caractéristiques de cette définition (que je qualifierais donc « d'initiale ») dans la mesure où elles constituent les points d'achoppements et de divergences que l'on retrouvera dans les évolutions en cours et les déclinaisons ultérieures du concept de microaventure :

- Le fait de dormir « dehors » : au travers des critères de lieu / milieu (la nature) et de format itinérant d'au moins 2 jours, il s'agit surtout de mettre en avant le fait de bivouaquer, de dormir dehors ou du moins hors de son domicile et dans des conditions « inhabituelles » (cela peut aussi recouvrir le fait de dormir dans une cabane, dans une grange, à la belle étoile, etc.). C'est

dans cette action que résiderait un élément central de l'esprit initial de la microaventure, à savoir se décaler de son quotidien en sortant de sa zone de confort pour vivre une expérience forte, intense et profondément dépaysante⁵⁰.

- Le rapport à la nature : dans le prolongement de cette intention de se décaler et de sortir de sa zone de confort, l'immersion dans la nature semble autant (sinon plus) constituer un moyen qu'une fin en soi. En effet, pour les urbains qui sembleraient être les principales cibles de la microaventure, la nature fait figure d'altérité dépaysante et décalée par rapport au milieu de la vie quotidienne (avec des titres évocateurs comme « L'appel de la forêt » ou « La vie sauvage » - Chilowé). La microaventure est ainsi régulièrement présentée par ses initiateurs avant tout comme une expérience, pouvant se vivre partout en France, même dans les interstices de nature d'une grande agglomération ou dans des campagnes périurbaines considérées comme « ordinaires » et/ou « non remarquables » selon les critères « conventionnels » dans le champ du tourisme. Cela n'empêche pas le désir de reconnexion avec la nature d'être mis en avant mais la microaventure apparaît plus axée sur la notion d'expérience, privilégiant le chemin et l'épreuve du décalage à la découverte d'une destination.
- Une temporalité courte : l'unité de temps de référence est généralement le WE (classique de 2 ou un peu prolongé sur 3 ou 4 jours). Recoupant l'idée de « dormir dehors », des déclinaisons de microaventure s'insérant dans le temps de la semaine de travail existent aussi, comme le fait d'aller dormir à la périphérie de sa ville un soir de semaine, entre la débauche et le retour au bureau le lendemain matin. Mais il s'agit là d'une forme « poussée et engagée » qui permet néanmoins de mettre en exergue l'aspect central de la temporalité de la microaventure, à savoir s'intégrer dans le rythme quotidien de la vie des urbains aux emplois du temps surchargés ; l'idée de fond étant bien ici de permettre de partir « à l'aventure » plus régulièrement, sans attendre ses congés, tout au long de l'année (« Parce qu'être citadin ce n'est pas une tare, à condition de se bouger le week-end ! », 4^{ème} de couverture du guide 2 Jours Pour Vivre).
- Une notion de proximité recouvrant plusieurs objectifs / sens : en effet, la proximité géographique est tout autant présentée comme une contrainte pour être accessible dans le cadre d'un court séjour que comme un engagement en faveur de la réduction de l'empreinte environnementale de nos activités récréatives (« La microaventure, c'est l'aventure près de chez soi. C'est plus accessible, ça prend moins de temps et ça fait moins mal à la planète. », Guide Chilowé Paris), mais aussi comme une forme de « contre-culture » touristique revalorisant les proximités, les territoires ordinaires (« La Nouvelle Frontière, c'est la Creuse, pas Djakarta. Les steppes mongoles du 3^e millénaire commencent au Nord de l'Aubrac et les nouvelles routes de la Soie sont en Picardie. », MadJacques⁵¹), les chemins de traverse et « hors des sentiers battus »⁵².
- Le rapport à l'autonomie dans la pratique : dans sa conception initiale, la microaventure se présentait comme une manière de rendre accessible l'aventure au plus grand nombre et en toute autonomie. En effet, Alastair Humphreys autant que les premières communautés et médias en ligne promouvant le concept mettaient en avant des inspirations, des topos, des conseils pratiques pour réaliser par soi-même et montrer que l'aventure est accessible sans un niveau sportif et technique important et sans avoir une ribambelle d'équipements spécialisés et onéreux. Dans une logique de petit pas, de commencer par de petits défis, cette conception initiale prônait

⁵⁰ Cf. L'article et les illustrations très éclairantes sur l'importance de « dormir dehors » par Amélie Deloffre de 2 Jours Pour Vivre : <https://www.2journspourvivre.com/aventures/dormir-dehors>

⁵¹ Cf. <https://www.madjacques.fr/a-propos>

⁵² Un des axes mis en avant dans le cadre de « La garantie Chilowé » au travers de ses microaventures : <https://www.chilowe.com/concept/>

une démarche d'apprentissage et d'autonomisation du pratiquant (« Un apprentissage par l'expérience que j'entends aujourd'hui partager via 2 Jours Pour Vivre, en poussant les citoyens à s'y frotter le week-end. », Amélie Deloffre de 2 Jours Pour Vivre⁵³) ; l'expérience étant d'autant plus forte et épanouissante qu'on la réalisait par soi-même.

- Une inscription dans « l'univers de l'outdoor » : enfin, il est important de rappeler que la microaventure s'inscrit assez directement dans ce qu'on appelle depuis quelques années l'univers de l'outdoor, une manière pour ainsi dire réactualisée et « dépolvoissérée » de parler des activités de plein air. Ses premiers développeurs/promoteurs et pratiquants s'avèrent être des adeptes des activités sportives de pleine nature et pour une bonne part de voyage d'aventure⁵⁴. Ce glissement langagier vers l'outdoor témoigne d'une certaine façon d'une réappropriation par la jeunesse urbaine de pratiques comme la randonnée et le vélo, à l'image et au public plutôt vieillissant jusqu'aux années 2000. La réappropriation / recontextualisation de la notion d'aventure peut aussi être observée sous cet angle.

La microaventure comme nouveauté et innovation ?

Régulièrement présentée par les médias et les professionnels comme une nouveauté, une nouvelle tendance, un nouveau concept, est-ce que la microaventure pourrait être assimilée à une forme d'innovation ? En quoi est-ce qu'elle apporterait ou représenterait une nouveauté dans le champ du tourisme et des pratiques récréatives ?

Malgré sa centralité et sa récurrence dans nos sociétés contemporaines, la notion d'innovation apparaît particulièrement polysémique et recouvrant des réalités et des objectifs très divers. Dans le langage courant, elle renvoie de manière relativement imprécise à l'introduction de quelque chose de nouveau par rapport à ce qui pré-existait dans le domaine concerné. Fortement associée au domaine économique et aux progrès techniques / technologiques, ses acceptions varient énormément selon les domaines d'activités et notamment dans le champ de la recherche scientifique selon les disciplines (Corneloup, 2010). Aussi, la question de l'innovation n'étant pas l'objet central de cette étude, qui s'inscrit plus dans une approche socio-culturelle de la microaventure, je m'attacherai ici à considérer le caractère « nouveau » de ce concept en regard des éléments de définition et de caractérisation que nous venons de poser dans le champ du tourisme et des pratiques récréatives, sans approfondir les différentes approches théoriques de l'innovation développées en sciences sociales.

Du point de vue de la pratique en elle-même, la microaventure ne présenterait pas d'innovation particulière, se concrétisant par des activités de plein air et des pratiques physiques et/ou sportives en nature déjà existantes. Concernant sa spatialité, ce n'est pas non plus (et loin s'en faut) la première fois que le champ du tourisme investit la nature et la proximité (ou les deux à la fois). Sa temporalité non plus n'apparaît pas comporter de caractère innovant en soi, les notions d'excursion, de court-séjour et plus récemment d'escapade ou de city-break sur le temps d'un WE étant déjà bien développées dans le secteur. Par ailleurs, les « urbains » ont toujours constitué le public cible et majoritaire des activités de plein air (et notamment des pratiques sportives en nature) qui se sont historiquement et culturellement développées sur les dialectiques ville-nature, ici-ailleurs, s'inscrivant dans une représentation construite par le tourisme et le regard touristique de la nature par ou pour des citoyens (Stock, Coiffé et Violier, 2020 ; Bourdeau, 2003). Enfin, les modalités de pratique ou d'organisation de celles-ci, privilégiant notamment l'autonomie et l'auto-

⁵³ Cf. <https://medium.com/@ADeloffre/apprentissage-par-lexp%C3%A9rience-comment-partir-en-rando-r%C3%A9gulier%C3%A8rement-m-a-amen%C3%A9-%C3%A0-devenir-730a7978c15d>

⁵⁴ Cf. *Partie 2 et les descriptions des structures pionnières en France.*

organisation par des communautés de pratiquants, s'avèrent déjà très présentes et courantes dans le domaine des activités touristiques et de loisirs sportifs de nature.

Pris indépendamment, les différents éléments définissant la microaventure ne présenteraient pas de caractère innovant apparent. Aussi, est-ce plutôt au niveau de leur combinaison qu'il faudrait chercher une forme de nouveauté, et notamment dans son rapport à la notion « d'aventure » ? En effet, ce serait en recomposant et en décalant de leur cadre « habituel » ces différents paramètres spatio-temporels, formels et culturels, mais aussi symbolique, que la microaventure se proposerait d'apporter une déclinaison « renouvelée » de pratiques récréatives préexistantes. Le principal ressort innovant résiderait ainsi dans le fait de relocaliser / recontextualiser l'imaginaire et les pratiques de l'aventure dans le cadre du quotidien et de la proximité. Toutefois, les escapades et les courtes itinérances en nature, le fait d'aller bivouaquer le temps d'un WE dans les espaces naturels à proximité de son domicile, de pratiquer des activités physiques et/ou sportives en nature dans les interstices de son quotidien, toutes ces pratiques récréatives semblaient bien pré-exister à l'invention du concept de microaventure. Décrites ainsi, ces pratiques ressemblent en effet au quotidien de nombreux grenoblois pour ne parler que de mon point de vue. Dans ce sens, on pourrait considérer que l'émergence de la microaventure aurait consisté à « renommer », à poser un « nouveau » concept, sur une réalité préexistante dans l'intention d'en populariser et d'en développer la pratique, notamment en direction d'un « nouveau » public de jeunes adultes vivant dans les grandes métropoles. Ce phénomène n'est pas sans rappeler l'apparition des concepts de « trekking » (pour désigner une activité de randonnée dans un ailleurs plus lointain et avec une connotation plus engagée) et plus récemment de « l'outdoor » (pour parler des activités de plein air / pleine nature) pour « réactualiser et recontextualiser » des pratiques à l'image et aux publics vieillissants ; pour les repositionner dans des référentiels culturels plus urbains et contemporains, et notamment par rapport aux enjeux environnementaux. Sous cet angle, la microaventure pourrait-elle être considérée comme une innovation communicationnelle, dans la mesure où son intention serait de faire connaître et de favoriser le développement d'un type de pratiques récréatives auprès d'un nouveau et plus large public par une action de « reformulation / réactualisation / recontextualisation » ? Et subséquemment, si on se place dans le cadre d'une activité économique et dans le champ du marché du tourisme, est-ce qu'on ne pourrait l'interpréter comme une forme d'innovation marketing, dans la mesure où la traduction de cette intention serait de favoriser la mise en marché d'un nouveau type d'offre de séjour et/ou d'expérience touristique ?

D'un autre point de vue, est-ce que la microaventure ne pourrait-elle pas être considérée sous l'angle d'une innovation sociale ? Définie comme une initiative collective visant à répondre à un besoin social non satisfait par le marché ou la puissance publique et impliquant la participation des individus-usagers du secteur d'activité concerné⁵⁵, est-ce que l'émergence de la microaventure ne présenterait pas certaines similitudes avec ce type d'innovation ? En France, le concept a été développé et structuré initialement par des communautés d'individus/pratiquants non-professionnels du tourisme dans un double objectif : à la fois partager et contribuer à répondre à un « besoin récréatif » considéré comme non satisfait ou ne relevant pas du marché touristique actuel ; et proposer une forme « d'alternative » associée à des valeurs et des principes éthiques, notamment écologique et sociaux. Toutefois, qu'en est-il de l'ancrage territorial et de la participation de la microaventure à la construction d'un modèle alternatif de développement touristique et récréatif à cette échelle (Landel, Koop et Senil, 2018) ? Les premières initiatives semblent principalement concerner les grandes métropoles (et notamment Paris) et sa pratique apparaît essentiellement se concrétiser par des mobilités depuis les grands centres urbains vers d'autres territoires, principalement des espaces naturels, dans un rayon accessible à la journée ou sur le temps d'un WE. Ce rayon de mobilité apparaît très variable selon les acteurs et les

⁵⁵ Cf. Définition de l'AVISE - <https://www.avise.org/decouvrir/innovation-sociale/innovation-sociale-de-quoi-parle-t-on>

déclinaisons proposées de la microaventure, pouvant aller des abords directs de son domicile à la région d'à côté, voire à la France entière. Aussi, la pratique peut aussi être interprétée comme une « déterritorialisation » de la pratique récréative. De ce point de vue, est-ce que l'émergence de ce concept pourrait se traduire par des formes d'innovations territoriales ? Est-ce que la microaventure pourrait participer à construire des écosystèmes locaux et/ou à s'inscrire dans des dynamiques territorialisées ?

Optimiser son quotidien ?

Pour compléter ce travail de définition / caractérisation, il apparaît important de s'arrêter sur un aspect marquant de l'ancrage dans une culture urbaine et révélateur d'une forme d'ambivalence du concept. La microaventure permettrait en effet d'insérer l'expérience de l'aventure dans les emplois du temps surchargés et contraints des urbains, sur le temps d'un soir ou d'un WE, tout au long de l'année et sans besoin d'attendre ses grandes vacances. De part son format, sa temporalité et sa localisation, elle offrirait ainsi la possibilité de vivre toujours plus souvent des expériences fortes et intenses, de se décaler et de sortir de sa zone de confort, d'éprouver ses limites et de se dépasser. On pourrait voir dans cette ambition des parallèles et des recouvrements avec les notions d'optimisation et d'efficacité qui peuvent apparaître ambivalentes (voire contradictoires) avec d'autres aspects et valeurs affichés conjointement comme le désir de ralentir, de simplicité, de sobriété ou de changement dans son mode de vie. En effet, à travers la microaventure, l'individu n'aurait ni à choisir, ni à différer, ni à rééquilibrer ou arbitrer entre les différentes activités et sphères de sa vie quotidienne (le travail, les sociabilités familiales et amicales, les autres loisirs, etc...) dans la gestion de son emploi du temps ; elle lui permettrait de l'intercaler et d'en faire toujours plus dans le même cadre contraint, dans ce qui pourrait être assimiler à une forme d'optimisation et d'efficience dans la gestion de son temps. À certains égards, les références au dépassement de soi et de ses limites, à se lancer des challenges, à sortir de sa zone de confort, peuvent aussi prêter à une double interprétation, entre épanouissement et développement personnel ou injonction à l'efficacité et à la performance (Michel, Salvador et Kreziak, 2021).

Comme pour toutes pratiques récréatives (et plus largement sociales), il y a différentes manières de l'investir et de lui donner du sens selon les points de vue et les aspirations des pratiquants. Il ne s'agit pas ici de chercher la contradiction pour la contradiction. Mais d'observer et d'identifier les points pouvant prêter à des interprétations et des déclinaisons différentes de la même pratique afin d'éclairer les évolutions en cours ou potentielles de la microaventure, et notamment de sa capacité à participer à une transition écologique et sociale de nos pratiques récréatives en regard des grilles de lecture de l'après-tourisme et de la forme transmoderne.

Story-telling ou l'importance de la mise en récit de l'expérience

La centralité de l'expérience vécue apparaît constitutive du concept et de l'esprit de la microaventure. On ne va pas visiter ou découvrir le Morvan, on va le rejoindre et le parcourir en vélo, on va s'immerger dans ses forêts et y écouter les bruits de la nature à l'occasion d'une nuit en bivouac, on va se confronter aux aléas météo et s'y perdre dans les brumes des journées humides d'automne, on va y rencontrer les exploitants forestiers et partager des moments inattendus. La microaventure résiderait avant tout dans l'expérience du chemin plutôt que dans la découverte de la destination. L'expérience du déplacement et la progression dans la nature, les aléas et les difficultés rencontrées, le frisson et l'inconnu d'une nuit dehors, les apprentissages développés sur le terrain, ce sont tous ces ingrédients qui seraient recherchés et qui donneraient le sens et la saveur de la microaventure. Aussi, cette primauté de l'expérience a comme corollaire

l'importance de la mise en récit, autant avant pour concevoir / présenter / promouvoir, qu'après pour raconter / narrer et transmettre la dimension subjective, vécue, ressentie de l'aventure.

Le pratiquant viendrait donc en premier lieu chercher une expérience spécifique, plaçant au centre de sa définition / conception une activité contextualisée et mise en récit, s'appuyant sur une thématique, d'un objectif à atteindre, d'une forme de challenge ou de défi, d'une contrainte créative, pour créer un fil narratif puisant largement dans des registres imaginaires et symboliques de l'aventure dans toutes ses déclinaisons historiques et culturelles. En tirant le trait, on ne va pas randonner ou pédaler un WE dans le Morvan, on va vivre une expérience de trappeur canadien (« Le petit canada : parcourir le Morvan en gravel »⁵⁶), s'immerger dans les grandes forêts de sapin et apprendre des techniques de bushcraft (« La vie sauvage : Week-end retour à l'état sauvage dans le Morvan »⁵⁷). Mobilisant régulièrement des imaginaires littéraires, des figures des univers de l'aventure, de la pensée romantique et de la wilderness, la microaventure s'appuie sur un procédé de mise en récit et de quasi-fictionnalisation pour transfigurer le réel et les expériences proposées en autant d'aventures extra-ordinaires⁵⁸, insolites et hors du commun (de la vie quotidienne). Le ressort ludique, le décalage espiègle et le détournement fonctionnel et spatio-temporel de certaines pratiques / activités sont aussi largement utilisés (et qui ne sont pas sans rappeler les démarches des situationnistes ou de l'OuLiPo des années 1960-70). Sont ainsi convoqués les registres du défi absurde, du brin de folie, des « idées à la con »⁵⁹, du décalage avec la norme, du départ sans destination au gré d'un hasard plus ou moins cadré, de la contrainte créative qui guide la progression, qui sont autant de prétextes et de procédés fictionnels pour générer des expériences insolites et aventureuses : descendre la Seine en paddle en pleine région parisienne, randonner la nuit, passer le jour de l'an dans une cabane à la montagne, partir sans savoir où en prenant le premier train qui arrive, faire une course en auto-stop, etc. Ces procédés de mise en récit, de détournement et de transfiguration, pourraient être interprétés comme des manières de (re)construire des Ailleurs et l'altérité dans l'ici et les proximités, renvoyant à la notion de touristification du quotidien.

La relativité de la notion d'aventure et l'élargissement du périmètre de la microaventure

Les difficultés et les limites pour définir / caractériser la microaventure sont aussi à mettre en regard de la relativité de la notion d'aventure. Celle-ci est profondément associée à l'engagement dans des actions et des situations comportant de l'incertitude, de l'imprévisibilité, de l'inconnu, des risques et des dangers, autant pour la réussite de l'entreprise engagée que pour soi-même et son intégrité physique et psychologique. Mais ces notions, toutes objectives et mesurables soient-elles, sont aussi très largement subjectives et relatives à l'histoire de l'individu. C'est le décalage et l'intensité de l'écart avec son cadre de vie habituelle, son univers de référence sensoriel, culturel et social qui constitue et fonde l'expérience subjective et le sentiment de vivre une aventure. Les frontières de l'aventure comme expérience subjective seraient ainsi celles du cadre de vie habituel de la personne considérée. Un parisien plongé dans la forêt amazonienne expérimenterait le même degré de décalage, d'égarement et de danger qu'un indien amazonien projeté dans la foule

⁵⁶ Cf. <https://www.chilowe.com/micro-aventures-sans-guide/morvan-gravel/>

⁵⁷ Cf. <https://www.chilowe.com/micro-aventures-avec-guide/rando-bivouac-morvan/>

⁵⁸ Exemples de microaventures proposées dans le guide *2 Jours Pour Vivre* : « En Pampa Auvergnate, La Patagonie argentine à 5h de Paris » ou encore « Robinson des rivières : Descendre le Doubs par une nuit de pleine lune ».

⁵⁹ Les Guides Chilowé et *2 Jour Pour Vivre* proposent tous les deux entrées selon cette thématique des « idées à la con » pour construire des expériences de microaventure :

- « Pour la beauté du geste : faire une rando en forme de ce que voulez », consistant à tracer un itinéraire selon une logique graphique ou en écrivant un mot sur une carte ; Guide Chilowé Paris.
- « Partir sans rien prévoir », procédé consistant à prendre le premier train qui arrive en gare et descendre à un arrêt plus ou moins au hasard ; Guide *2 Jours Pour Vivre*.

et la cohue des Grands Boulevards parisiens. « Partir à l'aventure consiste donc à s'extirper de son cadre quotidien pour vivre des situations instables et incertaines » (Barthelemy, 2002).

Dans nos sociétés occidentales contemporaines marquées par la recherche de sécurité et de prévisibilité, la notion d'aventure tend toujours plus à neutraliser ses dimensions périlleuses, incertaines et risquées ; et sa relativité la rend particulièrement polysémique et sujette à de multiples interprétations et déclinaisons, spécialement dans le champ du tourisme et des pratiques récréatives. Toutes situations ou activités produisant et proposant une forme de décalage avec son cadre de vie et ses habitudes quotidiennes pourraient ainsi prendre des atours d'aventure. Tout devient ainsi question de gestion et de dosage de l'intensité et de la gradation du décalage, de l'incertitude, de l'inconnu et de l'exposition à une forme de danger (objectif ou ressenti) déployé et organisé dans un cadre maîtrisé et sécurisé. Ne parle-t-on pas de « parc aventure » pour les installations d'accrobranche et de parcours dans les arbres qui sont particulièrement bien sécurisés, proposant une expérience prévisible et balisée ? Des registres langagiers associés à l'aventure sont abondamment utilisés par des destinations qui vous invitent à venir « explorer » leurs espaces « sauvages »⁶⁰. Les activités en pleine nature se prêtent particulièrement bien à cette mise en scène de l'aventure, notamment en direction d'une population devenue majoritairement urbaine au cours du 20^{ème} siècle. Pour de nombreux citadins, le simple fait de réaliser une activité en pleine nature représente une forme de décalage et de sortie de son cadre quotidien ; et peut donc être vécue comme une aventure. Et cela d'autant plus lorsque sont convoquées des activités provoquant des sensations fortes ou vertigineuses comme une via-ferrata ou une session de canyoning.

Par ailleurs, le développement du marketing dit « expérientiel » participe et se prête aussi particulièrement bien à cette dispersion du sens et de l'utilisation de la notion d'aventure. Mettant l'accent sur les dimensions émotionnelles et sensorielles, l'objectif est de construire / proposer des expériences (plutôt que des sites ou des activités en eux-mêmes) mémorables et/ou intenses, jouant sur les registres de la nouveauté, de l'insolite, du sensationnel, de l'atypique, de l'inattendu, etc. S'appuyant aussi sur le principe du décalage avec le quotidien et l'habituel, de nombreuses activités organisées et mises en scène dans des domaines très variés peuvent proposer et être présentées comme des « aventures » : un dîner à l'aveugle ou un atelier avec un chef, une nuit dans un hébergement insolite, une balade en gyropode ou en trottinette tout-terrain, une visite de site historique en nocturne, une séance de yoga dans la forêt, etc.

Comme nous le verrons plus loin, des acteurs « conventionnels » du tourisme (notamment des destinations et des agences de voyage) commencent à s'approprier le concept de la microaventure (que la crise sanitaire a largement contribué à révéler auprès d'une plus large audience) à partir de leurs propres logiques d'actions, cultures professionnelles et stratégies marketing. Aussi, compte tenu de la relativité de la notion d'aventure et au milieu de ce foisonnement d'expériences touristiques présentées comme telles, des écarts significatifs commencent à apparaître entre ce que j'ai appelé la définition initiale et les interprétations / déclinaisons pratiques du concept qui se développent depuis peu. Il faut préciser que cette évolution n'est pas seulement le fait de ce mouvement d'appropriation par de nouveaux types d'acteurs du tourisme mais aussi de l'évolution et de la diversification du modèle d'activité de certains de ses premiers développeurs/promoteurs.

⁶⁰ - « Explorons ensemble » « Il est temps de repartir en exploration » « Fraicheur des gorges sauvages » - Site internet de Destination Auvergne.

- « La Creuse Grandeur Nature : Nature sauvage et authentique » - Site internet de Creuse Tourisme.

Ces écarts et divergences avec la conception initiale de la microaventure se situent à de nombreux niveaux (le format itinérant, le fait de dormir dehors, les moyens de déplacement, le type d'organisation). Certaines utilisations et déclinaisons récentes du concept pourraient être perçues comme des formes galvaudées et dénaturées de « l'état d'esprit initial ». Dans ce mouvement de professionnalisation, de diffusion et d'appropriation grandissante par l'industrie du tourisme, des lignes de tension et de divergences se font jour notamment autour des questions de mise en marché, de standardisation et d'autonomie dans les pratiques, de dévoiement « marketing » du concept⁶¹.

Comme d'autres pratiques alternatives et de niches avant elle, la microaventure serait-elle en train de connaître un processus d'intégration dans le modèle conventionnel du tourisme ? Est-ce une nouvelle « innovation » que l'on pourrait apparenter à une forme de transgression ludique post-moderne, carburant d'une industrie du tourisme en besoin permanent de nouveauté ? Ou est-ce que la microaventure va se constituer son propre écosystème en cohérence avec ses valeurs et ses principes, participant à créer un après-tourisme, une alternative aux formes moderne et post-moderne du tourisme actuel ?

Un univers de pratique post-moderne ou transmoderne ?

Pour terminer ce travail de caractérisation et au regard de ces premiers éléments de mise en contexte historique et théorique, il est intéressant d'esquisser une première lecture en termes de forme culturelle des pratiques récréatives (Corneloup, 2006, 2010 ; Bourdeau, 2013). Est-ce que la microaventure relèverait plus d'une forme de « post-moderne » ou de « transmoderne » de tourisme ? L'objectif n'est pas tant de répondre dès maintenant à cette question que de mettre en exergue le fait que la microaventure semble se définir et se développer en tension entre ces deux formes culturelles.

Sous certains aspects, la microaventure semble s'inscrire dans une forme post-moderne de tourisme, se définissant et se développant dans des logiques de décalages et de transgressions ludiques des formes spatio-temporelles des pratiques de plein air qu'elle « s'amuserait » à réactualiser et à recontextualiser. Cherchant avant tout à rendre plus « accessible » et à « démocratiser » l'aventure en pleine nature, elle se positionnerait comme une nouvelle possibilité, une alternative « supplémentaire » aux formes traditionnelles venant ainsi élargir le champ des possibles du système touristique actuel, notamment en intégrant le « paramètre » écologique.

D'un autre côté, la microaventure se présente et se propose de constituer un « art de vivre » inscrivant ses pratiques récréatives dans une vision et une cohérence plus globale de l'existence, marquée par un volontarisme éthique (écologique, social, économique, voire politique). Dans ce sens, le concept se rapprocherait plus d'une approche trans-moderne visant un dépassement et une re-définition des cadres du système touristique actuel.

Au regard des premiers éléments de définition / caractérisation que nous venons d'aborder, il ressort que le concept peut être investi et interprété de manière hétérogène, recouvrant des réalités de pratiques, des représentations et des positionnements différents par rapport au champ du tourisme conventionnel. C'est ce que nous aborderons dans la seconde partie de ce travail.

⁶¹ Cf. Article publié par Amélie Deloffre, porteuse du projet 2 Jours Pour Vivre, au printemps 2020 : <https://www.2journspourvivre.com/aventures/apres-covid19>

Cf. Vidéo publiée par le Youtuber The Other Life le 03 juillet 2021 : <https://www.youtube.com/watch?v=uvYdkh0Bh7w>

2. LES ACTEURS ET LES DÉCLINAISONS DU CONCEPT DE MICRO-AVENTURE

Après une première étape de définition et de contextualisation de mon objet d'étude, cette seconde partie est consacrée à la retranscription du travail d'enquête et de terrain qui sous-tend ce mémoire. Je commencerai par en présenter la méthodologie, le panel de l'enquête et les typologies de matériaux exploités, ainsi qu'une analyse des biais et des limites de ce travail. Ensuite, je réaliserai un rapide tour d'horizon des acteurs de la microaventure en France afin de repositionner ce phénomène, qui demeure encore une niche (en cours d'élargissement), dans le champ et le système d'acteurs du tourisme. Cela me permettra notamment de lister et de présenter les principaux acteurs pionniers et plus ou moins spécialisés de la microaventure en France (dans la mesure où ils restent à l'heure actuelle encore un petit nombre) ; mais aussi de faire un point sur l'état des connaissances sur ses pratiquants. Enfin, je m'attacherai à restituer et analyser la matière recueillie dans le cadre des entretiens, en reprenant et suivant les étapes et les thématiques de mes grilles d'entretien qui seront ajoutées en annexe.

2.1. Méthodologie de l'étude et de l'enquête de terrain :

Ce travail s'inscrit globalement dans une approche qualitative en sciences sociales, visant à recueillir, interpréter et analyser la manière dont les acteurs ciblés perçoivent et investissent, se représentent et définissent, agissent et se positionnent, donnent un sens et un objectif à la microaventure dans le cadre situé de leurs activités, du champ du tourisme et plus généralement dans le contexte sociétal tel qu'ils le perçoivent. Le choix de cette approche apparaissait pertinent au regard de mon objet d'étude et de ma problématique. En tant que phénomène social de niche, émergent et encore relativement évanescents, très marqué par des dimensions symboliques et culturelles, l'approche qualitative semblait adaptée. En outre, ce choix répondait aussi au cadre et aux moyens contraints de ce travail, que ce soit en termes de temps ou de capacité à réaliser une étude qualitative ou mixant les approches qualitative et quantitative.

L'enquête de terrain s'est ainsi appuyée sur une série de 26 entretiens semi-directifs réalisés entre avril et début juin 2021 auprès d'un panel constitué selon 2 axes :

- Recueillir la parole et le point de vue d'au moins 3 types d'acteurs de la microaventure : des initiateurs / développeurs du concept en France, des acteurs professionnels « conventionnels » (institutionnels et privés) et enfin des pratiquants.
- Cibler et focaliser mon attention sur une approche et une échelle territoriale, et plus particulièrement sur des territoires de moyenne montagne.

Comme je l'ai déjà précisé dans l'introduction, j'ai porté une attention particulière sur la dimension territoriale afin d'observer comment le concept de microaventure était perçu, faisait l'objet ou non d'une appropriation, pourquoi et si oui de quelle(s) manière(s), par les acteurs du tourisme dans un cadre donné, un territoire spécifique avec ses caractéristiques et ses problématiques, son histoire et sa culture.

Dans la liste des entretiens ci-dessous, j'ai surligné en vert les acteurs que je qualifie « d'initiateur / développeur » de la microaventure en France.

Type	Structure	Fonction	Personne
Acteurs institutionnels	PNR Chartreuse	Chargé Mission Tourisme	Catherine Balestra
	PNR Vercors	Chargé Mission Tourisme	Cécile Munier
		Chargé Mission Tourisme	Pierre Mayade
	OTI Haut Rhône	Directeur	Jacques Dohen
	OTI Alter-Alpa	Directrice	Amélie Sédita
	Métropole Grenoble	Chargé Mission Montagne et relation PNR	Alexandre Mignotte
	Métropole Grenoble	Chargé Mission Tourisme	Valérie Esberard
	OT Chamrousse	Directeur Adjoint	Marius Dompnier
	OTI Vercors 4 Montagnes	Directeur	Christophe Lebel
	OT Villard de Lans	Directeur	Fabrice Mielzarek
	OTI Coeur de Chartreuse	Directrice	Virginie Oliot
	OTI Vercors Drôme	Responsable Accueil et Partenariat	Marie Francou
	Communauté de commune + OTI Trièves	Responsable du service tourisme de la CC et de l'OTI	Françoise Guinot
	CDT Haute Loire	Chargé Mission Média	Laure Chapuis
	OTI Champsaur-Valgaudemar	Responsable Communication Digitale	Gaetan Theveniaud
OTI Guillestrois Queyras	Directrice	Marie Constensous	
OTI Cévennes d'Ardèche	Directrice	Anne Sophie Latourre	
Acteurs / Structures Privés	Allibert Trekking	Chef de produit Alpes	Olivier Levasseur
	BlackSheep	Chargé de développement touristique	Guillaume Dabin
	Mad Jacques	CEO	Vincent Drye
	Helloways	CEO	Clément Lhommeau
	Odysway	CEO	Romain Masina
	Vercors Aventure	Directeur	Jean-Christophe Gehin
	Pedibus	Directeur	Lionel Fouque
Accompagnateurs indépendants		AEM + VTT	Boris Tourne
		Moniteur Ski + AEM	Jérôme Pettiti
		Moniteur Ski + AEM + VTT + Escalade	Nicolas Dubois

Bien qu'aucune des personnes n'ai explicitement demandée à rester anonyme, plusieurs ont témoigné une certaine retenue dans leurs propos et leur souhait de ne pas voir leurs paroles nommément citées à certains moments de nos échanges. Aussi, pour respecter ce choix, j'ai décidé d'appliquer à l'ensemble du traitement des citations une règle d'anonymisation, remplaçant uniquement le type d'acteur concerné pour contextualiser un minimum la parole citée. J'ai aussi travaillé et analysé cette matière sous l'angle des registres langagiers et en regard des thématiques de la grille d'entretien afin de dégager des catégories d'analyse et des archétypes de positionnement et/ou de représentation vis-à-vis de la microaventure. Le découpage du 2.3 suit la morphologie thématique des grilles d'entretiens.

En complément des entretiens, je me suis aussi appuyé sur l'observation et l'analyse d'un corpus documentaire constitué d'écrits, d'ouvrages et de supports de communication produits par les acteurs spécialisés dans la microaventure et plus largement des professionnels du tourisme traitant du sujet, ainsi que de la presse spécialisée et généraliste. Ce travail a été d'autant plus important que je n'ai pu interviewer que 2 acteurs parmi le groupe des « initiateurs / développeurs » spécialisés sur la microaventure en France. Aussi, j'ai dû beaucoup m'appuyer sur l'analyse de cette matière documentaire pour traiter et nourrir de nombreux points de ce travail.

Ce qui nous amène aux limites et aux biais de cette étude, dont le premier est notamment le nombre réduit d'entretien avec les acteurs « pionniers » de l'implantation et du développement de la microaventure en France. Le second, que je préciserai dans le 2.3.3, est le peu d'information recueillie directement auprès des pratiquants, notamment à cause d'un aléa dans le déroulement de mon plan de travail de terrain. Enfin, plus globalement, ce travail ne peut prétendre à une quelconque ambition d'exhaustivité ou de représentativité du corpus de données recueillies ; et s'en retrouve de ce fait limité dans la portée et l'objectivité des observations et des analyses qui vont suivre. Cette étude doit donc être considérée dans le cadre d'une approche qualitative qui se propose d'apporter des éléments de connaissance et de compréhension situés et circonscrits de l'émergence et du développement de la microaventure dans le champ social des pratiques récréatives.

Il me faut préciser par ailleurs que ce travail de terrain a été effectué dans le cadre d'un stage au sein du bureau d'étude « l'Atelier 963 » pour lequel je réalisais une étude d'opportunité concernant le développement d'un service d'accompagnement et de conseil en direction des territoires et des destinations qui souhaiteraient s'approprier et développer une offre autour du concept de microaventure. Cette mission a significativement contribué à nourrir mon recueil de données et explique en partie la proportion élevée des acteurs territoriaux dans mon panel d'entretiens.

Enfin, malgré mes efforts pour en neutraliser les effets autant que faire se peut, il me semble important de mentionner et de reconnaître la part de subjectivité dans les observations et les analyses qui vont suivre, notamment du fait de mon intérêt et de mon implication personnelle dans la pratique de la microaventure⁶² et plus généralement dans les pratiques récréatives de pleine nature, d'itinérances et de voyages au long court.

⁶² En effet, je pratique régulièrement et depuis plus de 20 ans la randonnée pédestre, que ce soit à la journée ou en itinérance et en autonomie, sur des formats pouvant aller de 2 jours à plusieurs semaines. Depuis plus récemment, je développe le même type de pratique autour du vélo, de la marche en raquette et du ski de randonnée. Je réalise régulièrement des « sorties » en montagne sur le temps de mes WE. Sans être un grand montagnard, je me considère comme un pratiquant régulier des sports de nature.

2.2. Tour d'horizon des acteurs de la microaventure

L'objectif de cette partie est de dresser le paysage des acteurs impliqués dans la microaventure en France et de repositionner ceux-ci dans le système d'acteurs du champ du tourisme. Cela me permettra notamment de donner un aperçu des types et des modèles d'activités que cela peut recouvrir pour l'instant, ainsi que des différentes déclinaisons / appropriations du concept par ces acteurs. Et enfin, cela permettra de donner de la matière et des exemples concrets des pratiques et des activités qualifiées de microaventure, pour éclairer et incarner les analyses et les développements théoriques qui suivront.

J'utiliserai régulièrement les expressions « d'acteur pionniers » ou « historiques » ou encore « d'initiateurs / développeurs » de la microaventure en France pour désigner les premiers acteurs ayant créé un projet et une structure centré autour du concept ou ayant intégré très tôt (dès 2017/2018) le concept à leurs contenus et leurs activités dans la mesure où celui-ci faisait écho à leur projet (sur le fond et sur la forme). Un élément significatif de cette catégorisation est d'ordre temporel : est-ce que la structure s'est appropriée le concept avant ou après la crise sanitaire, et donc avant sa médiatisation et ce que d'aucuns qualifieront d'effet de « tendance » autour du concept.

2.2.1. Les acteurs privés

Je commencerai par ce que j'ai catégorisé comme les « acteurs privés », par rapport aux acteurs institutionnels / publics que j'aborderai dans un second temps. En effet, l'implantation et le développement en France du concept de microaventure a d'abord été le fait d'initiatives privées et pour la plupart de pratiquants « passionnés » d'activités outdoor et de voyage qui ne travaillaient pas dans le champ du tourisme et qui ont monté des structures plus ou moins spécialisées et centrées autour du concept. Entre 2017 et 2019, une première vague de structures a ainsi émergé, ce que j'ai qualifié par les expressions d'acteurs « pionniers » ou « initiateurs / développeurs ». Je compléterai ce tour d'horizon en mentionnant et en décrivant la manière dont certains acteurs privés existants et que je qualifierai de « conventionnels », dans le sens où leur modèle d'activité s'inscrit dans le champ du tourisme conventionnel et institué, commencent à s'approprier et à utiliser le concept.

2.2.1.1. Les médias

Comme je l'ai déjà évoqué, les premières initiatives qui se sont développées en France se sont structurées sous la forme de médias en ligne, et plus particulièrement dans un premier temps autour de communautés sur les réseaux sociaux et de newsletters. C'est notamment le cas des 2 projets emblématiques et très largement mis en avant par les médias généralistes et spécialisés depuis 2 ans : Chilowé et 2 Jours Pour Vivre. Créés en 2017, ces initiatives « pionnières » sont lancées par des pratiquants non-professionnels du tourisme et sont centrées/spécialisées sur le concept de la microaventure. Toujours dans la catégorie des acteurs pionniers, nous retrouvons aussi d'autres projets qui se distinguent par 2 aspects : ils existaient déjà et/ou ils ne sont pas entièrement centrés et spécialisés sur la microaventure mais ont intégré très tôt le concept comme un élément fort et marquant de leur projet et de leur développement.

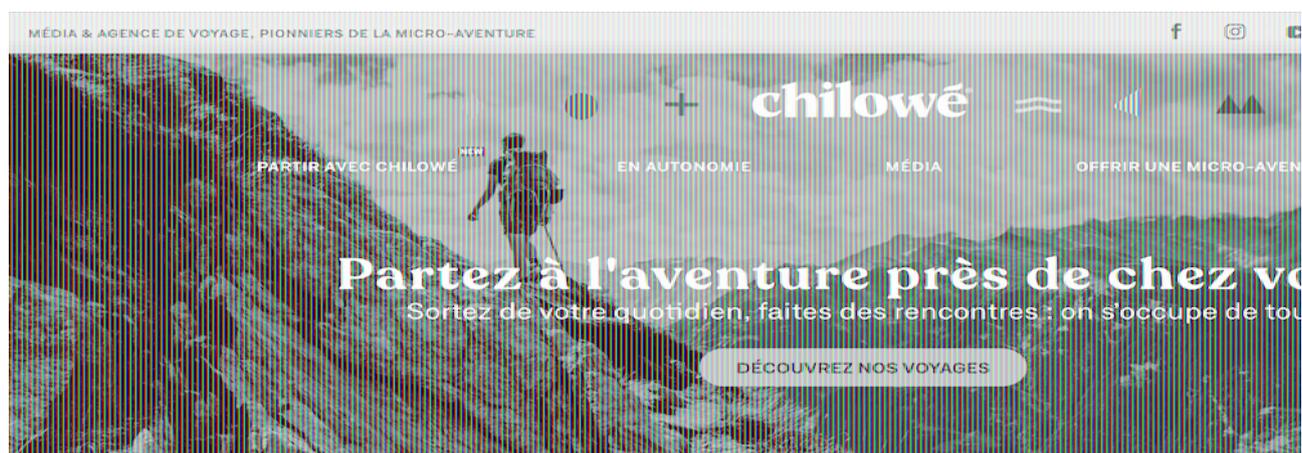
Toutefois, la plupart des acteurs pionniers qui se sont lancés / appropriés le concept sous la forme d'un média, ont diversifiés et/ou avaient d'autres activités. Mais s'étant en premier lieu incarnés

sous cette forme, je les traiterai dans cette section, en commençant par les projets entièrement spécialisés sur la microaventure.

Les acteurs pionniers et spécialisés sur la microaventure

❖ Chilowé (www.chilowe.com)

Lancé en 2017 par 2 jeunes trentenaires parisiens qui se sont rencontrés autour de leur passion commune pour l'outdoor, l'aventure et les voyages, il s'agit certainement du projet le plus emblématique et le plus médiatisé concernant la microaventure. Créé sous la forme d'un média communautaire, le projet se lance autour d'une newsletter hebdomadaire et d'un groupe Facebook pour promouvoir et mettre en pratique le concept développé par Alastair Humphreys quelques années plus tôt. Les contenus proposent des idées de microaventures à réaliser dans et autour de Paris, des inspirations, des topos, des informations et des conseils pratiques, avec comme mots d'ordres : « Mettre tout le monde dehors » pour « passer plus de temps dans la nature » et « vivre l'aventure près de chez soi ». Le projet s'inscrit globalement dans une dynamique collective et participative, basée sur une communauté fédérée via les réseaux sociaux et qui contribuent significativement à la production des contenus produits, partagés et discutés.



A l'automne 2018, il publie le guide « Chilowé - Paris » dont les éléments mis en avant sur la couverture résume bien l'état d'esprit général du projet à ce moment là : « Lieux insolites / Microaventures / Savoir-faire / Espiègleries ». L'ouvrage propose en effet, sur un ton très humoristique et décalé, des idées de microaventure à réaliser dans Paris, la région parisienne et quelques territoires limitrophes. Ponctué de contenus pédagogiques et de conseils pratiques pour comprendre et apprendre à se débrouiller en nature, les expériences proposées s'inscrivent globalement dans une démarche de re-lecture du territoire et de recherche des interstices spatio-temporel du quotidien pour y réaliser des activités de plein air, plus ou moins sportives, habituellement associés à d'autres types de territoires plus « naturels » et plus lointains. Une idée de décalage et de transgression ludique traverse les microaventures proposées, comme par exemple de faire du stand-up paddle sur le canal de l'Ourcq, aller pêcher dans la Seine, trouver un endroit pour bivouaquer un soir de semaine, utiliser des procédés artificiels et décalés pour déterminer le tracé d'une randonnée du soir (« Six idées à la con, si vous n'avez rien prévu ce soir », p.76), etc. Mais c'est aussi et surtout une invitation à (re)découvrir les alentours et les espaces naturels existants en région parisienne pour pouvoir « partir à l'aventure » plus souvent car plus près de chez soi : « ça prend moins de temps, ça coûte moins cher, ça fait moins mal à la planète ». L'argument écologique est aussi largement mis en avant en lien avec les idées de proximité et de mobilité douce ; et implicitement, en suggérant que le pratiquant convaincu par le

concept de la microaventure modifierait ses comportements touristiques, et notamment en n'allant plus (ou moins) chercher l'aventure à l'autre bout de la planète.

Le média et le guide édité rencontrant un certain succès, la communauté Chilowé s'accroît progressivement et de nouveaux groupes Facebook sont créés autour d'autres métropoles françaises comme Nantes, Bordeaux ou Lyon. Ses contenus et idées de microaventure commencent à s'élargir à d'autres territoires et à s'inscrire dans une échelle plus nationale. La structure développe de nouveaux projets comme un festival de la microaventure⁶³ et des partenariats médias avec quelques destinations qui commencent à s'intéresser à cette nouvelle tendance⁶⁴. Mais c'est surtout la crise du Covid-19 qui va constituer un tournant et contribuer à faire connaître plus largement la microaventure, dont les caractéristiques répondaient aux contraintes sanitaires et aux besoins d'une population confinée⁶⁵.



Problème

Allo Houston, on a un problème

Quand on parle d'aventure, on pense souvent :

- Qu'il faut partir loin
- Qu'il faut poser 3 semaines de RTT
- Que ça coûte un bras
- Qu'on n'est pas tous Mike Horn...

Solution

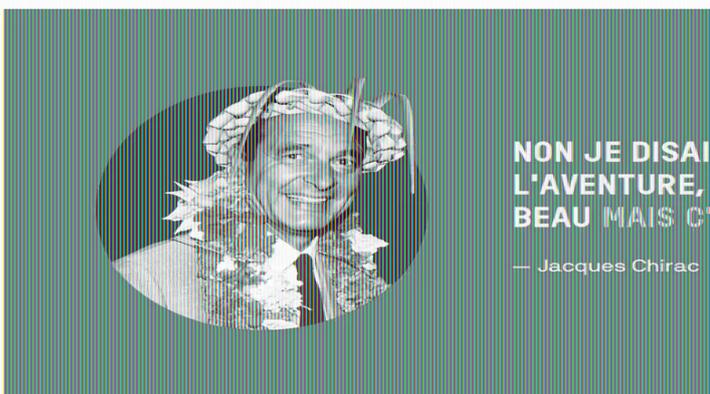
Vive la micro-aventure, vive la France

La micro-aventure, c'est une aventure :

- Plus près de chez soi
- Meilleure pour la planète
- Moins chère
- Tout aussi kiffante !!

Exemples :

- Aller bivouaquer un soir de semaine en forêt d'Ermenonville
- Traverser le Vexin à vélo
- Aller écouter le brame du cerf en forêt de Rambouillet
- Faire le tour de Paris à pied
- Descendre l'Epte en canoë



⁶³ Le Festival Chilowé en partenariat avec et à la Fondation Good Planet de Yann Arthus-Bertrand les 19 et 20 septembre 2020.

⁶⁴ Cf. Partenariat initié fin 2019 et courant 2020 avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme : <https://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/micro-aventure/>

⁶⁵ Cf. Article du Monde du 01/12/2020 : https://www.lemonde.fr/campus/article/2020/12/01/pas-loin-pas-cheres-les-microaventures-sont-un-moyen-d-explorer-la-ville-autrement_6061754_4401467.html

Depuis fin 2020, la structure prend un virage stratégique important en développant une nouvelle activité d'agence de voyage. Ralentie par le contexte de crise, l'activité se lance réellement depuis le printemps 2021 et consiste en la commercialisation d'une offre de microaventures organisées et encadrées par des guides (au sens large, des encadrants aux spécialités variées selon les types d'activités et les lieux concernés), dans le cadre d'un partenariat avec le groupe spécialisé dans le voyage d'aventure Altaï⁶⁶. L'introduction de cette nouvelle activité marque une évolution importante du projet et une forme d'éloignement avec la conception initialement développée de la microaventure par la structure (et par rapport à la définition que j'ai qualifiée « d'initiale » précédemment), et notamment concernant 2 aspects : la pratique en autonomie et la notion de proximité.

Titre	Guide	Description	Prix	Durée	Niveau	Départements
LA CABANE PERCHÉE	Chloé	Week-end rando dans le Beaufortain et nuit en cabane	180€	2 jours	Dynamique	29 JUIL. 2021 (2 PLACES), 07 AOÛT. 2021 (5 PLACES), 26 AOÛT. 2021 (9 PLACES)
LA GRANDE VANOISE	Joris	Tour des glaciers de la Vanoise en 4 jours	510€	4 jours	Sportif	29 JUIL. 2021 (1 PLACE), 14 AOÛT. 2021 (COMPLÉT), 26 AOÛT. 2021 (COMPLÉT)
Week-vallée			210€			30 JUIL. 2 (4 PLACES)
LE CHANT DU LOUP	Damien	3 jours dans le Vercors sur les traces du loup	380€	3 jours	Dynamique	30 JUIL. 2021 (8 PLACES), 21 AOÛT. 2021 (COMPLÉT), 24 SEP. 2021 (12 PLACES)
BONS BAISERS DE SOMME	Maxim	Rando Faune & Flore en Baie de Somme	45€	1 jour	Tranquille	31 JUIL. 2021 (8 PLACES), 22 AOÛT. 2021 (COMPLÉT)
Week-bivouac natu			250€			31 JUIL. 2 (3 PLACE)
MON PREMIER TREK	Quentin	Tour du Queyras en rando et bivouac	630€	5 jours	Sportif	02 AOÛT. 2021 (1 PLACE), 16 AOÛT. 2021 (COMPLÉT), 08 SEP. 2021 (3 PLACES)
WILD WILD QUEST	Julien	Canoë et rando à travers le Vexin	95€	1 jour	Tranquille	06 AOÛT. 2021 (2 PLACES), 21 AOÛT. 2021 (7 PLACES), 02 OCT. 2021 (6 PLACES)
2 jou cano			240€			31 JUIL. 2 (COMPLÉT)

⁶⁶ Cf. <https://www.tourmag.com/Micro-aventure-Chilowe-devient-un-tour-operateur-ambitieux-en-France-a108589.html>

En effet, les court-séjours ainsi packagés et encadrés ne constituent plus des expériences où l'individu apprend à se lancer et se débrouiller par lui-même dans l'aventure. Les contenus et la tonalité s'en retrouvent aussi un peu changés, mettant plus en avant des éléments plus « classiques » de l'offre touristique conventionnelle sur le segment du voyage d'aventure autour de la découverte d'une destination et de la pratique d'une activité de plein air. Les ressorts « décalés », du défi ou du challenge farfelu, les dimensions insolites ou de l'ordre du détournement fonctionnel ou spatio-temporel des activités apparaissent moins présentes dans les offres commercialisées. En outre, bien que l'ordre de grandeur des tarifs n'apparaisse pas exorbitant (mais cela reste une appréciation très relative), l'idée d'accessibilité économique s'en retrouve elle aussi amoindrie.

Et concernant la notion de proximité, le développement de cette nouvelle activité consacre pour ainsi dire une forme de dé-ancrage local du projet de la structure, déjà amorcée auparavant. Initié autour de l'idée de proposer et d'inciter les parisiens à partir à l'aventure près de chez eux, le projet s'est en effet rapidement inscrit dans une échelle nationale qui est renforcée par cette nouvelle activité qui modifie significativement les enjeux et le modèle économique de la structure. Le métier d'agence de voyage relève en effet d'un autre modèle qui apparaît difficilement viable économiquement à une échelle locale/régionale. Aussi, si l'on prolonge ce raisonnement économique, les prochaines étapes seraient de rallonger les séjours et de les projeter vers l'étranger afin de pouvoir générer de meilleures marges⁶⁷.

Néanmoins, cette nouvelle activité d'agence de voyage vient pour le moment s'inscrire en complément des précédentes et les rubriques microaventures « en autonomie » et « média » demeurent sur le site internet de la structure. Cette diversification du modèle d'activité et économique semble traduire une trajectoire de professionnalisation et d'inscription de la structure dans le champ « conventionnel » du tourisme. Elle implique aussi un développement significatif de l'équipe avec désormais 10 collaborateurs (salarié et freelance). Aussi, l'avenir dira si Chilowé continuera à alimenter tout autant son activité « média » en contenus toujours aussi fournis, diversifiés et dans une tonalité décalée et un brin transgressive (pas toujours compatible avec les impératifs commerciaux).

❖ 2 Jours Pour Vivre (www.2journspourvivre.com)

Lancé en 2017 lui aussi, ce projet constitue avec Chilowé l'un des projets les plus emblématiques, pionniers et régulièrement mentionnés par les médias à propos de la microaventure en France. Initié ici aussi par une jeune trentenaire parisienne, Amélie Deloffre, il s'est aussi amorcé sous la forme d'un média communautaire en ligne, d'une newsletter hebdomadaire et d'un groupe sur les réseaux sociaux. Chaque semaine, les abonnés recevaient ainsi une idée de microaventure à réaliser en France. Bien que les principes et les caractéristiques de base du concept soient relativement similaires, l'approche de la microaventure promue et développée par ce projet est sensiblement différente et présente quelques nuances avec celle de Chilowé, qui se manifesteront par des développements différents de la structure.

L'approche défendue par 2 Jours Pour Vivre relève d'une forme que l'on pourrait qualifier de « militante et transformationnelle » de la microaventure. En effet, partant de son expérience personnelle, la porteuse de ce projet perçoit et promeut ce concept comme un « art de vivre » qui

⁶⁷ *Ibid.* Perspectives évoquées dans le cadre de l'interview par un des 2 dirigeants de la structure.

transforme, grandit, rend plus heureux et plus accomplie la personne qui se l'approprie⁶⁸. Dans cette optique, les notions de transmission, d'apprentissage et d'autonomisation dans la pratique sont centrales dans son projet. Au-delà de ses écrits dans ce sens, cela se traduit dans les activités développées. En effet, dès 2018, un « Workshop : Créateurs de microaventure » est organisé avec comme mot d'ordre : « Soyons créateurs plutôt que consommateurs d'aventure ». Parallèlement, elle propose des conférences et des interventions lors d'évènements ou en entreprise pour parler, partager et promouvoir sa vision de l'aventure comme facteur de développement et d'enrichissement personnel. Le ton et le positionnement apparaissent plus ici relever du plaidoyer et d'un engagement d'ordre éthique.

Son approche de la microaventure s'avère plus centrée sur la notion d'aventure dans son acception héritée de la pensée romantique du 19^{ème}, faisant une large place aux idées de confrontation avec la nature et les éléments (« une ode à la vie sauvage »⁶⁹), avec l'incertitude et l'imprévu, l'inconfort et les difficultés rencontrées. L'expérience se veut ici plus engagée et engageante physiquement et psychologiquement pour être transformatrice. Aussi, la dimension « micro » de l'aventure constituerait ici plus une réponse aux contraintes de la vie quotidienne et des emplois du temps surchargés des urbains qu'une fin en soi. Le nom de la structure est en cela évocateur (2 Jours Pour Vivre), suggérant que la vraie vie serait dans les aventures que l'on pourrait intercaler dans les interstices du quotidien et en dehors des villes.

Le registre des valeurs et de l'engagement éthique pour la promotion d'une forme alternative de développement des pratiques récréatives est clairement affiché. Dénonçant les effets néfastes et les excès du tourisme de masse et plus généralement d'un modèle de société jugé trop consumériste, urbanisé, artificiel, standardisé, aseptisé, sécurisé, le concept de microaventure (et plus largement l'esprit d'aventure) conçu et perçu comme un « art de vivre » contribuerait à « réintroduire » de la liberté et de la créativité, de l'autonomie et de l'émancipation, de l'authenticité et de l'audace par l'intermédiaire de nos pratiques récréatives. La vision idéalisée de la nature comme incarnation d'un milieu et d'un état originel et régénérateur est ici très présente. L'expérience aventureuse en nature serait ainsi parée de vertu et de bienfait existentiel, d'un vitalisme essentialisé et d'un potentiel profondément transformateur.



⁶⁸ Cf. Article écrit et publié par Amélie Deloffre le 08 octobre 2017 : <https://medium.com/@ADeloffre/apprentissage-par-lexp%C3%A9rience-comment-partir-en-rando-r-%C3%A9guli%C3%A8rement-m-a-amen%C3%A9-%C3%A0-devenir-730a7978c15d>

⁶⁹ Cf. Première phrase de l'introduction du livre 2 Jours Pour Vivre, publié en octobre 2019 chez Gallimard.

En 2019, le livre 2 Jours Pour Vivre est publié, compilant une somme d'inspirations et d'idées de microaventures réalisable en France (et réalisées par l'auteure et ses ami-e-s). En complément des récits et des topos des pérégrinations des protagonistes, il intègre aussi des contenus et des conseils sur la manière de concevoir et de se lancer soi-même dans cette pratique.

Un autre projet assez représentatif de la conception « militante » défendue par cette structure est celui d'une correspondance épistolaire bimestrielle dénommée « Timbrées ». À la manière d'une newsletter mais reçue par la poste et sous la forme d'une véritable lettre manuscrite accompagnée de véritables photos, d'une carte postale et d'un topo, Timbrées s'affirme comme un « acte de résistance » prenant à rebours les évolutions de nos modes et de nos rythmes de communication toujours plus numérique, rapide et omniprésent.

Un acte de résistance. Une reconquête.

Avec Timbrées, on compte bien faire triompher

- le courrier postal sur les mails & notifs
- l'authenticité sur la publicité
- l'attente sur l'immédiateté
- la poésie sur les selfies
- l'artisanal sur le *scalable*
- l'écriture manuscrite, tout court.



Le pari un peu fou d'aller à rebours.

En 2020, on explore d'autres voies que celle toute tracée du digital : la voie postale. Il s'agirait d'être en cohérence parfaite avec nos messages : la déconnexion & l'authenticité en tête de liste.

Timbrées c'est une relation épistolaire. Elle dure 1 an, comporte 6 lettres d'aventure qui viendront tenir compagnie aux factures et prospectus



Dans le prolongement de l'idée du workshop organisé en 2018, le dernier projet de la structure est le lancement en ce début d'été de « l'école de la microaventure ». L'idée apparaît comme l'aboutissement logique de la conception de la microaventure défendue par la structure : rendre les individus-pratiquants autonomes et ancrer le concept comme un « art de vivre » au quotidien. Une association a été créée pour porter ce projet, le positionnant clairement dans un objectif « non-lucratif » et mettant aussi en avant par ce choix des valeurs et une démarche collective et participative⁷⁰.

⁷⁰ Cf. <https://www.2journspourvivre.com/ecole>

le concept

Une école alternative et horizontale. Une asso à taille humaine. Une expérience sociale.
Tu adhères à l'asso et c'est parti pour 1 an de folie, avec 4 grands volets :

EDUCATION

Des contenus pédagogiques et des formations délivrés toute l'année, pour monter en compétences et rester informés.

COMMUNAUTÉ

Une école-asso à taille humaine qui fédère et crée des vrais liens dans la vraie vie.

SOLIDARITÉ

Des interventions et programmes éducatifs menés en milieu scolaire et auprès de publics éloignés du voyage.

PLAIDOYER

Un groupement d'intérêt général qui défend les valeurs chères à l'aventure.

La manière de décrire sa vision de la microaventure et de la décliner en activités apparaissent bien relever d'une conception et d'un positionnement que l'on pourrait qualifier de militant, faisant primer les valeurs et l'éthique sur la viabilité économique ou les opportunités de développement de ses activités. Dans ce sens, Amélie Deloffre s'est d'ailleurs déjà exprimée en des termes assez critiques et inquiets concernant l'engouement médiatique et professionnel autour de la microaventure à l'occasion de la crise sanitaire, craignant notamment des appropriations opportunistes et purement marketing qui aboutiraient à la dévoyer et à la galvauder, voire même à la faire disparaître : « Parce que l'aventure est un art de vivre. Sitôt qu'on la monnaie, la package, la standardise, elle disparaît »⁷¹.

En matière de modèle d'activité et économique, le projet 2 Jours Pour Vivre semble s'inscrire dans le champ de l'économie sociale et solidaire, sans que cela soit explicitement affiché. Mais de nombreux éléments apparaissent le rapprocher de ce modèle : la non-lucrativité, la primauté des objectifs et des valeurs sociales et éthiques sur l'économique, un fonctionnement associatif et collectif, etc. Cela semble aussi se traduire par la difficulté à stabiliser et à viabiliser un modèle économique⁷².

Je me suis beaucoup attardé sur la présentation de Chilowé et de 2 Jours Pour Vivre car ils ne semblent particulièrement bien incarner les dilemmes, les ambivalences et les lignes de tension qui traversent le microcosme de la microaventure ; mais aussi dans la mesure ils apparaissent éclairants sur les évolutions et les déclinaisons du concept, les trajectoires et les dynamiques d'interaction avec le champ du tourisme conventionnel, notamment au travers de la grille de lecture en termes d'alternative et d'après-tourisme que nous développerons dans la 3^{ème} partie.

❖ The Other Life (http://bit.ly/youtube_TOL)

Lancée en 2018, The Other Life est la chaîne Youtube de Xavier Bougeois, un jeune trentenaire qui, après quelques années passées à travailler à Paris, a décidé de changer de vie pour se lancer

⁷¹ Cf. <https://www.2journspourvivre.com/aventures/apres-covid19>

⁷² Propos tenu lors de la journée de lancement de « l'École de la Microaventure » à laquelle j'ai participé, le 12/06/2021 à Lyon.

dans ce projet. Celui-ci consiste en la réalisation de vidéos mettant en scène ses propres aventures en nature, pas toujours « micro », à travers la France. Bien que ce projet soit généralement associé à la microaventure, certains des périples filmés et postés sur cette chaîne YouTube peuvent parfois sortir du cadre stricto-sensu de la définition du concept et notamment concernant le format « court ». Néanmoins, dans l'ensemble, on retrouve dans ce projet les caractéristiques et les intentions du concept, à savoir montrer que « n'importe qui peut concrétiser ses envies d'aventure et d'évasion et qu'on peut s'émerveiller et vivre des moments forts sans partir bien loin. »⁷³. La tonalité des contenus et des aventures imaginées par l'auteur se veut relativement décalée, humoristique et ludique, jouant du second degré et de l'autodérision, se mettant volontiers en scène comme un aventurier débutant et bricolant face aux aléas qui font le sel de l'aventure. On retrouve ici aussi l'expression d'un engagement écologique et d'une vision de l'aventure en nature comme vecteur d'une transformation personnelle et existentielle.

The Other Life
63,9 k abonnés

ACCUEIL VIDÉOS PLAYLISTS COMMUNAUTÉ CHAÎNES À PROPOS

Mises en ligne TOUT REGARDER TRIER PAR

11 JOURS DE RADEAU 26:45 #11 ON A DESCENDU LA LOIRE EN RADEAU 504 k vues · il y a 1 an	10. LE VERCORS SE MOTIVER À SORTIR DES SENTIERS BATTUS 17:10 #10 3 JOURS D'AVENTURE SAUVAGE DANS LE... 257 k vues · il y a 2 ans	13. UNE CABANE COMMENT LA CONSTRUIRE SANS NIOUER LA FORÊT 8:20 #13 CONSTRUIRE UNE CABANE DANS LA FORÊT 150 k vues · il y a 2 ans Sous-titres	14. LES ÉCRINS COMMENT BIEN S'EMMERDER SEUL DANS LA NATURE 15:22 #14 APPRENDRE À SE RETROUVER SEUL DANS L... 149 k vues · il y a 2 ans Sous-titres	7. LES CÉVENNES 5 JOURS AVEC UN ÂNE, COOL ? OU PAS COOL ? 18:51 #7 PASSER UNE SEMAINE AVEC UN ÂNE DANS LES... 144 k vues · il y a 3 ans
15. L'IGLOO DÉCIDER DE CHANGER DE VIE, UNE CONNÉRIE ? 23:26 #15 CHANGER DE VIE, UNE BONNE IDÉE ? 123 k vues · il y a 2 ans	2. LE CÉZALLIER UNE PETITE MONGOLIE EN FRANCE 8:34 #2 LE PLATEAU DU CÉZALLIER - UNE PETITE... 113 k vues · il y a 3 ans	GR20 CHAUD 17:34 MICROAVENTURE GR 20 : LA MONTAGNE CORSE EN... 108 k vues · il y a 1 an	9. LA FORÊT POURQUOI PARTIR UN WEEK-END SEUL DANS UNE FORÊT 15:03 #9 POURQUOI PASSER LE WEEK-END DANS UNE... 100 k vues · il y a 3 ans	8. LE COTENTIN LE ROAD TRIP DU BOUT DU MONDE DE LA NORMANDIE 10:01 #8 LES PLUS BEAUX COINS SAUVAGES DE NORMANDIE 91 k vues · il y a 3 ans
1. LES VOSGES UNE SEMAINE PERDU DANS LA MONTAGNE 10:46 #1 UNE SEMAINE DE VIE SAUVAGE (VOSGES)	4 JOURS DE RÊVE 24:18 LES PYRÉNÉES À CHEVAL Je pars avec 3 abonnés à...	3. LES AGRIATES LES PLAGES LES PLUS SAUVAGES DE CORSE 10:50 #3 LES PLUS BELLES PLAGES SAUVAGES DE...	12. NORMANDIE LA MICROAVENTURE TU SAIS CE QUE C'EST ? 12:12 #12 COMMENT PARTIR À L'AVENTURE FACILEMENT ...	LA ROUTE DE LA BIÈRE 24:30 ROAD TRIP // La Route de la bière en Belgique

En matière de modèle d'activité et économique, le projet s'est lancé en s'appuyant sur des campagnes de crowdfunding. En parallèle et conjointement, Xavier Bougeois développe aussi une activité de vidéaste et de production audiovisuelle spécialisée sur l'outdoor, le voyage et l'aventure, sous l'appellation The Other Life Studio⁷⁴. Les deux activités se nourrissent ainsi mutuellement, la chaîne Youtube offrant une vitrine et une exposition médiatique aux savoir-faire proposés en matière de production audiovisuelle.

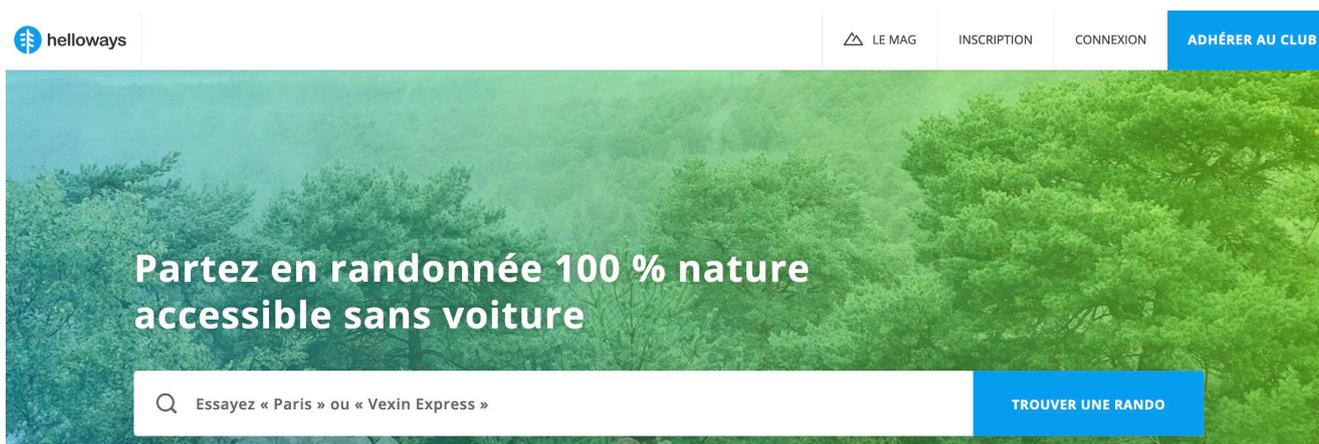
⁷³ Cf. <https://fr.tipeee.com/theotherlife>

⁷⁴ Cf. <https://theotherlife.fr/>

Il est à noter que le porteur de ce projet a aussi témoigné, dans une vidéo mise en ligne récemment⁷⁵, ses inquiétudes et ses critiques à l'encontre de ce qu'il appelle « la tendance » autour de la microaventure, et plus particulièrement concernant les risques de dévoiement de l'esprit « initial » du concept au travers d'une appropriation et d'une mise en marché et « en catalogue » par les acteurs conventionnels du tourisme.

Les acteurs pionniers non-spécialisés ou non-centrés uniquement sur la microaventure

❖ Helloways (www.helloways.com) // En Nature Simone - le Mag (www.ennaturesimone.com)



Lancés en 2018, ces 2 entités sont les 2 faces d'un même projet, celui de 2 passionnés de randonnée et de sports de nature, habitant Paris (un trait récurrent des projets de microaventure) et cherchant un moyen pour concilier cette domiciliation avec leurs activités de prédilection. Partant de l'idée qu'il est possible de trouver des itinéraires de randonnée, des espaces naturels et de partir à l'aventure à proximité des grandes villes, l'idée leur est venue qu'il fallait la rendre « visible et lisible »⁷⁶ pour la rendre accessible. Partant de ce point de départ, ils ont développé Helloways, une plateforme numérique et communautaire qui référence et permet de trouver des randonnées « 100% nature accessible sans voiture » près de chez vous. Une partie des contenus est accessible gratuitement mais l'accès aux contenus détaillés (topos et descriptifs des étapes) et aux fonctionnalités avancées (cartographie, trace GPS, téléchargement des fiches, etc.) est quant à lui payant.

La particularité de la plateforme est d'avoir centré son moteur de recherche et son fonctionnement sur le point de départ, sa ville de domicile, et sur le moyen de transport pour accéder au point de départ et/ou d'arrivée. Mettant en avant l'accessibilité par les transports en commun urbains ou ferroviaires, la dimension écologique se veut centrale dans le projet. Bien que couvrant la France et la Belgique, la notion d'ancrage territorial est très présente dans la mesure où l'idée forte du projet est de permettre aux citoyens d'une ville donnée de se reconnecter et de pratiquer plus souvent et dans le cadre de leur vie quotidienne des activités physiques en nature à proximité de chez eux, participant ainsi à « créer le vivre-urbain de demain »⁷⁷.

⁷⁵ Cf. <https://www.youtube.com/watch?v=uvYdkh0Bh7w>

⁷⁶ Cf. <https://www.ennaturesimone.com/a-propos/>

⁷⁷ Cf. *Imbid*

helloways Lyon

LE MAG INSCRIPTION CONNEXION **ADHÉRER AU CLUB**

Circuit Boucle Aller-retour Gare à gare

Durée
Distance 30 mins 3 jours

Difficulté ⚡⚡⚡

Transport en commun

Plus de filtres

FACILE · BOUCLE
Sur les quais de Saône
9.3 km · 2 h 15
★★★★ 14

MARCHEUR RÉGULIER · BOUCLE
Au détour du Bois de Serres
10.7 km · 2 h 45
★★★★★ 15

BON MARCHEUR · BOUCLE
Sur les traces de l'aqueduc
16.6 km · 4 h 00
★★★★★ 6

En parallèle de la plateforme de recherche d'itinéraires, la structure a lancé un média, En Nature Simone, qui complète le projet global en apportant des contenus d'inspirations, des idées et des récits, des conseils pratiques et des tests matériels, des actualités du monde de l'outdoor. Intégrant fortement le concept de microaventure dans sa ligne éditoriale, le projet est plus principalement centré sur la randonnée, quelque soit son format (de la demi-journée jusqu'aux grandes traversées) et sa difficulté. En outre, l'état d'esprit se veut plus « sobre et généraliste », moins marqué par la recherche du décalage et de l'insolite ou par la dimension existentielle et transformatrice liée à l'idée d'un « art de vivre ». La notion de microaventure est schématiquement employée ici pour mettre en avant des formats plus long (2 jours et plus) et plus engagés.

Micro-aventures et randonnées sur un week-end vers Lyon

CLUB BON MARCHEUR · BOUCLE
Monts du Lyonnais, la boucle ultime
52.8 km · 2 jours

CLUB BON MARCHEUR · BOUCLE
Tournée de Beaujolais Rando
40.8 km · 2 jours
★★★★★ 2

CLUB MARCHEUR EXPÉRIMENTÉ · BOUCLE
Bivouac dans le massif du Pilat
26.6 km · 2 jours
★★★★★ 2

CLUB BON MARCHEUR · GARE À GARE
La Grande Traversée des Monts du Lyonnais
48.2 km · 2 jours

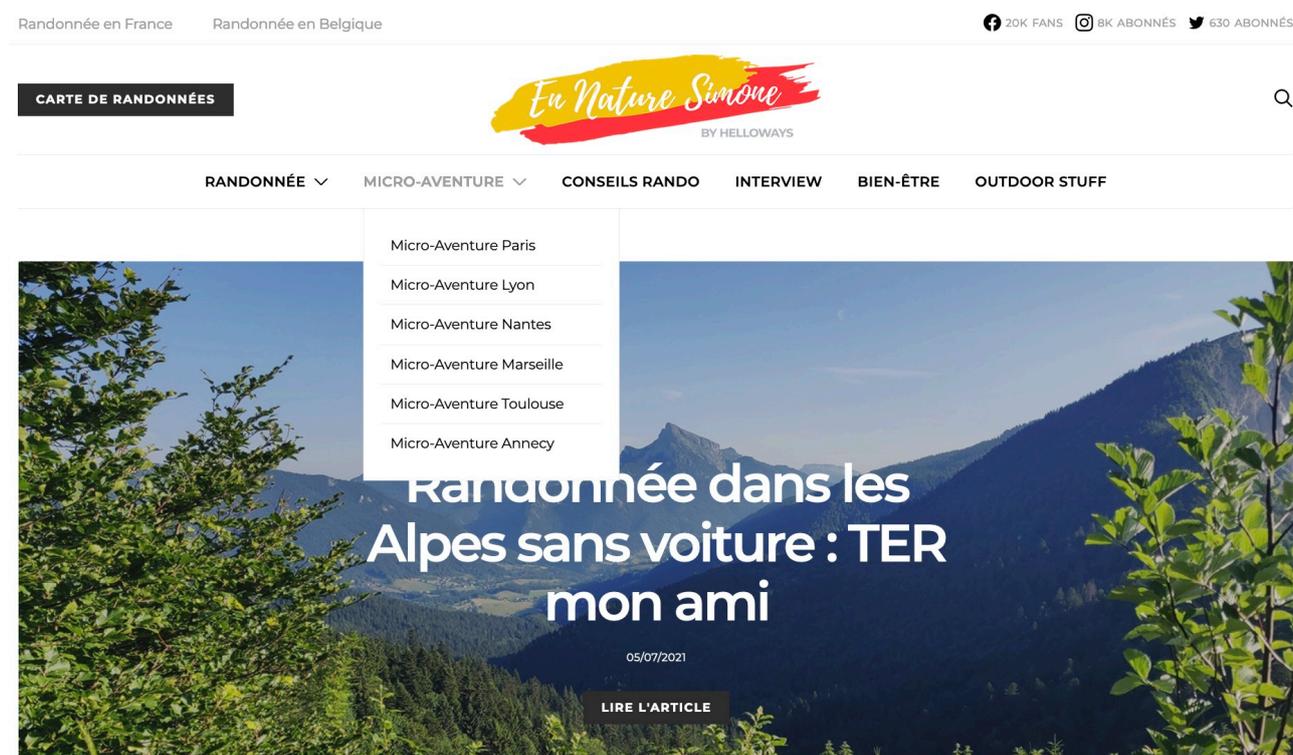
CLUB BON MARCHEUR · BOUCLE
Boucle des Châteaux et méandres de Loire
35.1 km · 2 jours

MARCHEUR RÉGULIER · BOUCLE
Les Trois Saints
25.0 km · 6 h 00

CLUB EXTRÊME · GARE À GARE
Traversée de la Chartreuse
67.6 km · 3 jours
★★★★★ 4

CLUB EXTRÊME · GARE À GARE
Traversée des Hauts Plateaux du Vercors
48.1 km · 3 jours

Par contre, le positionnement et le discours revendique une forme d'entrepreneuriat « engagé », mettant en avant des principes et des engagements éthiques et éco-responsables concrets dans son modèle d'activité et économique⁷⁸. A ce titre, il est intéressant de souligner qu'Helloways est la seule plateforme numérique à rémunérer les auteurs / éditeurs et les acteurs de la création et de l'entretien des sentiers et réseaux de randonnée. Elle a notamment conclu des partenariats dans ce sens avec la FFRP et avec différents territoires, leur reversant une partie des revenus de ses abonnements en contrepartie de l'exploitation de leurs données.



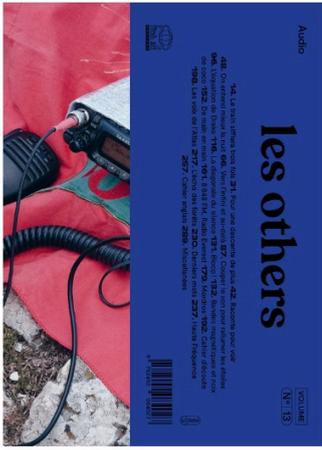
Il s'agit, avec Chilowé, 2 Jours Pour Vivre et Les Others (abordé ci-dessous), d'un des projets les plus connus et les plus régulièrement mis en avant par les médias à propos de la microaventure.

❖ Les Others (www.lesothers.com)

Créé en 2012, Les Others est un média spécialisé sur l'outdoor, le voyage et la « nouvelle aventure » (présentée comme « plus créative, plus responsable, plus accessible »)⁷⁹. Créé dans un premier temps en ligne, il s'est ensuite décliné sur d'autres supports, avec une revue papier semestrielle et depuis 2018 avec une série de podcasts. Le média se veut communautaire et s'appuie sur les contributions d'un large réseau d'auteurs / aventuriers, de photographes / explorateurs, de créateurs et de preneurs de sons qui partagent leur passion et leurs récits d'aventure dans la nature. Ils proposent autant des récits d'aventure, des contenus plus pratiques proposant des itinéraires et des conseils pratiques, ainsi que des articles plus transversaux sur la culture et les actualités de l'outdoor. Le projet pourrait être qualifié « d'esthète », attachant autant d'importance à la forme qu'au fond, faisant une large place aux dimensions artistiques, esthétiques et graphiques de leurs publications.

⁷⁸ Cf. <https://www.ennaturesimone.com/nos-engagements/>

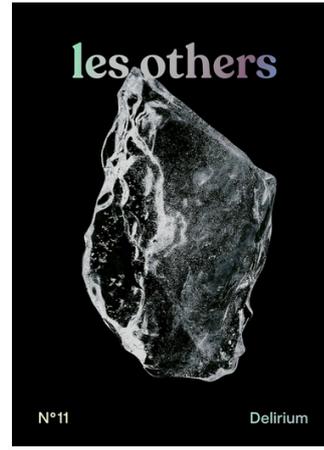
⁷⁹ Cf. Présentation en 4ème de couverture de la revue n°13 - Printemps 2021.



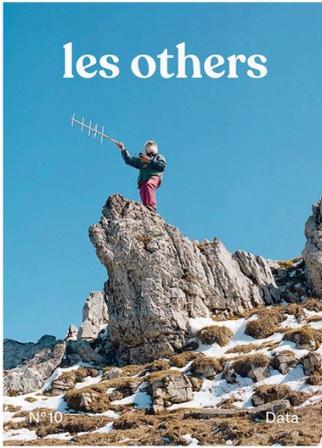
Volume 13
Audio



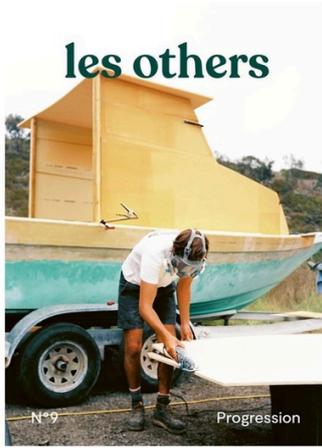
Volume 12
(Re)construction



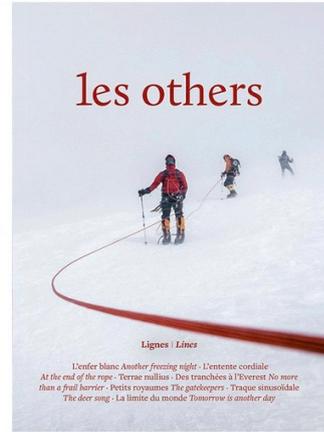
Volume 11
Delirium



Volume 10
Data



Volume 9
Progression



Volume 8
Sold Out

les others
Projet A
✕

<p>INSPIRATION</p> <p>Ondes Créatives : le podcast des créatifs inspirés par l'océan</p> <p>Par Les Others</p>	<p>AVENTURES</p> <p>Dans la nuit polaire de Laponie : le Kungsleden en skis nordiques</p> <p>Par Antoine Viot</p>	<p>GUIDES</p> <p>Trois jours de randonnée dans les Gorges de l'Auvézère, en Dordogne</p> <p>Par Eva Emmanuëlidis</p>	<p>articles</p> <ul style="list-style-type: none"> aventures guides inspiration <p>magazine</p> <p>podcast</p> <p>newsletter</p> <p>code de l'aventure responsable</p> <p>communautés</p>
<p>AVENTURES</p> <p>Chez les « ski bums » de Silverton, dans le Colorado</p> <p>Par Maxime Coué</p>	<p>INSPIRATION</p> <p>Alt. 8000+ : Les premières ascensions des plus hauts sommets du monde</p> <p>Par Solène Roge</p>	<p>AVENTURES</p> <p>Surf-trip en Algarve : le camping-car, le hibou et les vagues</p> <p>Par Damien Bettinelli</p>	<p>Six jo H</p> <p>Le co trois</p> <p>Devenir contributeur</p> <p>Studio</p> <p>FAQ</p> <p>Contact</p> <p style="text-align: right;"> </p>

Préexistant à l'importation de la notion de microaventure en France et déjà bien implanté dans l'univers de l'outdoor qui connaît un regain d'intérêt dans les avant-gardes créatives des grandes métropoles depuis quelques années déjà, ils sont en première ligne lorsque le concept émerge. Correspondant à bien des égards à leur ligne éditoriale et aux types / formes de pratiques outdoor qu'ils défendent et mettent en avant, c'est assez naturellement que le média s'empare et relaie la notion de microaventure. Dès 2018, ils lancent le projet Les Others Camp, des microaventures qu'ils imaginent et proposent de réaliser / partager avec leur communauté. Il publie aussi un guide début 2019, « 1 an de micro-aventure en France », proposant en « 52 idées de weed-ends en pleine nature » à vivre partout en France et téléchargeable gratuitement sur leur site⁸⁰.

APPUYER SUR ENTRER



AVENTURES

52 fois par an : le bonheur de la micro-aventure

Par Thomas Firh



AVENTURES

Les Others Camp : des micro-aventures pour se reconnecter à la nature

Par Les Others



AVENTURES

Trois jours de randonnée dans le désert des Agriates, en Corse

Par Sébastien Leroy



GUIDES

6 sommets pour débuter l'alpinisme

Par Eva Emmanueldis



GUIDES

Un guidon et des moutons : cent kilomètres à vélo pour découvrir le travail de la laine



AVENTURES

D'un bout à l'autre de la Corse : le GR20 Sud

Par Gwenaél Trividic



GUIDES

6 randonnées dans le Parc national des Pyrénées

Par Eva Emmanueldis



GUIDES

Le guide du gravel : 6 itinéraires au départ de Paris

Par Les Others

Toutefois, le concept de microaventure ne constitue pas le cœur de leur projet qui s'intéresse à l'outdoor, à l'aventure et à l'exploration de la nature en général. La microaventure est un élément de cet ensemble dont la popularisation, à l'occasion de la crise sanitaire, a mis un coup de projecteur sur un angle et un type spécifique des pratiques outdoor qui connaissaient déjà un regain d'intérêt selon les porteurs de ce projet. Dans une interview donnée au Figaro au printemps 2020, un des fondateurs du média qualifiait ainsi la microaventure de « buzzword » popularisé à partir de 2017/2018 et qui correspondait « à ce que nous et notre communauté faisons déjà »⁸¹ depuis 2012. Aussi, à mesure que le concept se diffuse dans le secteur du tourisme, on peut constater qu'il apparait de moins en moins dans les publications de ce média.

Bien qu'il semble prendre leur distance vis-à-vis de l'utilisation du « terme » de microaventure, Les Others en partagent de nombreuses caractéristiques, intentions et valeurs : promouvoir l'aventure comme une forme de reconnexion avec la nature, inciter à aller plus souvent dehors et à développer les pratiques physiques et sportives de nature, défendre une approche éco-responsable de l'outdoor (dans ce sens, le média a publié un « code de l'aventure responsable »,

⁸⁰ Cf. <https://www.lesothers.com/guide-microaventure-france/>

⁸¹ Cf. <https://www.lefigaro.fr/voyages/la-micro-aventure-une-autre-facon-de-voyager-en-france-20200516>

une charte dont la signature deviendra progressivement nécessaire pour accéder à une grande partie de leurs contenus). Une différence notable avec un des aspects fondamentaux de la microaventure, c'est la notion de proximité (que ce soit au niveau local ou national) qui n'est pas affichée comme une dimension centrale du projet du média, bien qu'elle constitue de facto le cadre spatio-temporel d'une grande partie des contenus produits.

Enfin, concernant le modèle d'activité et économique de la structure, il faut préciser que le média est appuyé (ou l'inverse) sur une activité connexe de studio de création et de production audiovisuelle, Les Others Studio⁸².

Les autres médias spécialisés sur le voyage et l'outdoor

❖ Les Géonautrices (www.geonautrices.com)

Lancé en 2016 par 2 amoureuses de voyage, de randonnée et d'activités outdoor, les Géonautrices se présente comme un blog autour de ces thématiques et des récits des pérégrinations de ses 2 auteures. Ses contenus riches et diversifiés, contenant autant des récits, des idées d'itinéraires, des conseils pratiques et des descriptions de destinations, le rapprochent d'un média et d'un guide. D'ailleurs, le projet comporte aussi la publication de trois livres, dont un guide sorti en 2021 dédié à la microaventure en montagne⁸³. Ce guide prend place dans une collection lancée en 2020 par l'éditeur Vagnon du Plaisancier autour de la microaventure avec déjà 3 livres déclinant le concept selon des thématiques (Montagne, Forêt, Pêche)⁸⁴.

The screenshot shows the website 'Les Géonautrices' with a navigation bar containing: 'Destinations', 'Randonnée', 'Conseils aux aventuriers', 'Outdoor', 'Photo & Vidéo', and 'À propos'. The main header reads 'Inspiration voyage' with a breadcrumb trail 'Carnet de voyage > Inspiration voyage'. Below this, there is a section titled 'Sources d'inspiration pour vos aventures et micro-aventures' by Candie, dated 14 mars 2021. The article text begins: 'Alors que nous étions en train de finaliser les derniers détails de notre livre "Week-end Évasion en Montagne" (Éditions Vagnon), qui fait partie d'une collection sur la micro-aventure et qui...'. To the right, there is a promotional banner for 'Le Guide Complet Du Matériel De Randonnée' and a sidebar titled 'RESSOURCES POUR VOYAGER' listing: Hébergements, Assurances, Budget, Transports, Applications, Volontariat, Guides, etc., with a red button 'EN SAVOIR PLUS'.

⁸² Cf. <https://www.lesothers.com/studio>

⁸³ Cf. <https://geonautrices.com/livre-microaventure-weekend-evasion-montagne/>

⁸⁴ Cf. <https://www.vagnon.fr/catalogsearch/result/?q=micro-aventure>

J'ai choisi de mentionner ce projet car il représente un bon exemple de l'appropriation par les médias spécialisés dans le voyage et l'outdoor (ici sur un segment plutôt « backpacking ») du concept de microaventure. Initialement orienté plutôt sur le voyage au long court à l'étranger et la randonnée en montagne, ce média se proposait déjà d'inspirer et de donner des conseils pour débiter et se lancer dans l'aventure. S'inscrivant aussi dans une approche s'affirmant éco-responsable et défendant une forme de tourisme durable⁸⁵, l'émergence de la microaventure permettait de mettre un concept sur une réalité et d'ajouter un levier à un projet qui visait déjà à promouvoir la randonnées et les activités outdoor. Toutefois, la notion de proximité n'est pas chez les Géonautrices une dimension centrale ou un objectif affiché.

J'ai choisi de mettre en exergue le projet des Géonautrices car il m'apparaît être le plus développé et professionnalisé sur ce segment, mais il y d'autres exemples de blogs et d'influenceurs sur internet et les réseaux sociaux qui se sont appropriés et promeuvent la microaventure :

- Refuse To Hibernate : <https://refusetohibernate.com/>
- Vosges qui peut ! : <https://vosgesquipeut.fr/>
- Les Micro-aventure de Lulu : <https://www.lesmicroaventuresdelulu.com/weekends-autour-de-lille>
- So&Bia : <https://soandbia.com/>

❖ Trek Magazine

Toujours à titre d'exemple, Trek Magazine s'est approprié depuis peu le terme de microaventure pour étiqueter une sous-rubrique de sa partie guide « Partir en trek » et pour désigner des formats courts (aussi dénommé « mini-trek »). Sans autres changements apparents dans la ligne éditoriale et les contenus, l'utilisation du concept apparaît ici très superficielle et relever d'un artifice de communication pour bénéficier d'un effet de mode.

The screenshot shows the Trek Magazine website interface. At the top is the 'trek MAGAZINE' logo. Below it is a navigation bar with links: ACTU, TESTS MATOS, GUIDES MATÉRIEL, PARTIR EN TREK, CONSEILS TREK, and MAGAZINE. The main content area is titled 'MICRO AVENTURE' and features three article cards. Each card includes a date, a title, a description, and a 'Suite' link. To the right of the articles is a 'SUIVEZ NOUS' section with a 'S'abonner à la newsletter' button. Below that is a 'GUIDES MATERIEL' section with buttons for 'CHAUSSURES RANDO', 'MATÉRIEL DE BIVOUAC', 'SACS À DOS', and 'VÊTEMENTS DE RANDO'. At the bottom right is a 'PARTIR EN TREK' section with buttons for 'DESTINATION TREK' and 'TOPOS TREK'.

⁸⁵ Cf. <https://geonautrices.com/qui-sommes-nous/>

D'autres médias spécialisés comme Géo ou Outside ont publié des articles concernant ce qu'ils abordent comme une actualité, une tendance de voyage, sans aller plus loin dans son appropriation pour en faire une rubrique ou une thématique récurrente. Mais il semblerait que la plupart des magazines spécialisés dans l'outdoor et les activités sportives de nature fasse l'impasse pour le moment sur la notion de microaventure (Carnet d'Aventures, Outdoor Go, Montagnes Magazine, etc.).

2.2.1.2. Les agences et autres structures privés

J'aborderai dans cette partie les autres types d'acteurs privés du tourisme qui se sont approprié le concept de microaventure, que ce soit comme un élément premier et constitutif de leur projet ou comme un ajout ultérieur dans un modèle d'activité déjà préexistant et bien structuré. Le spectre des types d'activité concerné est très large mais je m'attacherai à donner quelques exemples qui me semblent significatifs. Je ne prétends bien évidemment pas fournir ici une vision exhaustive de toutes les initiatives mobilisant le concept en France mais de donner un aperçu des différents types d'appropriations et de déclinaison du concept de microaventure dans cette partie du secteur du tourisme, et notamment dans le domaine des organisateurs et des agences de voyage.

❖ La MadJacques (www.madjacques.fr)

Il s'agit d'un des projets historiques et emblématiques de l'implantation de la microaventure en France qui, comme Chilowé et 2 Jours Pour Vivre, a été créé dans le sillon et l'état d'esprit initial du concept. Lancée officiellement en 2018 (mais l'idée semblait germer depuis 2017), la MadJacques est un projet un peu différent des autres acteurs pionniers dans la mesure où il s'agit d'un concept événementiel : l'organisation de « courses d'aventure » qui se déclinent sous plusieurs formes, à pied, à vélo ou en stop. Dans les faits, les participants s'inscrivent à une « course » sur le temps d'un WE de 2-3-4 jours dont ils ne connaissent pas les points de départ et d'arrivée précis mais uniquement la zone géographique et le type de mobilité concerné (à pied, à vélo ou en stop). Après inscription et avant le départ, les participants reçoivent une feuille de route détaillant le point de départ et le point d'arrivée à atteindre sur le temps de la course (en 2 ou 3 jours), avec un ou des camp(s) de base pour bivouaquer la/les nuit(s) de l'évènement, un ou plusieurs itinéraires « conseillé(s) » comportant des points de ravitaillement, et entre ces checkpoints, l'aventurier du WE est livré à lui-même, libre de son parcours et de son rythme. A l'arrivée, généralement dans un petit village, un mini-festival attend et clôture l'expérience, associant musique live et autres activités culturelles, bar et restauration mettant en avant les acteurs et produits locaux.

Loin de l'esprit de compétition, il s'agit de proposer une aventure collective pour « jouer à se perdre », pour « passer plus de temps dehors, moins loin et sans filet », pour « accompagner les citoyens vers un tourisme plus nature, plus local et plus authentique »⁸⁶. Tout en apportant un minimum d'organisation, de cadrage et de support logistique, l'intention est de reconstituer les conditions de l'aventure, le temps d'un WE, au travers d'un périple comportant une dose d'inconnu et d'incertitude, de risque de se perdre et de galérer sur le chemin, d'effort et de joie d'arriver à son but. La tonalité d'ensemble se veut festive et conviviale, décalée et loufoque, ludique et au second degré. Le thème du défi absurde s'incarne bien dans la première course organisée en 2018 :

⁸⁶ Cf. <https://www.linkedin.com/company/davaidavai/about/>

rejoindre un village perdu dans la Creuse en stop où une belle fête / kermesse / bal guinguette attendait les néo-aventuriers de la route.

Le Concept

Le concept

L'itinéraire
A l'arrivée
Les infos Patrick
Pourquoi venir
Partenaires
Parrainage
Réservations

Pékin Express en mieux et sans les caméras

Des équipes de toute la France qui tentent de rejoindre le plus vite possible un petit village du fin fond de la France... en stop ! Des départs de toutes les villes du pays, des dizaines de missions à réaliser tout au long de la route et 24h de fête de village à l'arrivée. Le weekend le plus fou de l'année !

2500 participants en binôme au départ de 11 villes en France

400 km en stop en moyenne pour atteindre un petit village creusois

24h de festival à l'arrivée concerts / aventure / terroir

4800 L de soupe à l'oignon éclusée et encore



Pékin Express en mieux et sans les caméras

18-19 sept. 2021

Tous les détails

Je réserve !

Le Concept

Le concept

L'itinéraire
A l'arrivée
Les infos Patrick
Pourquoi venir
Partenaires
Réservations

Sur les pentes du pays perdu

3 jours de trek pour explorer le massif du Diois, aux confins de la Drôme et du Vercors. Ambiance falaises de karst, village médiéval et clairette de Die. Au bout de la trace, une grande fête pour célébrer l'été indien, l'aventure et les fromages de chèvres à croûte fleurie.

3 jours de trek sur une trace entre montagne de karst et vues **** sur le Vercors

1 nuit dans un village médiéval au pied du Vercors et au milieu des vignes les plus hautes de France

500 aventuriers en autonomie et 12,7 rencontres par jour et par pers.

934 crottins de chèvres cabécou et une grande fête du terroir au bivouac d'arrivée



L'expédition ultime à travers le massif oublié du Diois.

01-03 oct. 2021

Tous les détails

Je réserve !

Le choix des destinations est aussi significatif du positionnement de la structure qui favorise les territoires perçus comme non ou faiblement touristique, les « coins perdus » et « hors des sentiers battus »⁸⁷ (la Creuse, la Picardie, le Morvan, le Bugey, le plateau de Millevache, etc.). Les thèmes de la recherche d'authenticité et de simplicité sont très présents. L'idée d'ancrage local apparaît aussi marquée au travers de l'organisation de la course qui se propose de faire découvrir par les chemins de traverse les territoires visités ; mais surtout au travers des festivités à l'arrivée qui sont co-construites avec les acteurs locaux et mettent en avant les produits du terroir. Toutefois, la notion de proximité est ici conçue à l'échelle de la France dans l'intention affichée de « changer notre rapport au voyage »⁸⁸, notamment en référence et en opposition à l'idée que l'aventure se vit forcément au travers de périple longs et à l'autre bout du monde.

Le concept

- L'itinéraire
- A l'arrivée
- Les infos Patrick
- Pourquoi venir
- Témoignages
- Partenaires
- Parrainage
- Réservations

Le Concept

À la recherche du village perdu

2 jours d'aventure à vélo, sans chrono. 2 jours épiques pour tenter de retrouver un petit village perdu au milieu des champs, en Picardie. Au bout de la route, une immense fête de 24 heures pour célébrer le vélo et l'aventure.

800 cyclistes à la recherche d'un village perdu

2 jours d'aventure à vélo en autonomie et en itinérance

24h de festival cyclo à l'arrivée - concerts / vélo / terroir

1,5 litre de soupe à l'oignon par participant



L'expédition vélo à la recherche du paradis picard

27-29 août 2021

Tous les détails

Je réserve !



Regarder sur YouTube

Depuis le printemps 2021, une nouvelle activité est venue s'ajouter aux courses d'aventure : les « refuges de hautes campagnes ». En référence au modèle des refuges de haute montagne, la structure à co-monter et co-aménager avec des acteurs locaux des hébergements « rustiques », avec des dortoirs sous tentes pour 4 personnes, une salle commune dans un bâtiment attenant et un service de vente de boisson et de nourriture offrant des produits locaux. Ces refuges sont associés à un type d'activité de plein air (vélo, canoë et randonnée) en fonction de la géographie des lieux et s'inscrivent dans des propositions de WE d'aventure, invitant les clients à rejoindre l'hébergement par le type d'activité associé et/ou proposant des expéditions à réaliser à la journée pour découvrir les alentours. Différents types de « package » sont pour ainsi dire proposés, se rapprochant à certains égards d'une forme d'offre de court-séjour packagé.

⁸⁷ Cf. <https://www.madjacques.fr/>

⁸⁸ Cf. <https://www.madjacques.fr/a-propos>

 <p>Refuge Grand Ouest</p> <p>2 jours / 1 nuit</p> <p>De l'écume et du cambouis</p> <p>2 jours de vélo + 1/2 pension Refuge Grand Ouest tous les weekends</p> <p>Chez Calixte Capitaine Haddock</p>  <p>Découvrir l'expédition</p>	 <p>Refuge Allier</p> <p>3 jours / 2 nuits</p> <p>Le Very Pag' Trip</p> <p>3 jours canoë + matos + bivouac Allier + 1 nuit 1/2 pension Refuge</p> <p>Chez Anthony Agriculteur-conteur</p>  <p>Découvrir l'expédition</p>	 <p>Refuge Allier</p> <p>2 jours / 1 nuit</p> <p>L'appel de la pagaie</p> <p>2 jours canoë + matos + nuit 1/2 pension Refuge tous les weekends</p> <p>Chez Anthony Agriculteur-conteur</p>  <p>Découvrir l'expédition</p>
 <p>Refuge Picardie</p> <p>2 jours / 1 nuit</p> <p>Dans la vallée hohoo du Valois</p> <p>2 jours de marche + nuit + petit-dej Refuge tous les weekends</p> <p>Chez Marie Gardiennne du swag</p>	 <p>Refuge Picardie</p> <p>2 jours / 1 nuit</p> <p>Aller-simple pour l'Amazonie</p> <p>2 jours de vélo + nuit + petit-dej Refuge tous les weekends</p> <p>Chez Marie Gardiennne du swag</p>	 <p>Refuge Picardie</p> <p>2 jours / 1 nuit</p> <p>La grande évasion</p> <p>2 jours de vélo + nuit + petit-dej Refuge tous les weekends</p> <p>Chez Marie Gardiennne du swag</p>

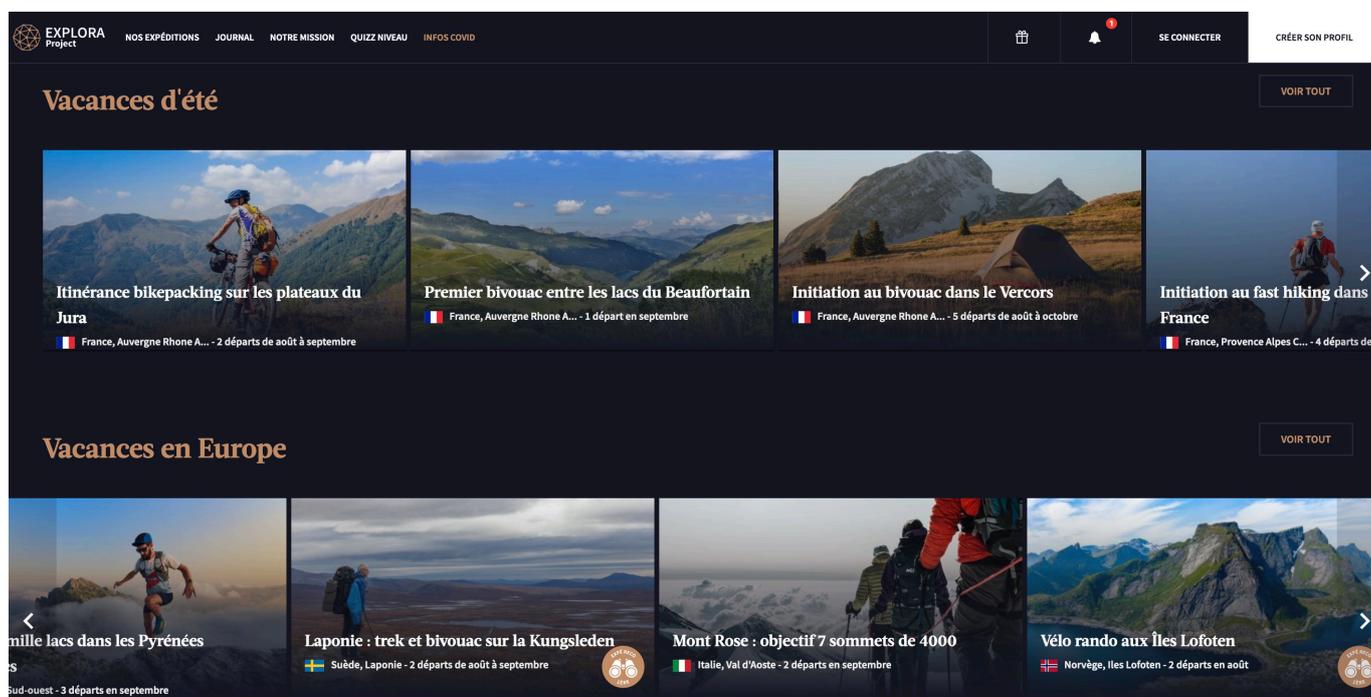
Bien que l'on retrouve dans ces activités l'état d'esprit et la plupart des caractéristiques de la définition initiale de la microaventure, on peut néanmoins constater des nuances et des écarts dans ses déclinaisons pratiques. Les courses sont par définition un minimum organisées et ne placent donc pas les participants en situation de pleine autonomie. Le projet des refuges de haute campagne se structure autour d'un hébergement (même sommaire) qui s'écarte de l'idée de dormir dehors. Et l'accessibilité économique des activités proposées peut toujours prêter à discussion, selon que le référentiel de départ est la gratuité d'une randonnée auto-organisée ou le coût d'un voyage d'aventure à l'étranger packagé par un tour opérateur classique. On voit au travers de ce projet les limites et les difficultés pour contenir le concept de microaventure dans un périmètre bien défini, notamment lorsqu'il s'agit de le traduire en modèle économique viable.

Bien que généralement associée à l'univers de la microaventure et faisant figure de projet pionnier et emblématique de son état d'esprit, il est notable que la structure mette peu en avant le terme pour se définir et pour décrire ses activités.

Dans un esprit similaire, je signale juste un autre exemple de projet d'évènement collectif et ludique proposant de vivre l'aventure à vélo, au travers d'une « non-course » dont l'itinéraire est tenu secret jusqu'au moment du départ : la Clacyclo - <https://www.clacyclo.fr/>

❖ Explora Project (www.explora-project.com)

Lancée en 2019, Explora Project est une agence dont le slogan résume bien le positionnement : « Réinventons ensemble le voyage d'aventure durable ». Cette structure est régulièrement associée à la tendance de la microaventure car elle s'est lancée sur la base d'une offre de « micro-expédition »⁸⁹, principalement des courts-séjours en France, centrés sur la pratique d'un ou plusieurs activités sportives de pleine nature et très ancrés dans l'univers montagne. Les références symboliques et culturelles sont clairement ici dans les grandes aventures d'exploration de la haute-montagne. L'agence se propose ainsi de rendre accessible au plus grand nombre cet univers d'aventure, parlant volontiers d'expédition, de dépassement de soi, d'apprentissage et de perfectionnement aux disciplines sportives et de reconnexion forte avec la nature⁹⁰. Le positionnement est aussi très marqué sur l'engagement environnemental et le développement d'un modèle de voyage responsable et durable⁹¹.



Le modèle d'activité et économique est celui d'une agence de voyage d'aventure conventionnelle, proposant des séjours tout compris et encadrés par des guides professionnels. Toutefois, hormis le positionnement éco-responsable, la structure présentait initialement une originalité la rapprochant du concept de microaventure dans le format court des séjours et dans la proximité géographique des destinations. Toutefois, ces éléments semblent s'estomper avec le développement des offres vers des pays plus lointains et pour des durées plus longues, nécessitant le recours au transport aérien.

⁸⁹ Cf. https://www.tourmag.com/Tremplins-by-Voyage-Prive-les-2-start-up-laureates-sont_a98818.html

⁹⁰ Cf. <https://www.explora-project.com/raison-d-etre>

⁹¹ Cf. <https://www.explora-project.com/blog/articles/lettre-d-engagement>

Enfin, le registre de discours promotionnel sur les séjours est majoritairement axé sur la découverte d'une destination (un massif, un sommet, une île, etc.) et d'une activité (une pratique outdoor). De nombreux produits proposent de s'initier et d'apprendre les techniques de bases des activités outdoor (« premier bivouac », « initiation au fast hiking », « mon premier glacier », « découverte sportive de l'alpinisme », etc.).

Régulièrement associée à la « tendance » de la microaventure dans les médias, l'agence n'utilise pas pour autant le terme dans sa communication. Néanmoins, ce rapprochement est compréhensible au regard des caractéristiques communes comme le format, les activités outdoor en milieu naturel, la prévalence des destinations nationales, la volonté de rendre accessible et d'initier aux pratiques de plein air ; mais d'autres aspects divergent avec la définition initiale de la microaventure, comme le mode d'organisation privilégiant l'autonomie et l'auto-organisation du pratiquant ou l'accessibilité économique (notion très relative je le précise à nouveau). La question de la mise en package et en catalogue prête aussi à débat selon certains tenants d'une acception plus « militante » de la microaventure.

❖ Terres d'Aventure (<https://www.terdav.com/at-micro-aventure>) et UCPA (<https://www.ucpa.com/sejours-micro-aventures-france>) - Exemples d'agences « traditionnelles » de voyage d'aventure

Micro-aventure : l'aventure à deux pas de chez vous : 8 voyages

Voyage en groupe x
Voyage en famille
Voyage liberté

Date de départ v
Difficulté v
Région v
Confort v
Itinérance v
Trier



Micro-aventures dans les calanques

France

Circuit accompagné Micro-aventure Provence - Côte d'Azur

Partez à l'aventure durant un week-end pour découvrir les calanques de Cassis entre ciel et mer. Vous découvrirez des sites magnifiques, loin des grands circuits touristiques... Sur l'eau, sous l'eau, dans les airs, vous évoluerez au gré de votre aventure dans un cadre exceptionnel !

Prochain départ : le 27/08/2021

Niveau : ● ● ● ● ●

à partir de **390 €**
3 jours



Micro-aventures à Rambouillet

France

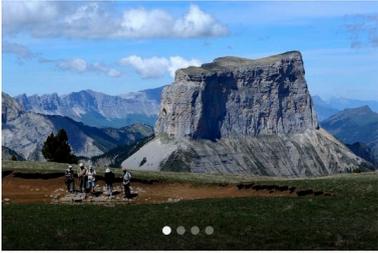
Nouveauté Circuit accompagné Micro-aventure Autres régions

Partez à l'aventure près de chez vous, au cœur de la forêt domaniale de Rambouillet, sur l'eau, à pied, à cheval, vous évoluez au gré de vos envies dans un cadre exceptionnel. Le soir venu, une nuit sous tente au cœur d'un domaine de 20 hectares avec des chevaux comme compagnons.

Prochain départ : le 18/09/2021

Niveau : ● ● ● ● ●

à partir de **390 €**
2 jours



Traversée des hauts plateaux du Vercors

France

Nouveauté Circuit accompagné Micro-aventure Alpes du Nord

Randonner dans le Vercors, c'est marcher entre Alpes et Provence, dans un massif calcaire dressé tel une immense oasis montagneuse, recelant une infinie variété de paysages, de richesses naturelles préservées, une faune sauvage particulièrement importante.

Prochain départ : le 12/08/2021

Niveau : ● ● ● ● ●

à partir de **440 €**
4 jours

Micro aventure en France

Voyager en France

Chacun est libre de choisir son aventure. On ne la trouve pas seulement à l'autre bout du monde, on peut la vivre aussi à côté de chez soi et elle n'en reste pas moins excitante ! Découvrez nos **micro-aventures proches de Paris**, Nantes, Marseille, Lyon, Grenoble et vivez des expériences uniques accessibles en train pour la plupart.

Se déconnecter de tout, rompre avec nos rythmes effrénés, s'immerger en pleine nature tout en protégeant l'environnement sont autant de préoccupations qui résonnent particulièrement en ce moment, mais qui ont toujours été celles de Terres d'Aventure depuis sa création. C'est pour cette raison que nous avons créé ces **courts séjours**. Nous souhaitons vous les faire vivre comme un retour à la simplicité et à la nature. Des moments courts et forts qui mettent l'accent sur l'immersion et l'authenticité grâce à nos équipes locales avec qui nous avons conçus ces **micro-aventures**. A l'image des voyages que nous vous proposons en France, en Europe ou ailleurs.

Le temps d'un week-end prolongé, offrez-vous une pause près de chez vous, loin du tumulte urbain. À pied, à vélo, à cheval, en canoë, en petit groupe, en famille ou en solo, venez vivre une aventure sportive, un moment de bien-être ou un défi. Vous n'avez qu'à vous rendre au point de départ et Terres d'Aventure s'occupe de tout.

Informations pratiques

Quel visa pour la France ?

Selon votre nationalité, la durée et le motif

Depuis cette année, certaines agences historiques du voyage d'aventure s'emparent du concept de microaventure pour l'intégrer à leur panel d'offre. La crise sanitaire ayant mis un coup de projecteur sur le concept et contraint nos déplacements, le concept pourrait en effet apparaître comme une opportunité pour ces acteurs historiques du tourisme d'aventure, leur permettant d'élargir leur gamme sur le territoire national et de bénéficier de l'effet de « tendance » qui se serait créée autour de la microaventure.

Deux structures emblématiques de ce segment, Terres d'Aventure⁹² et l'UCPA⁹³ ont ainsi intégré depuis cette année une sous-rubrique « micro-aventure ». Ces offres correspondent à des courts-séjours centrés sur une activité de plein air, accompagnées ou en liberté. Aussi, ce type d'offre, bien que très anecdotique dans leurs catalogues, existait déjà avant l'émergence de cette nouvelle appellation. Leur marginalité s'expliquait notamment par leur très faible niveau de rentabilité au regard d'une charge de travail d'organisation et de logistique quasiment équivalente à un séjour d'une semaine. Le « format » microaventure apparaîtrait en effet difficilement conciliable et rentable dans le modèle des agences de voyage.

D'autres agences comme Chamina Voyages⁹⁴ ont aussi « labellisé » une poignée de court-séjours mais il semblerait que, dans l'ensemble, les agences de voyage d'aventure ne s'approprient pas ou très marginalement le concept de microaventure.

❖ Kaban (www.kaban.fr) et Cravate & Sandalettes (www.cravate-et-sandalettes.fr) - L'exemple des agences de tourisme d'affaires

Les agences d'évènementiel, d'incentive et de tourisme d'affaires commencent aussi à s'emparer du concept de microaventure. Mobilisant les registres de l'expérience forte et insolite, du dépassement de soi, de l'aventure en équipe, le concept apparaît en effet propice pour construire des offres de séjour ou d'évènements visant à « fédérer et stimuler » l'esprit d'équipe. On se rapproche ici de la notion d'optimisation du temps et de vecteur des valeurs de performance et d'efficacité évoqué dans la 1^{ère} partie.



**CRAVATE &
SANDALETTES**
LA FABRIQUE DE MICRO-AVENTURES

BIENVENUE SUR NOTRE PAGE DÉDIÉE À LA MICRO-AVENTURE D'ENTREPRISE !

5 bonnes raisons de foncer :

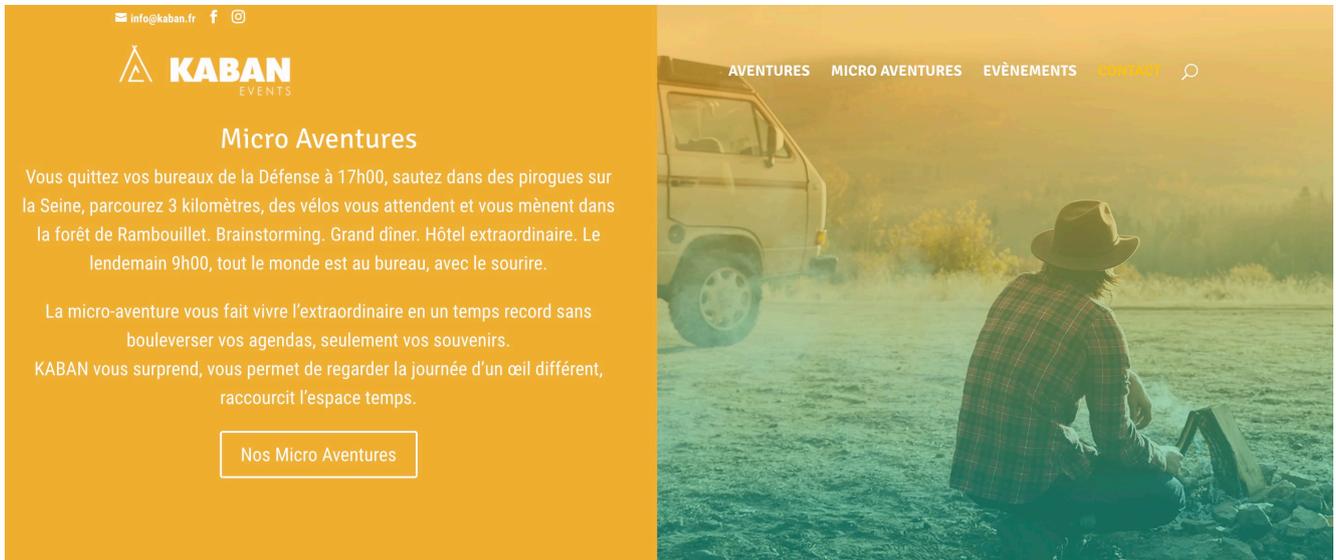
- **Eco-responsabilité & solidarité** : un bilan carbone au top et de la solidarité vis-à-vis des acteurs locaux. Un cercle vertueux en somme.
- **Cohésion** : un bon moyen de fédérer vos équipes autour d'une expérience partagée marquante !
- **Bol d'air** : l'occasion de faire le plein de nature et de respirer à pleins poumons.
- **Accessibilité** :
 - **Financière** : grâce à des coûts raisonnés
 - **Physique** : différents niveaux de sport et de confort
 - **Temporelle** : en afterwork, à la demi-journée, à la journée ou sur 2 jours
- **Simplicité** : un séjour tout en simplicité & en convivialité, et une mise en place simplifiée grâce à notre organisation rôdée.

⁹² Cf. <https://www.terdav.com/ps-france/at-micro-aventure>

⁹³ Cf. <https://www.ucpa.com/sejours-micro-aventures-france>

⁹⁴ Cf. <https://www.chamina-voyages.com/recherche?q=micro-aventure>

Dans la pratique, les caractéristiques des séjours et événements proposés ici correspondent sur de nombreux points à la définition de la microaventure. Toutefois, l'inscription dans le champ du tourisme d'affaires et dans des finalités « managériales » interroge sur la plasticité et l'hétérogénéité des appropriations et des déclinaisons possibles d'un concept aux contours souples (d'aucuns diraient flous). Les tenants d'une acception de la microaventure comme un « art de vivre » y verraient peut-être (certainement) un dévoiement.



Micro Aventures

Vous quittez vos bureaux de la Défense à 17h00, sautez dans des pirogues sur la Seine, parcourez 3 kilomètres, des vélos vous attendent et vous mènent dans la forêt de Rambouillet. Brainstorming. Grand dîner. Hôtel extraordinaire. Le lendemain 9h00, tout le monde est au bureau, avec le sourire.

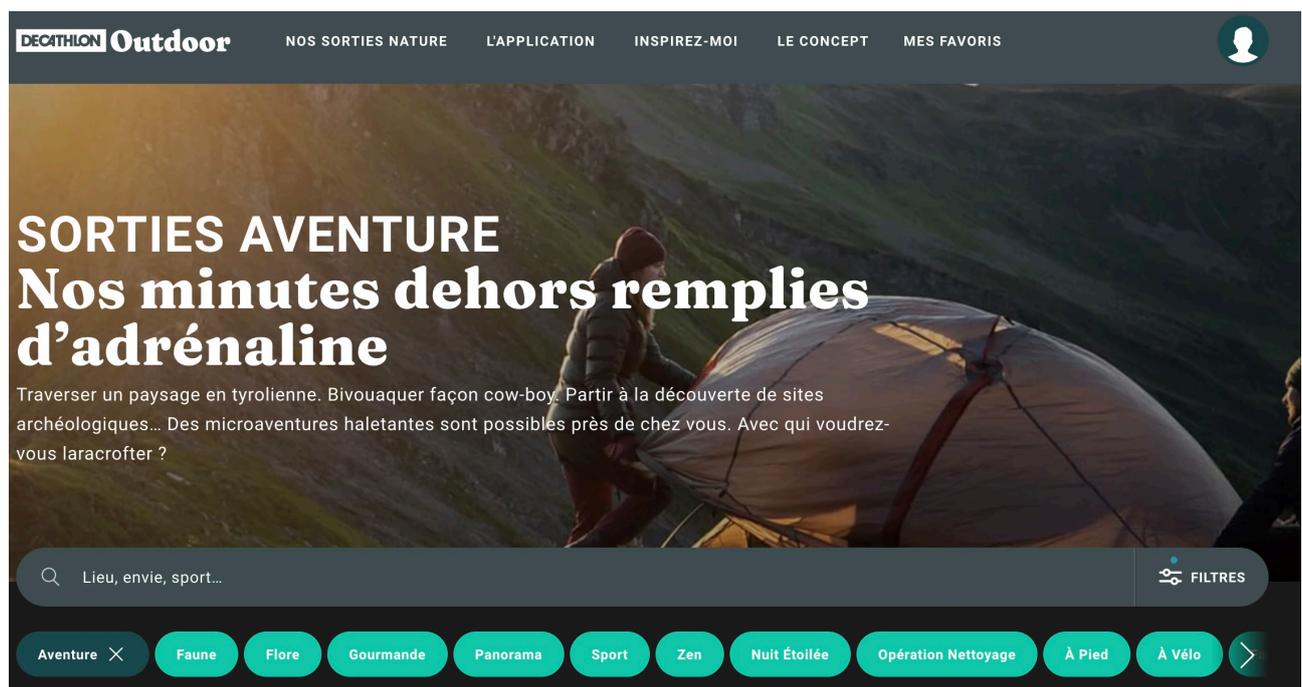
La micro-aventure vous fait vivre l'extraordinaire en un temps record sans bouleverser vos agendas, seulement vos souvenirs.

KABAN vous surprend, vous permet de regarder la journée d'un œil différent, raccourcit l'espace temps.

Nos Micro Aventures

❖ Décathlon Outdoor

Cette année, la chaîne de magasin de sport a lancé une plateforme numérique (site internet et application mobile) d'itinéraires et de sorties en nature, alimentant ainsi ses clients en idées pour utiliser les vêtements et autres équipements achetés dans ses magasins. Couvrant un spectre très large de types et de niveaux de pratiques, la plateforme se positionne de manière plus généraliste sur les activités outdoor, les sorties nature, mais propose aussi des « sorties aventure » et utilise à l'occasion le concept de microaventure. Celui-ci est plutôt présent en filigrane mais néanmoins convoqué pour évoquer l'idée d'une aventure accessible.



DECATHLON Outdoor

NOS SORTIES NATURE L'APPLICATION INSPIREZ-VOI LE CONCEPT MES FAVORIS

SORTIES AVENTURE
Nos minutes dehors remplies
d'adrénaline

Traverser un paysage en tyrolienne. Bivouaquer façon cow-boy. Partir à la découverte de sites archéologiques... Des microaventures haletantes sont possibles près de chez vous. Avec qui voudrez-vous l'acrofiter ?

Lieu, envie, sport...

FILTRES

Aventure X Faune Flore Gourmande Panorama Sport Zen Nuit Étoilée Opération Nettoyage À Pied À Vélo

En plus d'être le partenaire technique de beaucoup de projet dont nous venons de parler, le lancement de cette plateforme et l'utilisation dans ce cadre (même marginalement) du concept de microaventure apparaît signifiant sur une forme de glissement et d'élargissement du champ sémantique de la microaventure pour désigner toutes formes de pratiques outdoor et associée à l'idée d'aventure dans la nature (dont on a déjà évoqué plus haut le caractère particulièrement polysémique et très relatif).

❖ Les guides et accompagnateurs

Leur statut de travailleur indépendant dans la majorité des cas rend cette catégorie d'acteur du tourisme difficilement visible et lisible en dehors de leurs activités pour le compte d'agence ou par l'intermédiaire de structures locales comme les bureaux des guides et les offices de tourisme. Aussi, il est difficile d'observer en dehors de ces cadres la manière dont ces acteurs s'approprient ou non le concept de microaventure. Nous y reviendrons par la suite lors de l'analyse des entretiens.

J'ai toutefois identifié sur internet une initiative intéressante directement portée par un accompagnateur (AEM) : Terres de Trek⁹⁵. Par l'intermédiaire de son syndicat professionnel (via le service « AEM voyage » porté par le SNAM⁹⁶), cet indépendant a créé sa propre structure afin de concevoir et de promouvoir lui-même ses activités et notamment une offre de microaventure dans la région du briançonnais. Il est intéressant de noter qu'il travaille par ailleurs pour Chilowé dans le cadre de leurs offres avec guide.

Aussi, je m'attarde sur ce projet car ce type d'initiative apparaît relativement rare. Pour autant, on pourrait croire que ces professionnels seraient les premiers concernés par l'objectif de démocratiser et de partager leurs connaissances et leur passion pour la nature et les pratiques outdoor, allant dans le même sens que les intentions affichées par la microaventure. Toutefois, leur rôle et leur implication questionnent les notions d'autonomie et d'auto-organisation, ainsi que d'accessibilité économique, véhiculées par le concept dans son acception initiale. D'un autre point de vue, la transmission de connaissance et l'acquisition de savoir-faire technique permises par l'intervention d'un professionnel concourent à l'autonomisation et à la sensibilisation du pratiquant potentiellement au-delà de ce qu'il pourrait en retirer et en apprendre seul et par lui-même.

Pour en revenir à l'objet de ce paragraphe, hormis au travers des activités développées par les structures qui les emploient, il est difficile d'appréhender en dehors d'un échange direct avec eux la perception et l'appropriation du concept de microaventure par ce type d'acteurs pourtant centraux dans le segment touristique des activités de pleine nature.

Pour conclure cette première partie du tour d'horizon des acteurs de la microaventure, on notera que l'ensemble des acteurs pionniers, ayant participé à implanter et développer le concept en France, sont des structures privées, relativement récentes, de petite taille et quasiment toutes basées à Paris (du moins à leur origine) ; et seulement 2 de ces acteurs (Chilowé et 2 Jours Pour Vivre) s'affirment principalement centrés sur le concept. Il est intéressant de relever que pour les autres acteurs pionniers, la place du concept et de son utilisation varie beaucoup. Certains l'affichent comme un élément important et distinctif sans pour autant en faire le cœur de leur

⁹⁵ Cf. <https://terresdetrek.com/micro-aventures/>

⁹⁶ Cf. <https://snam.pro/categorie/aem-voyages>

projet. D'autres le mobilisent peu, voire pas ou plus du tout. On notera aussi que la crise sanitaire a constitué un moment charnière et distinctif dans les types de structures et d'appropriation du concept. Enfin, il ressort de ce panorama que la microaventure recouvre de plus en plus des réalités, des types de structures et d'activités, des modèles et des représentations relativement différentes et diversifiées. La manière de concevoir et d'investir le concept apparaît en effet loin d'être uniforme et consensuelle.

2.2.2. Les acteurs institutionnels

Les acteurs institutionnels, et en premier lieu les offices de tourisme, sont certainement les types d'acteurs du secteur s'étant le plus approprié le concept de microaventure, principalement depuis la crise sanitaire. Dans le sens de la focale territoriale de ce travail, je me suis particulièrement attaché dans mes recherches à observer la manière dont ces structures percevaient et s'appropriaient le concept. Leur mission première étant la promotion touristique de leur territoire, je me suis appliqué à observer la façon dont ils utilisaient le concept, les types d'activités et de pratiques présentes sur leur territoire qu'ils associaient à la microaventure.

Dans un premier temps, je présenterai l'action des Comités Régionaux du Tourisme qui ont été les premiers, dans leur rôle de veille et d'accompagnement stratégique des destinations de leur territoire, à identifier et à produire des analyses sur la « tendance » de la microaventure.

Ensuite, je présenterai un florilège d'exemples d'appropriation par des offices de tourisme du concept, essayant de mettre en exergue le large spectre dans les manières et l'ampleur de cette appropriation à un moment donné : ce printemps 2021.

2.2.2.1. Les CRT

Les CRT de Nouvelle Aquitaine (Mona) et d'Auvergne-Rhône-Alpes ont identifié et ont commencé à travailler sur la microaventure dès 2019. Mona a ainsi produit une première note de tendance à l'automne 2019 dont le titre est déjà évocateur des questionnements et des dilemmes qui se présentent dans l'appropriation et la traduction en offre du concept : « La micro-aventure, un coup marketing ou une vraie tendance ? »⁹⁷. La note ne tranche pas la question et présente le concept à la fois comme un outil marketing pertinent et une tendance jugée comme « durable », autant dans le sens temporel que dans une acception marketing (s'inscrivant dans le développement d'une offre de tourisme durable). La microaventure est ainsi analysée comme une tendance de fond dans la mesure où elle rencontrerait et répondrait à des attentes et des préoccupations croissantes en matière environnementale, de reconnexion avec la nature, de développement du tourisme de proximité et 4 saisons. Elle est notamment identifiée comme une opportunité pour les territoires ruraux et un levier pour mieux répartir les flux touristiques sur les territoires. Il est intéressant de noter que la note pointe déjà les risques, les limites et les dérives possibles d'une utilisation trop massive et non-circonscrite du concept.

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme va aussi s'intéresser à la microaventure avant la crise du Covid-19 en se rapprochant de Chilowé pour engager un partenariat média et pour commander la création de microaventure sur leur territoire à l'automne 2019⁹⁸. La tendance est ici considérée comme porteuse et durable ; et les limites et les risques de dérive n'y sont pas abordés. La

⁹⁷ Cf. <https://www.monatourisme.fr/micro-aventure-coup-de-marketing-ou-vraie-tendance/>

⁹⁸ Cf. <https://pro.auvergnerrhonealpes-tourisme.com/micro-aventure/>

première note et les premières actions du plan média construit avec Chilowé se concrétiseront au début de la crise sanitaire ; et la microaventure est associée à la stratégie de promotion du tourisme infra-régional déjà amorcé par le CRT depuis déjà plusieurs années qui apparaît d'autant plus importante dans le contexte de crise sanitaire et des restrictions de déplacement⁹⁹.

Avec un Covid-19 qui joue les prolongations, le CRT Auvergne-Rhône-Alpes continuera de mettre en avant la microaventure qui apparaît d'autant plus pertinente dans ce contexte et compte tenu des atouts « naturels » de la région. Un second partenariat est ainsi développé en 2021 avec Amélie Deloffre (2 Jours Pour Vivre) pour mettre en ligne un véritable petit guide de la microaventure, proposant des conseils pratiques pour concevoir et se lancer par soi-même, autant que des idées de microaventure à réaliser dans la région¹⁰⁰ (mettant en avant les propositions développées avec Chilowé mais aussi des offres promues par des destinations de la région).

Ces deux CRT apparaissent très actifs sur le sujet et ont co-organisé un web-séminaire le 12 mai 2021 visant à présenter et aider les destinations et les socio-professionnels de ces territoires à s'approprier le concept dans leurs activités¹⁰¹. Animé par Amélie Deloffre (2 Jours Pour Vivre) et Marina Geray (Responsable marketing digital à l'Office de Tourisme de Pont d'Arc Ardèche), les interventions visaient autant à présenter des initiatives existantes (notamment celles de Vallon Pont d'Arc) mais aussi de (re)préciser les caractéristiques du concept, d'évoquer les limites et les risques d'une utilisation inappropriée de celui-ci et de promulguer des conseils pratiques pour mettre un place une offre « pertinente » autour du concept. On peut lire à travers cette initiative les problématiques et les dilemmes déjà évoqués dans la diffusion, la perception et les diverses appropriations / déclinaisons de la microaventure. En effet, des exemples d'utilisations présentées comme inappropriées ont clairement été mentionnées lors du web-séminaire, ainsi que les limites et les risques de diluer et de galvauder le concept que cela comporte. Nous allons en présenter quelques-uns dans la section suivante.

2.2.2.2. Les Offices de Tourisme et les Comités Départementaux de Tourisme (CDT)

A partir du printemps 2020 et dans le contexte de la crise sanitaire, des organismes gestionnaires de destinations ont commencé à s'intéresser et à s'approprier le concept de microaventure. Popularisé par les médias et relayé certains organismes de veille comme les CRT, ce que l'on commençait à qualifier de « tendance montante » pouvait apparaître comme une opportunité et un outil de valorisation pertinent et efficace en regard des restrictions de déplacement, du besoin de « prendre l'air et de nature » d'une population confinée. En outre, la microaventure semblait parfaitement rejoindre et s'inscrire dans d'autres tendances de fond déjà identifiées et travaillées par de nombreuses destinations : le tourisme de proximité, l'écotourisme, le développement des activités outdoor, le slow-tourisme et toutes les variations autour de la notion de tourisme responsable et durable.

Aussi, dans un premier temps et dans l'urgence, quelques initiatives d'appropriation du concept de microaventure sont apparues à l'été 2020 mais dans une relative urgence et d'une manière relativement modeste. C'est surtout au courant de cette année 2021 et en préparation de la saison d'été que l'on a vu apparaître une diversité d'intégration et de déclinaison d'offres d'activités sous

⁹⁹ Cf. <https://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/des-actions-pour-l-ete/>

¹⁰⁰ Cf. <https://www.auvergnerhonealpes-tourisme.com/partir-en-microaventure/>

¹⁰¹ Cf. <https://www.trajecitoires-tourisme.com/la-micro-aventure-derriere-la-tendance-a-la-mode-un-vrai-engagement-durable/>

l'appellation microaventure dans les supports de communication des destinations. Sans surestimer le phénomène, ni même pouvoir le quantifier ou prétendre en avoir une vision exhaustive, il semblerait tout de même qu'un nombre significatif de destinations, dans la plupart des régions et dans tous types de territoire (montagne, campagne, littoral, grande ville), se soit emparé du concept. Aussi, je vais m'attacher ici à présenter un panel d'exemples en essayant de donner un aperçu des différentes déclinaisons s'échelonnant entre les deux archétypes suivants :

- Les utilisations relativement « inappropriées » en ce qu'elles recourent au concept pour mettre en avant des activités et des pratiques significativement éloignées de la définition initiale.
- Les utilisations plus « appropriées » dans la mesure où elles recourent au concept pour promouvoir des activités et des pratiques qui correspondent pour toute ou partie à la définition initiale.

Dans les faits, il s'agit plus d'un continuum gradué que deux ensembles distincts ; et dans une même destination, on pourrait trouver sous l'étiquette « microaventure » des activités relevant de ces 2 catégories. L'objectif n'est pas de catégoriser les destinations (bien que certaines relèvent plus d'un archétype que de l'autre) mais d'utiliser ces catégories d'analyse afin de mettre en exergue les points de divergences et d'achoppements dans les manières d'interpréter et de s'approprier le concept au regard de sa définition initiale ; ainsi que les dilemmes et les limites pour traduire et circonscrire la microaventure en termes d'activités et de pratiques touristiques selon les grilles de lecture conventionnelles des offices de tourisme.

❖ OT d'Avoriaz 1800 (www.avoriaz-aventures.com/micro-aventures)

Cette destination de montagne, centrée sur une station de sport d'hiver et ayant fortement développé l'activité VTT l'été, est l'exemple parfait d'une appropriation que je qualifierais de démarche « d'étiquetage ». En effet, dans sa rubrique « activités », elle a ajouté un sous-ensemble « micro-aventure » dans lequel elle liste un panel très hétéroclite de types d'activités et de pratiques dont il est très difficile de discerner le / les dénominateurs communs (Cf. ci-dessous un extrait du site internet).

Sous la dénomination microaventure, sont ainsi listées des activités sportives, gastronomiques, bien-être comme le yoga, culturelles comme un parcours photographique, mais aussi des lieux comme un lac ou un village pittoresque, et sur différents registres (des activités en liberté et accompagnés, des prestataires et des prestations tout incluses, des articles plus généraux de présentation de sites ou d'activité en général comme la présentation du Bike Park). Face à cet ensemble très hétéroclite, on ne comprend pas la ligne directrice, le dénominateur commun, ce qui les regroupe et définit la microaventure selon la destination. Individuellement, la plupart des activités proposées se révèlent éloignées de la définition initiale du concept. Sans m'attarder sur ce point, il ressort dans l'ensemble que la destination a utilisé une appellation « tendance » pour regrouper un florilège « d'expériences » qu'elle voulait mettre en avant, à la manière d'un « top 10 » (ou 20) des expériences à vivre dans la destination. Le seul dénominateur commun pourrait à la rigueur être qu'il s'agit globalement d'activités de plein air.



❖ OTI du Pays d'Evian - Vallée d'Abondance (www.lemanchablais.com/micro-aventures)

Il s'agit toujours ici d'une destination de montagne mais couvrant un territoire plus vaste et plus diversifié (lac Léman, des vallées et des villages, des espaces naturels de montagne et des stations de ski). L'appropriation et l'intégration de la microaventure relève ici aussi d'une démarche d'étiquetage d'activités préexistantes et traditionnelles. Toutefois, une ligne directrice est plus clairement marquée sur les activités outdoor et la rubrique microaventure renvoie aux univers VTT, randonnées et activités nautiques sur le lac.

Néanmoins, les contenus se limitent à présenter la destination comme un territoire où la microaventure est possible, renvoyant vers les activités de pleine nature déjà existantes et présentées par ailleurs dans les rubriques dédiées. On ne trouve pas de propositions d'expériences à vivre spécifiquement imaginées et développées autour du concept, que ce soit en liberté ou accompagné. La destination utilise la microaventure pour parler des potentiels en

matière d'activités et d'expériences outdoor réalisables sur le territoire. Ici encore, l'appropriation relève plus d'une démarche d'étiquetage d'activités, habituellement segmentées par type de sport de nature, pour les regrouper sous une appellation considérée comme attractive à un moment donné.

ACCUEIL DÉCOUVERTE NEIGE EAU MONTAGNE HÉBERGEMENTS ÉVÈNEMENTS JUNIORS



Accueil — Micro Aventures

MICRO AVENTURES

CONCOCTER VOTRE MICRO AVENTURE AU PAYS D'EVIAN VALLEE D'ABONDANCE

Repenser son rapport aux loisirs et aux vacances, parce que tout n'est pas prévu, il faut écrire sa propre histoire...
Laissez-vous inspirer par la montagne, le lac et la nature qui nous entoure et partez à l'aventure.

- WEBCAMS
- AGENDA
- SHOP
- MICRO AVENTURES
- FAVORIS
- RECHERCHE



L'AVENTURE À DEUX ROUES

Rejoindre le lac Léman depuis Thollon ou Bernex en passant par le plateau de Gavot et piquer une tête dans le lac. Pensez aux navettes station de la CCPEVA qui transportent les vélos ([horaires navettes](#))

Suivre le cours de la Dranse entre Châtel et Abondance au cours d'une soirée d'été et pique-niquer au bord de l'eau.

Revisiter les chemins du plateau de Gavot et sillonner les forêts, les champs et faire une petite pause dans une ferme.

Il y a tant de possibilités !

Liens utiles pour organiser votre aventure :

[Circuits VTT sur le Pays d'Evian](#)

[Dépliant du sentier des bords de Dranse](#)

Envie d'aller au bout de l'aventure : découvrez le [Bikepark de Bernex](#), ses 5 pistes, sa dropzone et son pumptrack.

- WEBCAMS
- AGENDA
- SHOP
- MICRO AVENTURES
- FAVORIS
- RECHERCHE

L'AVENTURE AU FIL DE L'EAU

Partir en randonnée sur le Léman... pourquoi pas ?

En kayak, canoë, paddle ou même pédalo, partez au fil de l'eau le long de la rive du Léman et arrêtez-vous sur [une des plages](#) naturelles du pays d'Evian, pour pique-niquer, goûter ou encore vous restaurer sur une belle terrasse... Sur les 20km de littoral, vous aurez peut-être la chance de dénicher certaines perles rares, peu fréquentées et dans un beau cadre naturel.

De vraies bulles de déconnexion avec la vie quotidienne à deux pas de chez vous. Vous auriez tort de ne pas en profiter...



Cette équivalence d'interprétation et d'utilisation du concept de microaventure pour désigner des « activités outdoor » en général, sans distinction de format spatio-temporel, de niveau d'engagement ou de mode d'organisation, se retrouve dans beaucoup de destinations de montagne. Il s'agit le plus souvent de renvoyer vers une activité « standard » à la demi-journée ou à la journée, renvoyant régulièrement vers un prestataire.

Le rapprochement avec la notion « d'insolite », promettant un « dépaysement » ou des « sensations fortes », est aussi largement mobilisé pour qualifier une activité de microaventure.

Par ce prisme, on peut retrouver des activités très variées (et à bien des égards relativement éloignées de la définition initiale) sous l'appellation microaventure : la réalisation d'un parcours de via-ferrata, une sortie spéléologie, une randonnée à la journée avec un âne tout autant qu'une balade en gyropode, la rencontre avec un producteur de fromage en alpage ou une nuit dans un « hébergement insolite » comme un camp de tipis.

Voici d'autres exemples pour illustrer mon propos :

<https://www.destination-leman.com/terre-de-micro-aventures/>

<https://www.chambery-tourisme.com/fr/decouvrir/micro-aventures/>

<https://www.chartreuse-tourisme.com/destination/le-blog/10-micro-aventures-en-chartreuse/>

❖ [CDT des Alpes Maritimes \(www.departement06.fr/decouverte-touristique/micro-aventures\)](http://www.departement06.fr/decouverte-touristique/micro-aventures)

Avec cette destination à cheval entre mer, arrière-pays et montagne, nous avons un bon exemple de cette appropriation du concept relevant d'une démarche d'étiquetage, mais cette fois sur un champ encore plus large de types de milieux naturels et d'activités. A l'occasion de cette nouvelle saison d'été 2021, le service de promotion touristique du département prolonge une tradition d'édition de livrets imprimés très aboutis sur la découverte du département, découpé en 3 zones (le pays côtier, le moyen pays et le haut pays), par le biais des activités de plein air¹⁰². Un guide de 50 propositions vient d'être réalisé¹⁰³, consacrant un élargissement, voire une dispersion, du champ des activités et des pratiques qualifiées de microaventure. Les contenus sont aussi relayés par le site de la destination « Côte d'Azur ».

DÉCOUVERTE TOURISTIQUE

Le carnet de micro-aventures

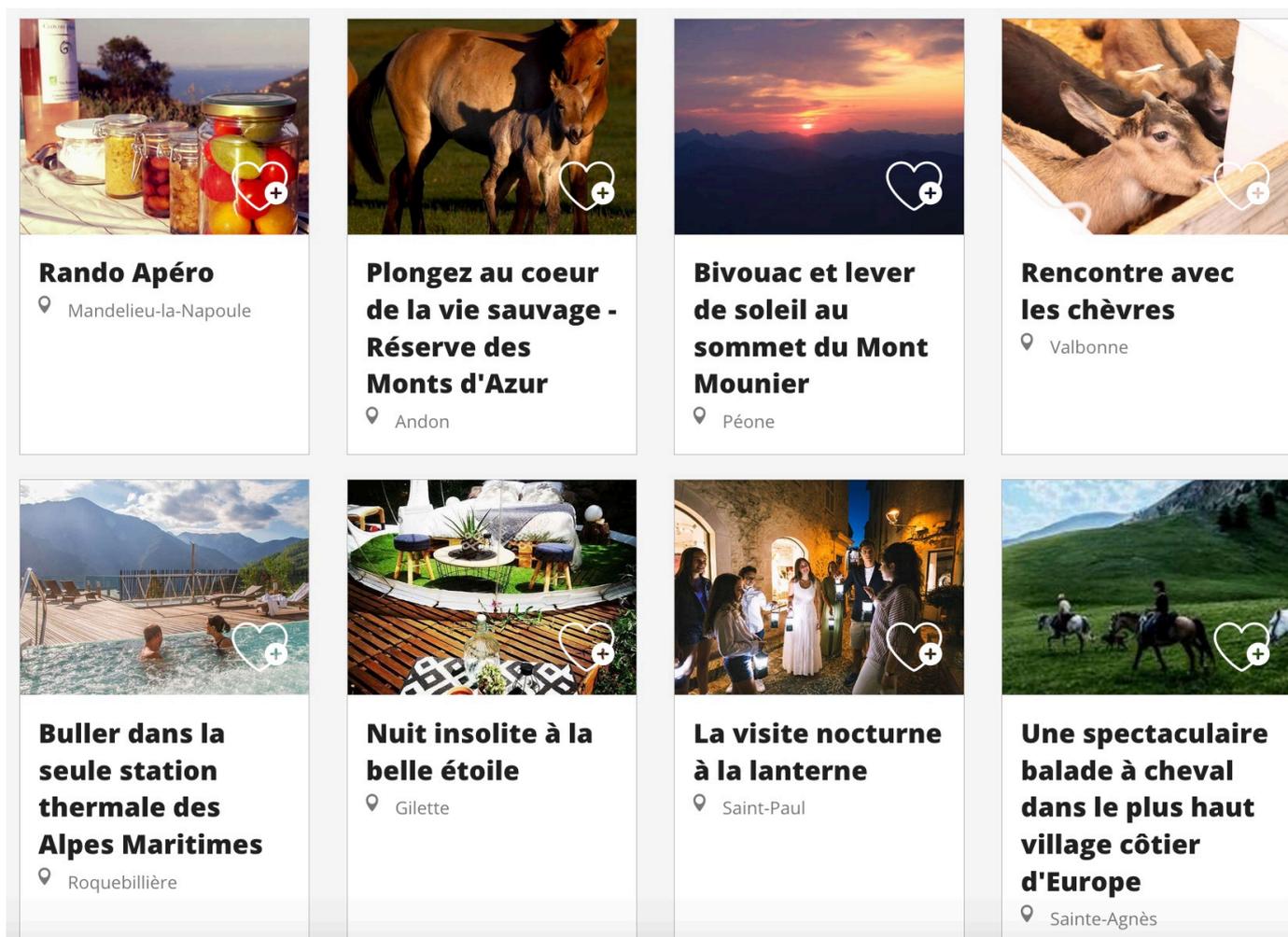
50 expériences « outdoor » à vivre cet été sur l'ensemble du département !

Dans le cadre de sa politique « GREEN Deal » et du développement d'un tourisme durable, de proximité et expérientiel, le Département des Alpes-Maritimes a lancé, pour l'été 2021, le premier « Carnet de micro-aventures ».



¹⁰² Cf. Les guides thématiques imprimés et le suite « Randoxygène » - <https://randoxygene.departement06.fr/randoxygene-8938.html>

¹⁰³ En téléchargement ici : <https://www.departement06.fr/decouverte-touristique/le-carnet-de-micro-aventures-41401.html>



Comme on peut le voir dans cet extrait, quasiment tout le répertoire des activités touristiques possibles est couvert : activités de plein air, gastronomie, visites de producteurs locaux, activités sportives de nature plus engagée avec bivouac, hébergements insolites, visites culturelles, thermalisme et bien d'autres encore dans le reste du guide. Il faut s'attarder sur les quelques lignes d'introduction à la présentation du guide pour mieux comprendre l'interprétation et la ligne directrice de l'appropriation du concept.

Le concept renvoie et permet de qualifier, regrouper et valoriser toutes les activités et actions s'inscrivant dans le développement d'un tourisme plus durable. Sont ainsi convoquées les thématiques écologiques au travers du « green deal », mais aussi de la proximité et de l'expérientiel. Cette dernière notion, dont nous avons déjà parlé, est très présente dans les discours de nombreuses destinations depuis plusieurs années. Il s'agit aussi d'une dimension importante de la microaventure qui, comme nous l'avons mentionné, est caractérisée par la prévalence de la recherche d'expérience sur la découverte d'une destination ou la pratique d'une activité de plein air en elles-mêmes. Et la question de la mise en récit dans ce sens en constitue un aspect central. À ce titre, cette destination a bien intégré ces aspects dans son appropriation du concept et sa manière de le traduire en activité ; bien que ce soit dans un périmètre considérablement élargi et pour ainsi dire dilué dans l'ensemble du champ de pratiques touristiques.

❖ OTI Pont d'Arc - Ardèche (www.pontdarc-ardeche.fr)

Cette destination fait figure d'exemple en France par la précocité et l'ampleur de son appropriation du concept de microaventure (dès l'été 2020). L'intégration dans les supports de communication, le nombre d'offres proposées, le travail de mise en forme et en récit, de promotion et de valorisation médiatique sont relativement bien développés. L'appropriation du concept a fait l'objet d'une réflexion stratégique et d'une méthodologie de développement qui ont été présentées lors du web-séminaire sur ce thème dont nous avons déjà parlé.



CANOË ET PETIT DÉJ AU PONT D'ARC

PRATIQUE
En liberté

THÉMATIQUE
Canoë, Nature

DURÉE
1/2 journée

SAISON
Automne, Été, Printemps



DÉCOUVRIR LES GORGES DE L'ARDÈCHE EN VÉLO ÉLECTRIQUE

PRATIQUE
En liberté

THÉMATIQUE
Nature, Vélo

DURÉE
1 jour

SAISON
Automne, Été, Hiver, Printemps



DESCENDRE LES GORGES DE L'ARDÈCHE EN CANOË

PRATIQUE
En liberté

THÉMATIQUE
Bivouac, Canoë, Nature

DURÉE
2 jours

SAISON
Automne, Été, Printemps



UNE JOURNÉE POUR APPRENDRE LE MÉTIER DE VENDANGEUR

PRATIQUE
Accompagné

THÉMATIQUE
Rencontre, Vin

DURÉE
1/2 journée

SAISON
Automne, Été



CONDENSÉ D'ACTIVITÉS OUTDOOR AU PONT D'ARC

PRATIQUE
Accompagné

THÉMATIQUE
Canoë, Escalade, Nature, Rappel, Via corda

DURÉE
1 jour

SAISON
Automne, Été, Printemps



DÉCOUVRIR LA PISTE CYCLABLE VIA ARDÈCHE

PRATIQUE
En liberté

THÉMATIQUE
Nature, Vélo

DURÉE
1 jour, 2 jours

SAISON
Automne, Été, Printemps



RANDONNER DANS LES GORGES DE L'ARDÈCHE AVEC UN ÂNE

PRATIQUE
En liberté

THÉMATIQUE
Nature, Rando

DURÉE
1 jour, 1/2 journée, 2 jours, 3 Jours, 4 jours, 5 jours

SAISON
Automne, Été, Printemps



VOIR COULER LA FAMEUSE CASCADE DE ROCHECOLOMBE

PRATIQUE
En liberté

THÉMATIQUE
Nature

DURÉE
1/2 journée

SAISON
Automne, Hiver, Printemps



FAIRE UN STAGE DE SURVIE DOUCE

PRATIQUE
Accompagné

THÉMATIQUE
Nature, Rando, Survie douce

DURÉE
1 jour, 1/2 journée, 2 jours, 3 Jours, 4 jours, 5 jours

SAISON
Automne, Été, Printemps

Toutefois, comme on peut le voir dans ces exemples, la destination utilise aussi l'appellation microaventure pour valoriser des activités de plein air ou outdoor traditionnelles, mais aussi des sites et des lieux, qui sont par ailleurs proposés dans les rubriques « activités ». On retrouve aussi des activités de découverte culturelle, gastronomique ou de producteurs locaux. Mais toutes ces activités qui ne semblent pas présenter les caractéristiques de « l'expérience d'une microaventure » au sens de la définition initiale, sont retravaillées, réécrites, mises en récit pour mettre en avant leur dimension « expérientielle »¹⁰⁴.

Néanmoins, une bonne partie des offres ainsi labellisées s'inscrivent bien dans l'univers de la microaventure, proposant de vivre des expériences « aventureuses » dans la nature suivant les caractéristiques du concept, comme par exemple la descente de l'Ardèche en canoë sur 2 jours avec un bivouac sur les berges en autonomie (« en liberté »). Il est notable que cette activité était déjà proposée par l'office de tourisme mais présentée différemment dans la rubrique « activités ». Ici, le contenu est (re)présenté sous la forme d'un récit subjectif de l'expérience réalisée par une famille.

Le panel d'offres de microaventure compose une forme d'entre-deux entre des propositions relevant d'activité outdoor que l'on pourrait qualifier de « standards » mais réécrites sous un angle plus expérientiel et des propositions « packagées » d'expériences, accompagné ou en liberté, relevant de la définition initiale du concept (hormis dans sa dimension d'autonomie et d'auto-organisation).

De manière similaire, le CDT de Haute-Loire a aussi développé et intégré une offre de microaventure dans cet entre-deux : <https://www.auvergnevacances.com/decouvrir/en-route-pour-la-microaventure/>.

En termes de méthodologie, il apparaît que la destination n'aurait pas développé de nouvelles offres (seule ou en co-construction avec les socio-professionnels de son territoire) mais travaillée à identifier, re-présenter et ré-étiqueter des activités et des offres préexistantes sous cette nouvelle appellation.

Présentée dans le cadre du web-séminaire « La micro-aventure : derrière la tendance, un vrai engagement durable » co-organisé le 12/05/2021 Trajectoires Tourismes et le CRT de Nouvelle-Aquitaine¹⁰⁵, l'appropriation du concept de microaventure ce serait inscrite dans une réflexion stratégique et marketing nourrissant les objectifs ainsi décrits (voir ci-dessous).

¹⁰⁴ A titre d'exemple, voir la comparaison entre la même activité - une descente en canoë sur 2 jours avec bivouac - présentée sous la forme d'un récit d'expérience dans la rubrique « Microaventure - <https://www.pontdarc-ardeche.fr/nos-micro-aventures/descendre-les-gorges-de-lardeche-en-canoel/> » et sous une forme plus pratique et descriptive dans la rubrique « Activités Canoë - <https://www.pontdarc-ardeche.fr/reserver-votre-bivouac-dans-les-gorges-de-lardeche/reserver/2-jours-en-canoel-1-nuit-en-bivouac/> ».

¹⁰⁵ Présentation téléchargeable ici : <https://www.pontdarc-ardeche.fr/reserver-votre-bivouac-dans-les-gorges-de-lardeche/reserver/2-jours-en-canoel-1-nuit-en-bivouac/>

Objectifs



Répartir
les flux



Étaler
la fréquentation



Valoriser
les petits acteurs



Mettre l'accent
sur la transmission



Promouvoir
un regard éco-
responsable



Éduquer
les vacanciers
à la nature



Réenchanter les
locaux

Il est intéressant de constater que la microaventure est ici considérée comme un levier d'action pour répondre à des problématiques liées au sur-tourisme et à des objectifs d'éco-responsabilité et de construction d'un modèle plus durable. Le concept serait ainsi assimilé à une nouvelle forme de tourisme responsable et durable, toutefois marquée par des contours pour le moins relativement flous et variables lorsque l'on observe les manières dont il est décliné et traduit en pratiques et en activités touristiques.

❖ [CDT Mayenne Tourisme \(www.mayenne-tourisme.com/vivre-une-micro-aventure\)](http://www.mayenne-tourisme.com/vivre-une-micro-aventure)

A titre d'exemple d'appropriation concernant un autre type de territoire, la CDT de la Mayenne a aussi intégré une offre labellisée « micro-aventure » dans sa rubrique « découvrir » le territoire. On retrouve ici les thématiques des pratiques outdoor pour se reconnecter à la nature, prendre un « grand bol d'air » et le plein de sensation forte (Cf. dans l'image ci-dessous le parcours d'accrobranche associée à une nuit dans une cabane perchée dans les arbres), ainsi qu'un accent particulier mis sur les notions de proximité et de découverte des acteurs locaux.

La thématique de la proximité et d'une ruralité vivifiante et ressourçante, pleine de « richesses insoupçonnées », est largement mobilisée. D'ailleurs, les suggestions connexes à ces offres relèvent d'une autre rubrique dénommée « slowlydays » renvoyant aux notions de slow-tourisme, aux pratiques de bien-être et à la valorisation de l'artisanat local. Toutefois, cette mise en avant de la proximité et de l'ancrage local demeure adressée aux visiteurs extérieurs, dans un ciblage des habitants des grandes villes environnantes du quart nord-ouest (Paris inclus)¹⁰⁶. Les habitants du territoire ne semblent pas visés et c'est une caractéristique récurrente de la grande majorité des destinations que j'ai observé.

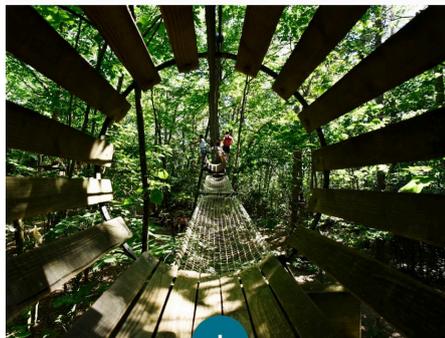
¹⁰⁶ Cf. Page d'accueil et page « Comment Venir - <https://www.mayenne-tourisme.com/pratique/comment-venir-en-mayenne/> » dont les discours sont orientés sur la « découverte » de ce « territoire secret » et de « l'accueil chaleureux des mayennais ».

VIVRE UNE MICRO-AVENTURE

Envie de partir à l'aventure pas loin de chez vous ?

De visiter, escalader, bivouaquer, fabriquer, randonner, vous évader pour un soir ou un weekend ?

Partez en Micro-Aventures et découvrez que dépaysement et proximité peuvent rimer !



TUTOYER LES CIMES

Envie de partir à l'aventure et de prendre de la hauteur le temps d'un weekend ? Au programme: Cabanes dans les arbres, accrobranche, tyrolienne et nature. Vivez...



LE PLEIN D'OXYGÈNE S'IL VOUS PLAÎT !

Prendre un grand bol d'air et de nature ça vous tente? Alors en avant pour un weekend d'aventure à pieds, à cheval ou à VTT à la découverte du Mont des...



FAIRE UN COUTEAU AU BORD DE L'EAU

Prendre un grand bol d'air et de nature ça vous tente? Alors en avant pour un weekend d'aventure à pieds, à cheval ou à VTT à la découverte du Mont des...

Pour exemple, voici d'autres destinations rurales s'étant appropriées la microaventure en des termes similaires :

<https://www.nievresomme-tourisme.fr/pages/blog.html>

<http://www.suisse-normande-tourisme.com/decouvertes/micro-aventures>

❖ [CDT du Val de Marne \(www.tourisme-valdemarne.com/micro-aventures-en-val-de-marne\)](http://www.tourisme-valdemarne.com/micro-aventures-en-val-de-marne)

Dans un registre urbain cette fois, l'exemple du CDT du Val de Marne s'est aussi emparé du concept de microaventure dans une optique assez similaire pour mettre en avant les activités de plein air réalisables sur son territoire, jouant du décalage entre milieu urbain et possibilité de pratiques des activités physiques de nature et notamment nautiques.

On retrouve une figure récurrente et emblématique de la microaventure en ville avec le stand-up paddle sur la Marne mais dans l'ensemble, les contenus mis en avant correspondent à des parcours de visite de sites et de lieux touristiques emblématiques (Château de Vincennes, Bois de Vincennes et ses monuments, guinguettes des bords de Marnes, etc.). La microaventure est principalement utilisée comme une étiquette attractive pour valoriser des contenus « standards » (voir extrait du site internet ci-dessous).

VIVEZ DES EXPÉRIENCES UNIQUES AVEC LES MICRO-AVENTURES

Nul besoin de partir à l'autre bout de la France pour vivre des **expériences dépaysantes et vivifiantes** : le **Val-de-Marne** a ce qu'il vous faut ! Faites votre programme : découverte de sports nautiques à quelques minutes du centre de Paris en RER, balades au cœur de la nature, activités insolites pour toute la famille et bien d'autres découvertes vous attendent au cœur du Grand Paris.



1,2,3 nous Irons au Bois ©CRT Paris Ile-de-France_Amelle-Laurin

Retrouvez une sélection d'articles inspirants pour préparer votre prochaine **micro-aventure en Val-de-Marne** :

- [Un week-end sur les bords de Marne à Nogent-sur-Marne](#)
- [Visite d'un élevage d'ânesses laitières](#)
- [Balade nature de Vincennes aux bords de Marne](#)
- [Spots de glisse en Val-de-Marne](#)
- [Les activités nautiques pour glisser sur l'eau](#)

L'équipe de Val-de-Marne Tourisme teste aussi régulièrement des **activités originales** que vous pouvez vous aussi découvrir :

- [L'équipe de Val-de-Marne Tourisme a testé pour vous le stand-up paddle sur la Marne](#)
- [L'équipe de Val-de-Marne Tourisme a testé pour vous le kayak sur la Marne](#)
- [L'équipe de Val-de-Marne Tourisme a testé pour vous le gyropode sur les bords de Marne](#)

❖ [OTI de Rennes Métropole \(www.tourisme-rennes.com/decouvrir/insolite/micro-aventures\)](http://www.tourisme-rennes.com/decouvrir/insolite/micro-aventures)

Toujours dans un registre urbain, la Métropole de Rennes s'est emparée du concept de manière plus appropriée et plus dans l'esprit initiale de la microaventure, cherchant à mettre en avant des expériences décalées et des interstices naturels de son tissu urbain. On retrouve les ingrédients du concept notamment dans la conception développée par le Guide Chilowé - Paris (voir l'extrait du site internet ci-dessous).

Dans ce cas, les habitants de la métropole semblent tout aussi visés que les visiteurs extérieurs. C'est une caractéristique notable et qui est à mettre en regard d'un positionnement et d'un champ de mission plus large des offices de tourisme des grandes agglomérations, intégrant aussi des objectifs d'attractivité économique et résidentielle (et donc de valorisation de la qualité de vie quotidienne).

FOCUS - EXPÉRIENCES EN PLEIN AIR, INSOLITE

5 MICRO-AVENTURES À VIVRE AU DÉPART DE RENNES

Pas besoin d'aller bien loin pour se dépayser...

A Rennes comme partout, l'aventure est en bas de chez nous. Pour se dépayser à peu de frais et sans prendre l'avion, direction des lieux méconnus et parfois secrets. A moins de 100 kilomètres à la ronde vous trouverez un grand (petit) Canyon, une forêt presque québécoise, un jardin avec des airs de Toscane, un quartier californien et même une calanque. Qui dit mieux ?

1. Road-trip (à pied) dans la Petite Californie



La Californie, c'est un peu le rêve de tout voyageur... Saviez-vous qu'à Rennes, un micro quartier se nomme « La Petite Californie », une petite île à l'Est du centre-ville. Son nom fait référence à une petite histoire insolite. Avant l'arrivée du chemin de fer à Rennes au XIXème siècle, plusieurs sites étaient prévus pour accueillir la gare et ses passagers. Ce quartier de Rennes en faisait partie. Certains spéculateurs ont cru bon d'y acheter des terrains espérant s'y créer un nouvel eldorado. A l'image de celui de pas mal de chercheurs d'or leur espoir a été déçu : le train passera finalement bien plus au sud et le jackpot immobilier n'aura jamais lieu. Le nom est resté et ce petit quartier, entouré de Vilaine a gardé un caractère singulier, insulaire : à la fois bohème, un peu coquin aussi, mais terriblement calme.

Rien de tel qu'un petit road trip pédestre pour l'explorer. Comme toute micro-aventure, il faut plusieurs ingrédients pour que le cocktail soit réussi : dans la petite Californie, les ingrédients ne manquent pas de piquant : une bonne dose de street-art, une pincée de mosaïques Odorico, quelques pépites architecturales, le tout arrosé de l'eau du fleuve.

Un parcours jalonné de street-art, de mosaïques Odorico et de verdure

4. Rando à vélo et bivouac au Petit Québec



Après le petit canyon, cap sur le Petit Québec. Une zone naturelle située après Cicé et son bois. Avec le temps, les anciennes gravières sont devenues des étangs qui abritent une biodiversité variée. Les bords de Vilaine en sont remplis de ces étangs. Bordés de forêts de résineux, ils donnent l'impression d'être en Amérique du Nord.

Pour s'y rendre, rien de mieux que le vélo. Certains voyageurs utilisent ce moyen de transport pour faire le tour du monde, en mode bikepacking. Cette mini-excursion vous donnera un avant-goût d'aventure à vélo. Dans un format court. Depuis Rennes une dizaine de kilomètres vous séparent du Petit-Québec en suivant le chemin de halage. Une fois sur place vous pourrez vous poser pour pique-niquer et faire un « bivouac froid ». Pour rester dans l'ambiance québécoise, vous pouvez prendre un plat typique de [chez Poutine Bros](#), les spécialistes de la Poutine. Dans le [guide détouristique de la Vallée de la Vilaine](#) (en vente à la boutique de l'office de tourisme), vous trouverez des cartes et des informations pratiques sur cette zone.

En pratique

- **Durée** : à la journée ou 1 jour et demi avec un bivouac
- **Matériel nécessaire** : un vélo équipé de sacoches pour la rando ou un VTC et un petit sac à dos pour emporter de quoi pique-niquer et ramener ensuite ses déchets. De quoi s'hydrater, de l'anti-moustique. Prendre aussi un peu d'accent québécois.
- **Niveau de difficulté** : moyen
- **Pour qui ?** pour celles et ceux qui aiment l'aventure à vélo, les forêts et l'imprévu

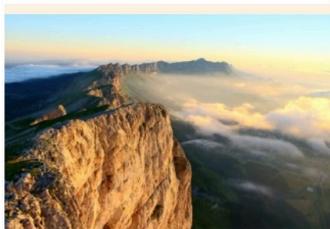
❖ OTI du Trièves (www.trieves-vercors.fr/micro-aventures-en-trieves)

Pour terminer ce tour d'horizon, l'exemple de l'OTI du Trièves est intéressant dans la mesure où son appropriation du concept s'inscrit dans une stratégie déjà très présente sur ce territoire d'un développement touristique très axé sur l'écotourisme et la valorisation du terroir et de la vie locale. Partant de l'existant, la destination a ainsi re-travaillé, décliné et labellisé un panel d'offres de court-séjour (et non pas d'activité) proposant d'arpenter, de s'immerger et de découvrir autant la nature que la vie locale du territoire. Principalement axées sur la randonnée en termes de pratique sportive de nature, les microaventures proposent des itinéraires reliant des accueils paysans, des producteurs de fromages ou des vigneron, des stages de technique de survie douce autant que de bivouaquer au pied du Grand Veymont (sommets culminant du Vercors) pour profiter du lever du soleil à son sommet.



MICRO-AVENTURE : 2 JOURS SPORTIFS ENTRE AMIS À GRESSE-EN-VERCORS

38650 GRESSE-EN-VERCORS



MICRO-AVENTURE : OFFREZ-VOUS LE LEVER DU SOLEIL DEPUIS LE GRAND VEYMONT

38650 GRESSE-EN-VERCORS



MICRO-AVENTURE : VOYAGEZ PRÈS DE CHEZ VOUS

38930 CHICHILIANNE



MICRO-AVENTURE : 1 APRÈS-MIDI DE DÉCOUVERTE À GRESSE-EN-VERCORS

38650 GRESSE-EN-VERCORS



SÉJOUR SANS VOITURE "PREMIÈRE EXPÉRIENCE EN REFUGE DE MONTAGNE"

Col de l'Arzelier 38650 CHÂTEAU-BERNARD



SÉJOUR SANS VOITURE : "WEEK-END PRÉHISTOIRE ET NATURE EN FAMILLE"

Avers 38930 LALLEY



MICRO-AVENTURE : 3 JOURS ENTRE AMIS À LA DÉCOUVERTE DES PRODUCTEURS VITICOLES TRIÉVOIS

38710 MENS



MICRO-AVENTURE : 3 JOURS ITINÉRANTS ENTRE AMIS SUR LES SENTIERS DES RANDOS PAYSANNES

38710 MENS

On retrouve bien dans ces offres de nombreux éléments caractéristiques de la microaventure, bien que la dimension « aventureuse » des expériences proposées, notamment sur le plan de l'engagement physique et sportif, ne soit pas particulièrement marquée. La pratique du bivouac n'est jamais proposée explicitement mais parfois suggérée. Il faut aussi préciser qu'une grande partie de ces propositions se rapprochent plus du parcours touristique que de l'itinérance s'appuyant sur une mobilité sportive. Et la grande majorité des séjours de microaventure proposés sont construits et articulés autour du recours à un prestataire et/ou à des hébergements payants, proposant peu d'option de séjour en liberté et en autonomie.

Toutefois, cet exemple me paraît intéressant dans la mesure où il illustre bien que la manière de s'approprier le concept de microaventure dépend en grande partie du contexte local, des caractéristiques, de l'histoire, de la culture, des logiques et des enjeux touristiques du territoire. Avec une identité et des activités déjà bien développées en matière d'écotourisme, de découverte de la vie locale et de la ruralité, de reconnexion avec la nature et d'espace hors des sentiers battus, le territoire du Trièves possédait déjà tous les ingrédients pour re-travailler, ré-agencer et labelliser des séjours et des parcours déjà existants. Il est d'ailleurs intéressant de constater que l'on retrouve dans la rubrique « microaventure » des séjours initialement conçus (et appelés « séjours sans voiture ») dans le cadre de l'offre d'écotourisme préexistante¹⁰⁷.

Quelques éléments de synthèse concernant l'appropriation du concept par les OGD

A partir de ce rapide aperçu, il ressort quelques éléments récurrents et significatifs sur lesquels nous reviendrons dans l'analyse des entretiens :

- Une très grande hétérogénéité des activités et des pratiques touristiques regroupées sous cette bannière.
- Une interprétation et une utilisation régulièrement déployée dans une forme d'équivalence sémantique avec les termes « d'expérience » et/ou « d'outdoor » et/ou « d'insolite ».
- Une démarche que je qualifierais de ré-étiquetage dans la mesure on observe peu (voire pas) de création de nouvelles offres spécifiquement autour du concept.
- Une manière de mettre en avant et/ou de témoigner d'un « engagement » en faveur d'une forme de tourisme responsable et durable, en association avec diverses notions comme l'écotourisme, la reconnexion à la nature, le slow-tourisme, le tourisme de proximité, etc.
- Un ciblage des habitants qui apparaît quasi-inexistant.
- Une appropriation marquée par les contextes locaux, les caractéristiques, les histoires, les cultures et les enjeux touristiques propres à chaque territoire.

Malgré certains aspects et thèmes récurrents comme l'outdoor, cette hétérogénéité dans les manières de s'approprier et de décliner la microaventure en termes d'offres d'activités et de pratiques touristiques génère une impression de flous, d'évanescence des contours de la microaventure qui serait en train de devenir un « mot valise » s'accordant selon les interprétations, les situations et les objectifs particuliers des acteurs qui l'utilisent. Aussi, est-ce le concept qui est à la base imprécis et nébuleux ? Ou délibérément ouvert à l'interprétation et à une diversité de déclinaisons car plutôt centré sur un état d'esprit, des valeurs et des intentions d'ordre éthique ? Ou est-ce le propre des acteurs et de l'industrie du tourisme d'intégrer et de récupérer les concepts émergents dans le cadre de leurs propres logiques d'action et modèles d'activités ?

¹⁰⁷ Cf. <https://www.trieves-vercors.fr/sejours-decarbones.html>

2.2.3. Les pratiquants

Après avoir tenté de donner un aperçu des acteurs privés et publics, des activités et des offres qu'ils promeuvent sous le terme de « microaventure », attardons-nous sur les pratiquants et les clients. Qui sont-ils ? Peut-on les caractériser et/ou les quantifier ? Que cherchent-ils au travers de la microaventure ?

Pour le moment, il apparaît très difficile d'apporter des éléments de réponse à ces questions. En effet, je n'ai pas trouvé d'étude, de chiffres et d'analyse des pratiquants / des clients de la microaventure, considérée comme un type de pratiques récréatives et/ou d'offres touristiques. Il ne semble pas y avoir eu d'études quantitatives et qualitatives réalisées spécifiquement sur le sujet, que ce soit dans le domaine scientifique ou dans le domaine professionnel (étude marketing ou analyse de marché) de la part des institutions publiques en charge du tourisme (Atout France, les CRT, etc.) ou de structure privée de veille, de statistique et d'analyse (bureau d'étude et autres structures d'enquête). La seule production scientifique identifiée à ce jour est une série d'article publié dans *The Conversation* et plus particulièrement de l'article publié dans la revue *Management & Avenir* par trois chercheuses dans le domaine de la gestion, du marketing et du management¹⁰⁸. Nous reviendrons sur cet article plus particulièrement dans la partie 2.3.3 car son approche ethnographique et exploratoire visait à observer et à analyser les manières d'investir et les motivations d'un petit groupe de pratiquants in-situ. Il n'apporte pas d'éléments et de données sur une vision d'ensemble et quantitative des pratiquants et de leurs caractéristiques.

Du côté des acteurs publics territoriaux et notamment des destinations, je n'ai pas trouvé de données et de retours d'expérience sur la mise en place d'une offre de microaventure (bilan de fréquentation ou analyse marketing).

Aussi, les seules informations existantes sont les données concernant les « communautés » des acteurs privés que j'ai qualifié de pionniers ou d'initiateurs / développeurs. S'étant majoritairement construit et développé sous la forme de média et/ou de plateforme en ligne, mobilisant largement les réseaux sociaux, il est possible de connaître le nombre de « membres / abonnés » à leurs communautés. Par ailleurs, ils produisent eux-mêmes un discours et une analyse des caractéristiques des membres de leurs communautés. Ces informations sont à considérer avec circonspection et en conscience de leurs limites. Du point de vue quantitatif par exemple, le total résultant de l'addition des membres de chaque communauté ne peut pas être considéré comme une donnée fiable dans la mesure où un même individu peut être abonné à plusieurs (voire même à toutes) les communautés (ce qui est très probable). Du point de vue qualitatif, les informations transmises par ces acteurs sur les caractéristiques socio-culturelles et géographiques de leurs abonnés/membres/clients sont à prendre avec précaution, sachant que je ne suis pas en mesure de préciser la méthodologie sur laquelle ils s'appuient pour fonder leurs observations / analyses. En outre, toutes ces structures ne sont pas uniquement centrées sur le champ de la microaventure, ce qui relativise aussi l'agrégation de leurs données et des membres de leurs communautés respectives dans un même ensemble que l'on pourrait considérer comme cohérent.

Néanmoins, tout en considérant ces données dans leurs limites et leurs imprécisions, ce sont les seules informations disponibles pour le moment.

¹⁰⁸ « *Microaventure : Vers une autoproduction sauvage de l'expérience touristique* », Michel H., Salvador M. Et Kreziak D. (2021).

Quelques éléments quantitatifs sur les « communautés » des acteurs pionniers

J'ai compilé dans le tableau suivant les nombres d'abonnés/membres/clients des acteurs pionniers de la microaventure en France, déclarés par les protagonistes et/ou relevés sur les réseaux sociaux et/ou d'autres sources d'information sur internet au mois de juin 2021 :

Structure	Facebook	Instagram	Newsletter	YouTube	Clients / Participants
Chilowé	25 000	41 000	50 000	NR	200 000 membres revendiqués dans leur communauté
2 Jours Pour Vivre	3 700	3 500	?	NR	NR
MadJacques	27 400	9 700	?	NR	15 000 participants aux courses avant la saison 2021
Helloways	21 300	7 800	?	NR	120 000 abonnés payants
Les Others	149 000	175 000	60 000	NR	?
Explora Project	57 000	41 600	?	NR	?
The Other Life	9 200	8 000	NR	64 000	NR

À l'échelle des chiffres du tourisme national, il apparaît que les communautés de pratiquants de la microaventure affiliées à ses acteurs principaux représentent de petits nombres et peuvent être considérées comme des niches.

Toutefois, le concept s'apparente en grande partie à une forme de « staycation » et de pratique de proximité pouvant s'organiser en toute autonomie, sans recours à toutes formes de prestation ou de service touristique, se déployant ainsi en dehors de tout cadre observable par les statistiques officielles du tourisme. Il est aussi envisageable qu'un nombre plus important de personnes « pratique » (et depuis longtemps) la microaventure sans être affilié à l'une de ces structures, ni d'ailleurs s'en réclamer, ni même la connaître.

Le rapprochement avec les pratiquants d'activités de plein air ou d'outdoor est aussi souvent avancé par certains acteurs de la microaventure pour parler du « vivier » potentiel de pratiquants¹⁰⁹. Cet argument ne me paraît pas pertinent dans la mesure où cela recouvre une trop grande hétérogénéité de pratiques qui ne correspondent pas pour la plupart au concept de microaventure. Même si l'on voulait restreindre cet ensemble en ciblant plus particulièrement les pratiques plus sportives, itinérantes et engagées d'outdoor, il est aussi très difficile d'en évaluer le nombre du fait qu'elles se développent régulièrement en autonomie et en auto-organisation. Et ce rapprochement serait-il pertinent si ses pratiquants ne s'identifient pas et ne revendiquent pas le fait de faire de la microaventure ? Aussi, il est difficile d'extrapoler ou d'opérer des parallèles et des rapprochements avec d'autres ensembles de pratiques pouvant être considérés comme connexes ou apparentés.

Les éléments récurrents de caractérisation des pratiquants avancés par ces acteurs

Les principaux éléments régulièrement mis en avant par les acteurs pionniers de la microaventure pour caractériser leur « public » (et qui sont relayés par les médias) sont les suivants :

¹⁰⁹ Cf. Dossier de presse de Chilowé invoquant « l'engouement pour le plein-air » et ses « 28,8 millions de pratiquants de sports outdoor en France » (selon une étude OMT – Harris Interactive) pour signifier le potentiel de développement de la structure. Téléchargeable ici : <https://www.chilowe.com/presse/>

- Un public principalement urbain et plus spécifiquement des grandes métropoles, au premier rang desquelles Paris et la région parisienne (60% de franciliens pour Chilowé par exemple).
- De jeunes actifs qui se situeraient dans une tranche entre 25 et 45 ans (approximativement), avec selon les communautés une majorité de moins de 35 ans (notamment Helloways).
- Des indications vagues et disparates mais allant dans le sens d'un public qui relèverait plutôt de PCS intermédiaires à élevées.
- Dans un registre plus « culturel », une population ancrée dans une culture urbaine, connectée et créative, sensible à l'écologie.
- Des individus intéressés par les activités « outdoor » mais plutôt dans un spectre allant du débutant qui veut se lancer au pratiquant de niveau intermédiaire (l'engagement et le niveau de sportivité très avancé n'apparaissant pas très présent, l'objectif étant de rendre l'aventure accessible au plus grand nombre et à fortiori à ceux qui ne la pratiquent pas déjà).

Par ailleurs, les différents éléments de discours de ces acteurs transmettent des informations sur les principaux facteurs motivationnels identifiés ou du moins projetés sur leur public :

- Un besoin de reconnexion avec la nature de la part de citadins qui en sont éloignés.
- Un besoin de déconnexion, de rupture et de ralentissement avec une vie quotidienne surchargée, frénétique et hyperconnectée.
- Une préoccupation pour les enjeux environnementaux et la recherche de pratiques récréatives éco-responsables.
- Une quête de sens et d'authenticité qui serait recherchée dans l'expérience de l'aventure hors des sentiers battus et dans une immersion/confrontation avec la nature (« sortir de sa zone de confort »).

En tirant le trait à la limite de la caricature, on pourrait dire qu'il s'agit du portrait-robot du « jeune actif urbain avec des moyens économiques mais peu de temps, branché et écolo, créatif culturel et aspirant à un autre modèle de tourisme plus durable » (une cible que l'on pourrait qualifier d'alléchante pour les destinations touristiques). Toutefois, il faut prendre ces éléments de caractérisation avec précaution, considérant que leurs sources n'est pas neutre et qu'ils reposent pour beaucoup sur du déclaratif. En outre, malgré l'impression que cela dresse un « profil » du microaventurier, celui-ci reste relativement imprécis et recouvre des réalités socio-culturelles et économiques très diversifiées, et certainement des manières d'investir, de donner du sens et de pratiquer toutes aussi différentes.

2.3. Analyse des entretiens

En complément de ce tour d'horizon des acteurs et des déclinaisons de la microaventure basé une analyse documentaire, nous allons maintenant recouper ce premier niveau d'observation avec la matière recueillie lors des entretiens. L'objectif de ces derniers était de récolter le point de vue subjectif et situé d'un panel d'acteurs du tourisme sur la microaventure, leur manière de la percevoir et de se l'approprier (ou non), dans quelles perspectives et avec quels objectifs. Je me suis particulièrement attaché à questionner la perceptive territoriale de l'application et de la déclinaison du concept.

Mon intention initiale était d'obtenir un nombre équivalent d'entretiens avec des acteurs privés et des acteurs institutionnels territoriaux. Pour diverses raisons notamment liées au contexte de crise sanitaire, j'ai obtenu plus de retours positifs à mes sollicitations de la part des offices de tourisme qui sont donc surreprésentés dans mon panel. La majorité de mes demandes d'entretien auprès des acteurs privés, notamment des acteurs pionniers de la microaventure, n'ont quant à elles pas abouti. En outre, certains entretiens avec des acteurs privés se sont avérés incomplets et plus difficilement exploitables car réalisés en peu de temps et/ou par téléphone (sans possibilité d'enregistrement de nos échanges).

Dans l'ensemble, mes grilles d'entretiens se sont avérées trop longues et je me suis régulièrement retrouvé à devoir passer rapidement et/ou à éluder des questions, voire des sections entières. La première partie sur la perception et la définition du concept de microaventure s'est souvent révélée plus longue que prévue, empiétant d'autant sur le reste d'une grille déjà trop fournie. Cette erreur est notable et se ressent dans la qualité et la quantité de matière recueillie selon les entretiens et les parties de la grille.

2.3.1. Les acteurs privés

Mon objectif était de questionner en priorité les acteurs pionniers et développant tout ou partie de leurs activités autour du concept de microaventure ; et en complément, d'interroger des acteurs conventionnels, notamment ceux apparaissant comme potentiellement « concernés » par le concept comme les agences de voyage d'aventure et les prestataires d'activités de plein air opérant à des échelle plus locales / régionales. Sans que ce soit initialement prévu et par opportunité (notamment en lien avec le stage que je réalisais en parallèle de ce travail), j'ai aussi réalisé trois entretiens avec des accompagnateurs en montagne, m'obligeant à adapter ma grille d'entretien. Aussi, le panel final et la matière recueillie se sont avérés relativement hétéroclite, rendant certains points difficiles à traiter, à comparer et recouper en suivant les thématiques de la grille d'entretien. Malgré ces biais et limites notables, je me suis efforcé de n'en retranscrire que les éléments pertinents au regard des thématiques de la grille d'entretien initiale et de la problématique de ce travail.

La retranscription et l'analyse des entretiens reprends la structure de la grille d'entretien spécifique aux acteurs privés (qui est jointe en annexe).

2.3.1.1. La définition et la perception de l'évolution de la tendance

Dans un premier temps, l'objectif était d'interroger la représentation que ces acteurs se font de la microaventure, la manière dont ils la définissent et dont ils perçoivent son évolution et sa diffusion plus large dans le secteur du tourisme. En interrogeant des acteurs pionniers et des acteurs conventionnels, mon intention était de pouvoir comparer et confronter les approches exprimées. Ces deux typologies d'acteurs sont à lire à deux niveaux, en rapport à l'implantation et au développement du concept de microaventure en France et dans une perspective temporelle. En effet, il faut noter que les acteurs que j'ai qualifié de « pionniers » sont à la fois les premiers à s'être emparés du concept mais aussi des structures créées récemment (2017/2018 pour la majorité) et par des personnes n'étant pas issues du secteur du tourisme. En regard et par commodité, je qualifie d'acteurs conventionnels les structures qui ont à la fois une antériorité historique et un modèle d'activité qui n'intégrait pas, du moins jusqu'à la crise sanitaire, la microaventure. Cette antériorité historique constitue un élément significatif dans les représentations et le rapport à l'émergence de ce « nouveau concept » chez les acteurs interviewés.

2.3.1.1.1. La définition et la perception du concept

Dans l'ensemble, les acteurs privés rencontrés avaient tous à minima « entendu parler » de la microaventure et lorsqu'on leur demandait de la définir, en termes de pratique, des éléments récurrents ressortaient :

- Le format court mais avec une interprétation pouvant aller de la demi-journée à 3 ou 4 jours.
- L'idée de proximité, d'une expérience à vivre proche de chez soi ou du moins en opposition avec l'idée d'aller à l'étranger.
- Le fait de rompre / se décaler avec son quotidien et sa « zone de confort », notamment en lien avec l'immersion dans la nature.
- Une forme d'accessibilité et de simplicité autant dans l'organisation et la logistique mobilisées, que dans le niveau d'engagement et de technicité dans les pratiques physiques de nature.

Les éléments de langage renvoient globalement à la définition initialement proposée par Alastair Humphreys et véhiculée ensuite par les médias et les acteurs pionniers.

L'exemple type de la microaventure qui ressort des discussions est « une courte randonnée avec un bivouac ». L'articulation avec une thématisation et une mise en récit est aussi récurrente mais s'exprime différemment selon les interlocuteurs, leurs contextes géographiques et leurs activités (« la recherche d'un côté wild », « la nuit dans une cabane avec une fondue le soir et un levé du soleil à un col », « apprendre des techniques de survie dans la nature », etc.).

La microaventure est aussi globalement perçue comme un concept qui parle et s'adresse principalement aux « urbains » qui viendraient chercher un décalage avec leur habitude et leur quotidien au travers d'une « aventure » et d'activité « outdoor » en « nature », dans le « wild ». La relativité de ces notions d'aventure et de nature sauvage est soulignée par la plupart des interlocuteurs (« Pour un parisien, une simple rando avec nuit dans un refuge avec 60 personnes ou sa première via-ferrata, c'est déjà une aventure » - Un accompagnateur).

Par contre, on observe une différence marquée sur l'appréciation du concept entre les acteurs pionniers et conventionnels. Ces derniers ont une perception plus critique et/ou plus pragmatique de l'émergence du concept. La microaventure est ainsi décrite comme une « nouvelle appellation pour des choses que l'on fait déjà », « un concept marketing pour parler aux urbains », voire comme « la tarte à la crème du moment » s'inscrivant dans la mécanique bien huilée d'un secteur

du tourisme qui ferait apparaître cycliquement des nouveaux « concepts tendances ». Le qualificatif de « greenwashing » a aussi été avancé.

Au-delà des appréciations de l'ordre du jugement de valeur, les agences de voyage d'aventure et les prestataires locaux interviewés témoignent d'une approche plus distanciée et pragmatique de la microaventure, la considérant au prisme de leurs activités et de leurs modèles économiques respectifs. Leurs analyses s'orientent sur la possibilité ou non de s'en emparer et de la commercialiser, sur sa viabilité économique et sa compatibilité avec leurs modèles de fonctionnement. Nous y reviendrons plus tard dans la partie sur la question du modèle économique.

Du côté des acteurs pionniers, il est intéressant de noter que la microaventure est spontanément et fortement définie en regard du contexte et de ses intentions, autant voire plus qu'en regard de ses caractéristiques en termes de formes et de types de pratiques et d'activités. Le concept serait avant tout une réponse à des enjeux sociétaux et à des attentes croissantes dans la population, notamment autour des problématiques environnementales et des impacts du « tourisme de masse » et du « sur-tourisme ». La microaventure est ainsi définie en premier lieu par ces acteurs comme une « alternative » à des formes de tourisme présentées comme non « durable », à l'exemple de « prendre l'avion pour aller faire un WE à Barcelone, à Edimbourg ou je ne sais où, ... ». Deux idées clés sont ainsi avancées pour définir le concept : « pas besoin de partir loin pour l'aventure » et « faire moins mais mieux ». Les termes de « sobriété » et de « simplicité » ressortent aussi régulièrement, ainsi que les thématiques du besoin de « ralentir » et « passer plus de temps dans la nature ». Mais nous y reviendrons plus loin.

La microaventure est ainsi plus volontiers définie par ses intentions que par ses caractéristiques formelles dans le discours des acteurs pionniers. Ces derniers sont d'ailleurs les premiers à reconnaître qu'il s'agit avant tout « d'un concept » pour parler de « réalités qui existaient déjà », d'une forme « d'étiquetage sur des pratiques qui sont là depuis bien longtemps », « un moyen de faire ressortir ces pratiques alternatives et certainement plus durables, au prisme justement de toutes les problématiques sociétales et environnementales que l'on peut avoir aujourd'hui ».

Néanmoins, la dimension des objectifs et des valeurs écologiques, de l'inscription dans une démarche de transition et de construction d'une alternative au tourisme de masse et vers des activités touristiques plus durable du concept, est présente dans les discours de l'ensemble des acteurs privés interviewés.

Il est notable que les acteurs conventionnels perçoivent et identifient bien ces éléments de positionnement et ces intentions déclarées dans le concept de microaventure. Ils en ont une appréciation variable selon les cas, allant d'une position très critique (« greenwashing ») à une position relativisant la capacité réelle du concept à amener des changements. La question de l'antériorité semble éclairante, pouvant expliquer les points de vue critiques et sceptiques sur l'émergence d'un nouveau « concept marketing » qu'ils perçoivent comme renvoyant à des intentions, des pratiques et des activités qu'ils développaient déjà.

2.3.1.1.2. La perception de l'évolution et de la « popularisation » du concept

Il était ensuite intéressant de questionner les acteurs sur leur vision de l'évolution et de la diffusion du concept de microaventure au-delà des cercles d'initiés de ses débuts, notamment pour approfondir leur perception du concept et de son avenir.

Du côté des acteurs conventionnels, les avis exprimés oscillent entre une position « attentiste », notamment de la part des agences de voyages d'aventure (« attendre de voir si ça se développe vraiment avant d'investir dans le développement de nouveaux produits »), et le fait de s'en désintéresser pour le moment, notamment de la part d'opérateurs plus locaux qui considèrent qu'une partie de leurs offres correspondent déjà à de la microaventure. Les interprétations de l'émergence de ce concept comme une « tendance marketing » renvoient aussi à l'idée d'un phénomène perçu comme éphémère (« la tarte à la crème du moment », « cycliquement, il y a des mots et des concepts qui sortent... »). Toutefois, comme nous l'avons vu dans la partie précédente, un nombre grandissant d'agences de voyage comme Terres d'Aventure et l'UCPA ont décidé de s'emparer du concept pour étiqueter des offres de courts-séjours (qui étaient certes probablement déjà existantes dans leur catalogue), ce qui tendraient néanmoins à démontrer un début d'enracinement du concept dans le paysage touristique.

Un autre type de point de vue exprimé par des acteurs plutôt critiques d'un concept qu'ils considèrent avant tout comme du « marketing », est de dire que sa popularisation dans le secteur participerait à « galvauder des pratiques sincères (à propos des valeurs affichées par la microaventure) qui existaient déjà et qui concernaient une niche ».

Mais c'est du côté des acteurs pionniers qui se sont créés dans cette « mouvance » que les réponses sont les plus éclairantes. En effet, ces acteurs identifient et expriment le risque de « galvauder le terme pour qu'il devienne tout et n'importe quoi » à mesure que de plus en plus d'acteurs et de segments du secteur du tourisme s'en emparent. Le concept serait ainsi en train d'être « vulgarisé », de « devenir une tendance marketing », un « mot-valise ». Mais dans le même temps, ils se disent conscients que cette dimension « marketing » était en quelque sorte présente dès le début, « dans l'ADN » du concept car celui-ci tirait son sens de tendances de fond qui dépassent les pratiques initialement identifiées comme relevant de la microaventure (« Ça recoupe une réalité qui est plus large que le terme microaventure, qui est de faire des séjours outdoor en France en gros. »).

Il est intéressant de constater que les acteurs pionniers sont ainsi conscient de la difficulté à définir le concept en termes de pratiques ; qu'il recouvre des types et des modalités de pratiques très variées ; et qu'il s'appuie sur des notions éminemment relative comme « l'aventure » et le fait de « sortir de sa zone de confort ». Ce qui permet de mieux comprendre pourquoi ils ont tendances à définir leur projet et leurs activités plutôt en regard de grands principes et des intentions d'ordre éthique qu'ils défendent (« la durabilité », « prendre en compte nos impacts environnementaux », « une alternative au tourisme de masse », « créer des aventures de proximité », ...). Savoir si le terme de microaventure va perdurer ou disparaître en se diluant suite à une utilisation excessive et « dévoyée » ne serait pas si important, tant que les principes défendus au travers de leurs projets se développent (« ..., ce qui compte, c'est ce que l'on fait ») ; et notamment de participer à « créer un nouvel imaginaire et une nouvelle destination vers des zones qui n'en ont pas l'habitude » (sous-entendu qui ne sont pas traditionnellement associée à l'aventure ni au tourisme).

2.3.1.1.3. Les publics et les attentes perçues

Concernant les publics cibles de la microaventure en tant qu'offres développées par des opérateurs du secteur du tourisme, l'ensemble des acteurs interviewés partagent la même perception : le concept s'adresse aux « urbains » et principalement aux habitants des grandes métropoles.

Ensuite, la lecture des attentes de ce public est différente selon les acteurs interviewés et selon les caractéristiques et les attentes de leurs propres publics dans le cadre de leurs activités respectives. Une agence de voyage dont la clientèle cherche justement des services, un certain niveau de confort dans son expérience de voyage en nature, à être sécurisée et surtout pas de l'incertitude et de l'imprévu, qui est plutôt âgée et économiquement bien installée, aura tendance à percevoir le public de la microaventure à l'opposé du sien, un public plus jeune, moins argenté, plus autonome dans ses pratiques outdoor et n'ayant donc pas besoin de ses services. Ce qui ne correspond pas tout à fait, notamment concernant le niveau d'autonomie dans les pratiques outdoor et les caractéristiques socio-économiques, à la description qu'en font les acteurs pionniers de la microaventure.

Toutefois, l'ensemble des acteurs interviewés semblent partager l'idée que la microaventure s'inscrit plus largement dans des tendances de fond, dans un contexte sociétal marqué par des évolutions dans les attentes et les préoccupations des clients / pratiquants (et qui ont été amplifiées par la crise sanitaire) vers :

- La réduction des impacts environnementaux de leurs pratiques touristiques.
- La revalorisation de la « proximité », du local / régional et plus généralement des destinations infra-nationales, renvoyant notamment à une remise en question du recours excessif à l'avion.
- Le besoin / désir de se « reconnecter à la nature » pour se « déconnecter avec leur quotidien urbain ».
- Le besoin de ralentir, de simplicité et de lenteur, toujours en référence et en opposition avec la vie urbaine.
- La recherche de dépaysement et de décalage au travers de l'expérience d'une « aventure » qui ferait « sortir de sa zone de confort ».

Ces éléments constituent un faisceau d'indicateurs partagés, une toile de fond des attentes associées à la microaventure et plus largement aux pratiques touristiques des urbains se projetant vers des milieux naturels pour des activités « outdoor ».

Un acteur a aussi pointé la « tendance de l'outdoor » chez les jeunes actifs urbains, « l'envie d'en être », par un effet de mimétisme, de « cette mode instagrammable », de faire et de vivre des expériences similaires aux « super vidéos qui tournent sur les réseaux ».

Il faut noter toutefois que certains acteurs conventionnels expriment une vision critique à l'encontre de cette « tendance » de la microaventure pour répondre à ces attentes de fond et aux enjeux sociétaux qui y sont liés. Ils perçoivent un décalage entre le discours et la réalité des pratiques qu'ils disent constater sur le terrain. Le concept participerait plutôt à accroître le flux d'urbains n'ayant pas les codes des pratiques outdoor (« ...qui n'ont pas les codes de la montagne. ») vers les espaces naturels dans une optique de « consommation d'activité d'aventure » (notamment des activités « classiques » à la demi-journée ou à la journée) ; et contribueraient ainsi à accroître les problématiques de sur-fréquentation et de dégradation des espaces fréquentés (« On a vu débarquer une nouvelle clientèle avec des demandes d'outdoor et d'aventure, notamment une grosse demande de stage de survie. »). Le format « court » et « sans encadrement » est aussi remis en question dans la mesure où il ne permettrait pas de créer les conditions nécessaires pour réellement sensibiliser, transmettre des connaissances et modifier les comportements. On peut lire en creux la défense de leurs propres modèles d'activités, basés sur des séjours plus longs et de l'encadrement professionnel. Néanmoins, ces critiques et ces questionnements renvoient à des problématiques bien réelles constatées sur de nombreux territoires et espaces naturels comme le Vercors ou la Chartreuse ; et à une forme d'ambivalence résidant dans l'appel à développer les pratiques outdoor des urbains et en même temps à mieux préserver les espaces naturels ainsi mis sous les feux de la rampe.

2.3.1.2. Les objectifs et les aspects territoriaux associés à la microaventure

Je me suis ensuite attaché à questionner les acteurs interviewés sur la dimension territoriale du concept de microaventure et de sa déclinaison en termes de pratiques « organisées ». Sur leur rapport aux territoires sur lesquels ils conçoivent et organisent des microaventures, notamment dans l'optique d'en savoir plus sur la manière dont ils investissent et traduisent dans leurs activités la notion de proximité.

Dans l'ensemble, cette section de ma grille d'entretien s'est avérée mal calibrée au regard du panel final des acteurs qui ont répondu à mes sollicitations ; et en partie non fructueuse concernant les réponses obtenues. Initialement pensée pour des acteurs dont l'activité s'inscrit à une échelle nationale (comme les acteurs pionniers ou les agences de voyage d'aventure), les questions n'étaient plus pertinentes pour des opérateurs s'inscrivant à une échelle locale ou régionale. Pour ces derniers, j'ai réorienté mes questions sur les intérêts que pourraient présenter le développement d'une offre de microaventure sur leur territoire d'implantation. En outre, dans une partie des cas, les répondants ont éludé les questions ou répondu de manière très évasive. Il m'est difficile d'interpréter ces cas de figures, relevant parfois d'un manque de temps, d'une forme de décrochage dans nos échanges lorsque la personne avait déjà exprimé son point de vue critique sur le fond du concept, mais aussi peut être de problèmes de formulation ou de pertinence de mes questions. Aussi, la matière recueillie sur cette partie est relativement inégale et disparate selon les entretiens, présentant ainsi des biais et des limites dans leur analyse.

2.3.1.2.1. Le rapport au territoire dans la conception et la réalisation des microaventures

Concernant les acteurs dit pionniers et plus ou moins spécialisés sur la microaventure, il s'est avéré que leur rapport au territoire pouvait s'exprimer et se traduire de manière relativement différente selon leurs modèles d'activités. En effet, entre Helloways qui proposent une plateforme d'itinéraires de randonnée autour des grands bassins urbains, la MadJacques qui propose des courses d'aventure et BlackSheep Adventure dont l'activité principale est de louer des vans aménagés en proposant des inspirations de microaventure (des parcours à réaliser), les rapports aux territoires et à la notion de proximité s'appuient sur des réalités d'activités assez différentes.

Toutefois, un élément récurrent et partagé semblent ressortir au travers de l'idée que la microaventure peut se vivre partout, « tous les territoires peuvent abriter des microaventures ». On retrouve ici la centralité de l'expérience vécue sur la destination, « ce qui compte, c'est le type d'expérience ». Il ne semble pas y avoir de caractéristiques types recherchées dans les territoires investis pour leurs activités, mais plutôt des éléments repoussoirs. En effet, les critères de choix s'appliqueraient plutôt en creux, en cherchant à éviter les lieux considérés comme « super touristique » et les figures du « sur-tourisme ». On retrouve ici les thèmes des lieux « hors des sentiers battus » et « sous les radars du sur-tourisme ». Dans ce sens, l'opposition et l'intention de proposer une forme d'alternative aux « city-trip dans des villes européennes en avion sur le temps d'un WE », en proposant « une aventure tout aussi fun, qui est plus authentique et qui te fera autant de souvenirs ».

La question de la mobilité et de l'accès par les transports collectifs (et surtout sans avion) apparaît aussi centrale dans le choix et le rapport aux territoires investis, que ce soit à une échelle locale

avec la possibilité de recourir aux transports en commun, ou à l'échelle nationale par une accessibilité en train.

Dans l'ensemble, les acteurs pionniers de la microaventure investissent beaucoup la dimension territoriale sous l'angle d'un objectif plus général : participer à changer « l'imaginaire du voyage d'aventure » pour l'inscrire dans la proximité, entendu ici de manière variable du local au national mais renvoyant surtout à l'idée de l'on peut « vivre l'aventure sans aller à l'autre bout du monde » et surtout « sans prendre l'avion ».

Dans leur rapport aux acteurs locaux et à la vie des territoires, les réponses et les réalités exprimées sont variables selon les activités développées. En effet, l'ancrage local et la co-construction des activités avec les acteurs du territoire est centrale dans les courses d'aventure organisées par une structure comme MadJacques. Cette dimension est de facto moins marquée dans l'activité d'une plateforme numérique comme Helloways qui se limite à répertorier et signaler des acteurs et des producteurs locaux présents sur ses itinéraires. Néanmoins, tous mettent en avant l'intention de valoriser et favoriser l'immersion et la rencontre avec la vie et les acteurs locaux.

Les acteurs conventionnels dont l'activité s'inscrit principalement à une échelle régionale/nationale et faiblement vers l'international expriment aussi la centralité de la question de l'ancrage et de la valorisation des acteurs et des spécificités des territoires investis, notamment au travers de rencontres et d'activités en lien avec les producteurs et/ou des créateurs locaux incluses dans les séjours proposés. Ils l'expriment toutefois sous un angle plus « professionnel », dans l'optique de participer « à l'économie de la randonnée, des hébergements et des producteurs locaux », en faisant « travailler les acteurs économiques locaux ». On peut lire en creux l'identification des pratiques de microaventure à des pratiques en autonomie, ne recourant pas aux services de professionnels du tourisme et générant peu de retombées économiques pour les territoires visités.

La microaventure est aussi perçue dans certains cas comme une pratique ne permettant pas de vraiment rentrer en contact avec la vie locale, de rencontrer des habitants et des producteurs locaux. Et en opposition avec cette perception, certains acteurs interviewés (plutôt critiques envers le concept et/ou ne se l'étant pas appropriés) mettent en avant le développement d'offres justement centrées sur la rencontre et l'immersion dans la vie locale, des randonnées construites autour de la rencontre avec des producteurs locaux comme par exemple de « partager un moment de vie avec un berger en alpage pour découvrir comment il produit ses fromages ».

J'ai aussi questionné les acteurs plus précisément sur leur rapport et leur perception du rôle des acteurs institutionnels et notamment des Offices de Tourisme. Les réponses ont été très variables selon les situations et le type d'acteur et d'activité. Un projet comme celui d'Helloways donne lieu à plus de collaboration avec les acteurs institutionnels notamment pour nouer des partenariats concernant le référencement d'itinéraires locaux et des opérateurs de promotion médiatique via la plateforme. De son côté, MadJacques s'appuie plus sur des relations avec les élus et les représentants des collectivités pour co-construire les événements et obtenir les autorisations ; mais apparemment relativement peu avec les offices de tourisme. Concernant les autres acteurs interviewés, que ce soit des agences ou des accompagnateurs, les propos révèlent une forme d'ambivalence. D'un côté, plusieurs acteurs relèvent qu'il pourrait être pertinent que les offices de tourisme s'emparent et travaillent avec eux pour développer une offre autour de ce concept. Mais d'un autre côté, ils émettent des critiques et des appréciations relativement négatives de l'action réelle de ces acteurs institutionnels, se cantonnant souvent selon eux à un rôle « d'annuaire » et trop rarement investis dans des actions de développement. Certains acteurs expriment aussi une forme de méfiance et des retours d'expériences négatives d'implication dans des projets portés

par ces institutions « qui n'ont pas été suivi d'effet », qui « prennent beaucoup de temps » et qui ne seraient « qu'une machine à faire tourner des bureaux d'études pour pondre du concept ». Tous ne sont pas aussi acerbes dans leurs propos sur l'action des offices de tourisme mais la majorité ne semblent pas envisager que ces acteurs institutionnels puissent jouer un rôle actif et décisif dans le développement d'un nouveau type d'offres et d'activités.

2.3.1.2.2. Les intérêts perçus pour les territoires

Pour m'adapter aux profils d'acteurs privés interviewés œuvrant à des échelles plus locales et régionales, j'ai donc orienté mes questions dans certains cas plus spécifiquement sur les intérêts et les opportunités que pourraient représenter l'appropriation et le développement d'une offre de microaventure sur leurs territoires d'implantation. J'ai aussi recueilli des éléments de réponses dans ce sens de la part des acteurs pionniers et conventionnels.

D'ailleurs, je commencerai par mentionner les propos provenant d'une agence de voyage d'aventure analysant le concept de microaventure avant tout comme une opportunité pour les opérateurs à l'échelle locale, notamment pour les accompagnateurs, les bureaux des guides et autres structures locales de prestations d'activités outdoor, mais aussi pour les destinations en lien avec « la tendance vers un tourisme plus local ». A cette échelle d'action, le concept serait selon lui pertinent pour développer une offre ciblée pour « une clientèle proche, pas autonome dans ses pratiques d'APN mais attirée et intéressée par les activités outdoor et la nature ».

Dans ce sens, les accompagnateurs et les opérateurs locaux interviewés ont émis des opinions nuancées et différentes selon leurs situations et leur point de vue général sur la microaventure. En effet, ceux qui ont le sentiment qu'il s'agit avant tout d'une « tendance marketing » et qu'ils proposent déjà ce type d'activité sans l'appeler ainsi, ne le perçoivent pas comme une opportunité pour leur territoire (pas plus que pour eux-mêmes). Il est intéressant de rapprocher cette opinion du modèle d'activité et d'éléments se situant au croisement de la culture professionnelle et de choix de vie personnelle. En effet, les personnes ne voyant pas d'intérêt pour leurs activités ou pour leur territoire dans la microaventure associent principalement le concept à des pratiques en autonomie et incluant au moins une nuit en bivouac. À l'inverse, leurs activités apparaissent majoritairement structurées sur des sorties à la journée pour des raisons de modèle économique (plus rentable, moins de logistique...) mais aussi pour des raisons d'ordre personnel car moins engageantes et empiétant moins sur l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle (notamment le fait de dormir à l'extérieur).

Pour d'autres accompagnateurs, le concept de microaventure serait intéressant à développer et correspondrait mieux à leur aspiration personnelle dans la pratique de leur métier. Ceux-ci préféreraient travailler sur des offres plus « originales » et plus « engagées » en termes d'aventure, cherchant à emmener leurs clients sur des espaces plus « wild » et « hors des sentiers balisés », lassés des sorties « classiques à la demi-journée pour aller voir les marmottes et les petites fleurs ». Néanmoins, la problématique de la « sur-fréquentation » et les contradictions entre le développement des activités outdoor et la préservation des espaces naturels sont aussi pointés à ce sujet. Dans ce sens, ils relatent leurs expériences de l'été 2020 où « il y avait du monde partout » et où il était impossible « de trouver des espaces sans personnes ». Et c'est bien dans cette recherche d'être « seul sur son spot », dans le « wild », que résiderait en grande partie selon eux le sentiment d'aventure et l'expérience de la microaventure. Le fait « qu'on repousse toujours plus loin les limites de l'aménagement de la montagne » est aussi présenté comme un problème et un symptôme du développement et de la recherche d'accessibilité pour les activités outdoor. Aussi, la question de « l'équilibre entre le développement touristique et les problèmes de sur-

fréquentation » qu'elle engendre est ainsi largement pointée, venant nuancer l'intérêt et l'opportunité que pourrait représenter la microaventure pour leur territoire et leurs activités.

Dans ce sens, il est intéressant de noter que plusieurs acteurs interviewés (accompagnateurs mais aussi agence de voyage d'aventure) ont mis l'accent sur ces problématiques de gestion de la surfréquentation de certains espaces naturels et ont fait le parallèle avec le modèle des parcs nationaux américains (accès payant et obligation de bivouac sur des aires déterminées).

Le rôle central et décisif des accompagnateurs pour sensibiliser, sécuriser et transmettre les codes de bonnes pratiques en milieu naturel a aussi été largement mis en avant par les acteurs conventionnels (dans leur ensemble). Dans la mesure où la microaventure pourrait contribuer à inciter et à développer le recours à un encadrement professionnel, cela pourrait représenter un intérêt pour les territoires, notamment pour participer à répondre aux problématiques de surfréquentation et de préservation des espaces naturels.

Enfin, en matière d'intérêt et d'opportunité pour les territoires, le cas des courses d'aventure organisées par MadJacques est intéressant. Recherchant à mettre en valeur ce qu'ils appellent des « lieux sous les radars touristiques », on peut considérer qu'ils contribuent à leur développement touristique. Dans ce sens, ils ont réalisé une enquête auprès des 3000 participants à l'une de leurs courses, La Mad Jacques Stop - Creuse, pour leur demander un an après s'ils étaient déjà aller dans ce département avant la course et s'ils y étaient retournés depuis. Sur environ 1000 répondants, 87% déclaraient avoir découvert la Creuse à cette occasion et 43% déclaraient y être retournés depuis.

2.3.1.3. Le modèle économique

Concernant la question du modèle économique, il faut mentionner en premier lieu que cet aspect est relatif au modèle d'activité des structures et que, comme nous avons pu le constater, les acteurs interviewés s'inscrivent dans une pluralité de modèles et de types d'activités. La microaventure n'aurait pas de modèle économique en soi car il s'agirait plus d'un concept pouvant se décliner en de multiples formes et modèles d'activités.

Si l'on considère uniquement les structures dites « pionnières » et relativement spécialisés autour du concept, on retrouve dans le panel un producteur d'évènements et une plateforme numérique d'itinéraires de randonnée. Leurs modèles économiques sont bien distincts et leur comparaison n'apparaît pas pertinente. Les autres acteurs pionniers précédemment mentionnés et n'ayant pas participé aux entretiens ont aussi d'autres modèles économiques : des médias (Les Others ou The Others Lives), des agences de voyages (Chilowé et Explora Project) ou encore un modèle protéiforme comme celui de 2 Jours Pour Vivre.

Concernant les acteurs pionniers ayant répondu, leurs modèles économiques seraient en train de se stabiliser et apparaîtrait viable à court-moyen terme. Leurs ressources proviendraient principalement de la vente de leurs prestations (événement pour l'un et accès à un service numérique pour l'autre). Conscient d'être sur des « niches » en termes de publics, leur ambition ne serait pas de s'inscrire dans « une logique de croissance forte » mais plutôt de se développer « raisonnablement » pour pouvoir en vivre et stabiliser le modèle d'activité. On notera aussi que ces 2 structures relèvent de modèles économiques relativement hybrides, différents et concernant une niche à l'échelle du secteur. Il est donc difficile d'en tirer des éclairages ou des éléments de

compréhension concernant les questions de viabilité d'un modèle économique fondé sur le concept de microaventure dans le secteur du tourisme.

Dans ce sens, les retours des acteurs conventionnels interviewés apportent quelques éclairages et éléments de compréhension, notamment de la part des agences de voyage. Selon mes interlocuteurs, le concept de microaventure apparaît très difficilement commercialisable dans son acception initiale, à savoir des courts-séjours (2-3 jours) en autonomie dans la nature. En effet, le modèle économique des agences repose sur l'agencement de différents services (transport, hébergement, accompagnement, restauration, transfert de bagages, etc.) pour concevoir une offre de séjour et sur lesquels la structure réalise une marge. Plus le séjour est long et plus les coûts des services sont élevés, plus la marge est grande. Aussi, même dans le cas d'une offre de microaventure comportant quelques services payants (un accompagnateur et un hébergement en refuge par exemple), le niveau des marges réalisables serait très faible pour un temps de travail de production relativement équivalent à celui nécessaire pour concevoir un séjour d'une semaine. Aussi, il apparaîtrait que le « format » de la microaventure soit très peu viable économiquement pour un modèle d'agence de voyage.

Je n'ai malheureusement pas eu l'occasion d'interroger Chilowé et Explora Project pour avoir leurs retours sur cet aspect. Toutefois, comme nous l'avons déjà mentionné, le catalogue d'Explora Project s'est progressivement enrichi depuis sa création d'offres de séjour plus long et vers l'étranger ; et un des responsables de Chilowé a exprimé dans une interview récente à Tourmag qu'ils réfléchissaient eux-aussi à élargir leurs offres dans ce sens¹¹⁰. Ces observations semblent corroborer l'idée que la microaventure, en tant que format de court-séjour en France, serait difficilement commercialisable et rentable sur la base d'un modèle économique d'agence de voyage conventionnelle.

Toujours selon mon interlocuteur travaillant dans une agence voyage, la microaventure, en tant que concept renvoyant à un type/format de pratiques outdoor, lui semblait plus pertinente et adaptée à l'échelle locale pour être déclinée en activité économique, autant de la part des prestataires et accompagnateurs privés que de la part des acteurs institutionnels en charge du développement et de la promotion des destinations.

Pour terminer sur ce point, je souhaiterais juste ouvrir le sujet sur une observation relative à la possibilité d'une voie médiane, d'un modèle d'économie mixte alliant commercialisation d'activité et financement public, et s'inscrivant dans le champ de l'économie sociale et solidaire. En effet, les modèles d'activités et économiques de certains acteurs pionniers de la microaventure présentent certains indicateurs allant dans ce sens, notamment dans les cas de MadJacques et de 2 Jours Pour Vivre :

- Des dimensions de leurs projets pouvant relever et recouper des objectifs de développement local et de politique publique, notamment socio-sportive, socio-culturelle et socio-éducative¹¹¹.
- La priorité donnée aux objectifs du projet par rapport à sa lucrativité.
- Une structuration juridique articulant une association et une structure commerciale.

¹¹⁰ Vf. <https://www.tourmag.com/Micro-aventure-Chilowe-devient-un-tour-operateur-ambitieux-en-France-a108589.html>

¹¹¹ Dans le cas de 2 Jours Pour Vivre, le projet d'Ecole de la Microaventure intègre 3 axes dans ce sens : « éducation » à l'environnement, solidarité et action en direction de public scolaire et éloignés du voyage et « plaidoyer » auprès des destinations et des marques pour une microaventure « durable » et « accessible ». Cf. <https://www.2journspourvivre.com/ecole>

Dans le cas de Madjacques, les projets de courses d'aventure comportent notamment une dimension et des objectifs en termes d'animation culturelle et de valorisation des acteurs locaux au travers des événements.

Je manque d'information pour développer plus avant ce raisonnement mais il me semble qu'il s'agit d'une piste de réflexion intéressante pour ces projets relativement atypiques, caractérisé par une forme d'entre-deux.

2.3.1.4. Les objectifs en matière de « transition écologique et sociale » :

Ma grille d'entretien se terminait par une question ouverte sur le rôle que jouait la microaventure pour participer à répondre à des enjeux qui se posent au secteur du tourisme, sur les territoires et plus globalement en matière de transition écologique. Pour une partie des entretiens, je n'ai pas eu le temps d'en arriver à cette question. Toutefois, cette thématique de la transition écologique ressortait en filigrane et à l'occasion d'autres questions précédentes et dont nous avons déjà parlé.

Aussi, dans l'ensemble, les acteurs plutôt critiques à l'encontre d'un concept principalement perçu comme une « mode » et une « tendance marketing » n'y voient pas un levier opérant pour répondre à des enjeux du secteur ; hormis dans la mesure où cela pourrait inciter des visiteurs (des urbains n'ayant pas « les codes de la montagne ») à recourir aux services d'un accompagnateur et ainsi de contribuer à la sensibilisation et à atténuer ces impacts de la surfréquentation de certains espaces naturels. D'ailleurs, certains de ces acteurs sceptiques envers le concept réaffirment leurs propres engagements depuis déjà longtemps (en contre-point avec ce qu'il considère comme une tendance éphémère) à défendre au travers de leurs activités les valeurs « de développement local, de la ruralité et de la protection de l'environnement ».

Quant aux acteurs pionniers, ils réaffirment leur intention de contribuer à « valoriser des alternatives » aux formes du tourisme de masse et notamment en direction d'un public urbain coutumier des excursions en avion pour des « city-trip » sur le temps d'un WE. C'est dans cet objectif qu'ils conçoivent la microaventure comme une manière pour participer à « créer de nouveaux imaginaires de voyage et de l'aventure » et ainsi « pour réduire l'envie de partir à l'étranger et plutôt partir près de chez soi, notamment pour des courts séjours ». Bien que jamais formulée en termes de transition écologique et sociale du tourisme, cette notion transparait de manière transversale dans leurs propos, mettant l'accent sur les questions de réduction des impacts environnementaux, de ralentissement, de reconnexion avec la nature et de durabilité, mais aussi de « créer une relation de respect entre les visiteurs et les territoires naturels et les hommes qui y vivent ». Cette thématique de la reconnexion entre la ville et la ruralité n'est pas sans évoqué l'idée de la recherche et de la construction d'un Ailleurs pour les urbains dans les campagnes, comme une forme d'exotisme repensé et relocalisé dans la proximité rurale (Amirou et Bachimon, 2000).

Toutefois, ces mêmes acteurs sont les premiers à se considérer comme relevant d'une « niche » et que leur action ne va pas « arrêter le tourisme de masse », mais qu'ils participent à leur échelle à « rendre plus visible les alternatives ».

Globalement, même chez les plus critiques, la plupart des acteurs interviewés perçoivent dans l'émergence de la microaventure un marqueur d'une évolution des attentes et des comportements touristiques vers plus de proximité et plus de préoccupation pour les questions écologiques.

2.3.2. Les acteurs institutionnels territoriaux

Les acteurs institutionnels territoriaux, principalement des Offices de Tourisme (OT et OTI) mais aussi des Parcs Naturels Régionaux (PNR) et un Comité Départemental du Tourisme (CDT), constituent la deuxième grande famille d'acteurs du tourisme interrogés. L'objectif était d'appréhender la manière dont le concept de microaventure était perçu et l'objet d'une appropriation (ou non) au niveau des territoires et de la part de leurs organismes de promotion et de développement. Il s'agissait aussi de les interroger sur leur perception de ce concept comme un levier d'action pour répondre à des enjeux et des problématiques qui se posent à l'échelle de leur territoire, mais aussi comme un marqueur d'une évolution des attentes et des comportements touristiques de leurs visiteurs, avec en toile de fond les problématiques de transition écologique et sociale.

Les entretiens ont été réalisés principalement en visio-conférence ou par téléphone, entre mi-avril et début juin 2021. A quelques exceptions près, mes interlocuteurs m'ont accordé le temps nécessaire pour aller au bout de ma grille d'entretien.

Il s'agit principalement de territoires de montagne et notamment de moyenne montagne, dont une majorité située à proximité de Grenoble (Vercors, Chartreuse, Belledonne, Champsaur mais aussi quelques offices de tourisme de Haute-Savoie).

Comme pour le traitement des entretiens avec les acteurs privés, je me suis appliqué à faire ressortir les traits récurrents et signifiants de la matière recueillie au regard des thématiques et de la problématique de ce travail, intégrant des éléments de langage et des citations pour illustrer mon propos. Et ici aussi, j'ai conservé l'anonymat de mes interlocuteurs, ne faisant que situer le type de structure et/ou de territoire pour donner des éléments de contexte lorsque cela apparaissait nécessaire à la compréhension.

2.3.2.1. La connaissance, la perception et l'appropriation du concept

Connaissance et définition de la microaventure :

A l'exception de 2 cas, la grande majorité de mes interlocuteurs avaient à minima « entendu parler » de la microaventure, « un concept dont on entend de plus en plus parler » et qui serait « dans l'air du temps ». On observe néanmoins des écarts significatifs de niveaux de connaissance et de familiarisation avec le concept entre territoires, notamment entre ceux se l'étant déjà approprié et les autres. Malgré ces écarts, on peut relever des traits communs dans la manière de le percevoir :

- À la question de la définition qu'ils feraient du concept, la majorité exprimait directement ou indirectement le caractère relativement « flou » de ses contours et que cela pouvait recouvrir beaucoup de réalités différentes, de types de pratiques, d'activités, de formats et de champs d'application.
- Le sentiment qu'il s'agirait d'une « tendance marketing » régulièrement rapproché d'une nouvelle déclinaison en matière de marketing expérientiel.
- Une perception dans une forme d'équivalence avec la notion d'expérience en marketing du tourisme (« le nouveau terme pour dire expérience »), mais avec des connotations plus spécifiques autour de « l'aventure » et de « l'insolite », de « la nature » et du « dépaysement ».

Une définition officielle n'est pas identifiée par les personnes interviewées mais les territoires qui ont une meilleure connaissance du concept font souvent référence à des acteurs pionniers (notamment Chilowé) et mobilisent les éléments de définition et de langage que ces derniers véhiculent (« l'aventure près de chez soi », « une aventure simple, courte et accessible », etc.).

Lorsque l'on prolonge la discussion sur les caractéristiques de la microaventure en termes de pratiques ou d'activités, on relève des variations et des différences notables mais tout de même certains aspects communs assez largement partagés par les différents interviewés :

- Une expérience qui déconnecte de son quotidien, qui dépayse.
- L'idée d'une expérience s'inscrivant dans un temps court (mais une interprétation très variable de cette temporalité).
- Une expérience s'appuyant sur des activités de plein air, en lien avec la nature (principalement mais pas uniquement).
- Une cible urbaine et plutôt « jeune » (20-40 ans).
- Une relation avec la notion de proximité, généralement liée aux contraintes imposées par le Covid-19, dont le périmètre peut varier selon les interprétations et les cibles publics prioritaires de la destination.

Toutefois, les perceptions exprimées des caractéristiques et du périmètre de la microaventure présentent des divergences notables sur plusieurs aspects et axes de définition :

- À la journée VS court-séjour : la question du format est interprétée de manière très variable, depuis l'activité de quelques heures ou à la journée jusqu'au court-séjour de 2-3-4 jours. L'idée qu'une microaventure doit inclure au moins une nuit « dehors » est loin d'être partagée. Certains n'envisagent spontanément que des activités à la journée ; une majorité conçoit la microaventure comme pouvant se décliner sur les 2 formats ; et une minorité la considère forcément comme un court-séjour incluant au moins une nuit.
- En liberté VS encadré : de la même manière, la perception du concept s'exprime différemment sur cette question du type d'organisation et de réalisation de l'expérience, et notamment du recours à un accompagnateur et plus généralement à une prestation commerciale. Cet axe de définition pourrait aussi être formulé comme « en autonomie VS organisée/accompagnée » ou encore « gratuite VS payante ». Mais c'est bien selon ce registre langagier (des agences et des professionnels de l'outdoor) que cet aspect est abordé. Aussi, les points de vue exprimés se distribuent selon la même répartition entre 3 sous-groupes que pour la question du format, avec une majorité des interviewés envisageant le concept sous ces 2 déclinaisons possibles. Il faut toutefois préciser qu'on ressent une inclination majoritaire vers des déclinaisons encadrées.
- Une activité outdoor VS une expérience plus totale : on recoupe ici la question du format mais cette grille de lecture me semble signifiante d'une différence dans la perception de la microaventure. En effet, certaines destinations assimilent en quelque sorte le concept à une appellation pour désigner une typologie spécifique (aux contours flous) d'activités outdoor (mais pas que) dans la mesure où elles permettent de vivre une expérience insolite, inhabituelle, rompant avec le quotidien. La microaventure est dans cette optique centrée sur une activité donnée et cadrée. D'un autre point de vue, le concept renvoie à l'idée d'une expérience plus totale, un court-séjour incluant un ensemble d'activités et de dimensions, la pratique d'une ou plusieurs APN, la réalisation d'une forme de périple, le fait de dormir « dehors », plusieurs temps de repas dans des conditions inhabituelles, le fait de s'organiser par soi-même pour trouver son chemin, les découvertes et les événements non planifiés rencontrés au cours de l'itinéraire, etc. Ici encore, les interprétations du concept composent un continuum de position entre ces 2 polarités, avec toutefois une majorité des exemples de microaventures envisagées prenant la forme d'une activité outdoor donnée ou déclinée en « package » l'associant à une seconde prestation comme un repas (par exemple, « une descente accompagnée d'un moniteur, hors-

piste, à la fermeture des remontées mécaniques, pour terminer à un restaurant isolé pour manger une raclette et rentrer de nuit à la station »).

- La relativité de la notion d'aventure : la manière de concevoir l'idée d'une expérience pouvant être qualifiée « d'aventure » étant très relative selon les personnes ciblées, cette variabilité s'exprime aussi dans les déclinaisons envisagées par les interviewés. La microaventure s'inscrivant principalement dans l'univers de l'outdoor, on observe ainsi toute une gradation d'interprétation de la dimension « aventureuse » d'une expérience dans la nature selon les niveaux de sportivité et d'engagement physique. Mais tous mes interlocuteurs n'abordent pas le concept sous l'angle d'une « sortie de sa zone de confort ». Certains l'aborde plus sous l'angle de « l'insolite », de « l'inédit » ou de la « nouveauté » ; et pas uniquement dans le champ de l'outdoor. Des microaventures sont ainsi envisagées par certains comme des « expériences différentes » qui pourraient ainsi être déclinées dans « tous les domaines », des expériences gustatives dans le cadre d'atelier avec des chefs, des expériences humaines au travers de visites et de rencontres avec des producteurs locaux, des expériences d'apprentissage ou de développement personnel au travers d'un stage ou d'une session de yoga.

A l'image des exemples présentés dans la partie précédente, on retrouve dans ces entretiens la même hétérogénéité dans les manières de définir et de traduire en offres le concept de microaventure.

Hormis une minorité de destinations, notamment celles s'étant déjà appropriée le concept, la microaventure ne semble pas « encore » avoir fait l'objet de recherche et d'une réflexion poussée sur le sujet. Néanmoins, il ressort des entretiens la perception d'une « tendance montante », dont les destinations ne pourraient pas « passer à côté » pour ne « pas rater le train de l'actualité » et « l'air du temps ». En tant que promoteur du territoire et de son image, les offices de tourisme perçoivent la microaventure comme un vecteur « sexy et à la mode » pour faire parler de leur destination, que c'est un sujet « attendu » par les médias et par les citoyens. D'un autre côté, certains interlocuteurs se disent « mal à l'aise » avec ce nouveau concept perçu comme « très marketing », un peu « fourre-tout » dont ils commencent à constater des utilisations « à toutes les sauces », craignant qu'il soit rapidement « galvaudé » et aboutisse à un « message brouillé ».

Il ressort en filigrane que la microaventure est confusément perçue plutôt comme un « état d'esprit » dont l'appropriation se heurte à leurs grilles de lecture et leurs catégories d'analyse habituellement structurées en termes d'activités et de sites, d'hébergement et de prestations de services à promouvoir en fonction d'une segmentation des publics cibles.

Degré et type d'appropriation :

A l'échelle du panel d'entretiens, le niveau d'appropriation et d'intégration de la microaventure dans la communication et les stratégies de développement des destinations apparaît relativement faible. Pour revenir sur les initiatives existantes à la fin du printemps 2021, seuls les OTI du Trièves et du Champsaur-Valgaudemar, ainsi que le CDT de Haute-Loire, ont créé une section dédiée d'offres labellisées dans leurs supports de communication. Et l'association Chartreuse Tourisme a édité un livret de « 10 microaventures » à vivre pendant la saison d'été qui est relativement peu mis en avant, positionné comme un article du blog.

Néanmoins, la plupart des destinations ne s'étant pas emparées du concept mettent néanmoins en avant le fait qu'il « correspond à des offres et des activités qu'on a depuis toujours », qu'il s'agirait « d'une appellation à la mode sur une réalité qui a toujours existé ». Pointant ainsi l'idée qu'il pourrait très bien se l'approprier et qu'ils ont « un territoire qui s'y prête », notamment lorsque la

microaventure est considérée sous l'angle des activités et des courts-séjours centrés sur l'univers de l'outdoor.

Lorsque l'on observe la manière dont ces acteurs s'approprient et conçoivent une utilisation du concept, cela s'inscrit essentiellement dans le registre de la communication et d'une démarche de labellisation d'offres existantes. Dans les cas des destinations s'étant appropriées la microaventure, la démarche a consisté à identifier dans le panel d'activités et d'offres existantes sur le territoire celles pouvant « correspondre » et de les « ré-étiqueter » sous cette appellation ; et selon les cas en retravaillant plus ou moins les contenus de présentation et de promotion sous un angle plus « expérientiel », une mise en récit différente de l'expérience proposée.

En effet, que ce soit de la part des territoires s'étant approprié le concept ou des autres, la perspective d'un développement de nouvelles offres s'appuyant sur ce concept n'est pas spontanément évoquée ou même envisagée. Le travail de conception et de développement de nouveaux produits n'apparaît pas relever spontanément de leur périmètre d'action et serait l'affaire des opérateurs privés, des socioprofessionnels. Cette manière de concevoir le rôle et les missions des OT/OTI présente des nuances et des variations selon les personnes interviewées. Certaines ont en effet témoigné d'un engagement croissant dans un travail et un rôle de « structuration » et de positionnement de l'offre sur leur territoire, d'une implication croissante en co-construction avec les socioprofessionnels sur le développement et la coordination des offres et des activités. C'est notamment le cas des PNR dont les missions et le positionnement sont sensiblement différents et complémentaires avec ceux des OT/OTI sur ce point. Toutefois, il ne s'agit pas de la majorité et dans l'ensemble, les destinations rencontrées n'ont pas évoqué de démarche de conception (passé, présente ou à venir) de produits ou d'offres nouvelles autour de la microaventure, que ce soit en co-construction ou non avec les socio-professionnels.

De part leur positionnement et leur mission historique de promoteur de leur destination, les OT et OTI interviewés s'inscrivaient dans des logiques et des manières d'aborder la question de l'appropriation du concept de microaventure essentiellement en termes de communication et de marketing territorial. Il s'agit principalement d'identifier les offres et les caractéristiques du territoire pouvant correspondre au concept et de les valoriser par ce biais, considérant la microaventure comme une appellation « dans l'air du temps », « branchée », « plus contemporaine », pour mettre en avant les « activités traditionnelles de rando et de nature ». L'objectif serait ainsi de « rendre plus sexy la destination », de « faire parler et de valoriser le territoire auprès de la presse et des territoires » au travers d'une offre perçue comme innovante et « à la mode ». Dans cette optique, la microaventure n'est pas considérée comme un ensemble de pratiques récréatives ayant ses caractéristiques propres et nécessitant un travail de développement de nouvelles offres, mais comme un nouveau label et un outil de communication permettant de mieux vendre l'existant. Partant de la même base d'éléments, d'offres et d'activités existantes, « tout est histoire de marketing et de manière de vendre les produits ». Ainsi, un même produit pourrait être « vendu et marketé comme une microaventure ou comme une offre BtoB ».

Le concept de microaventure serait ainsi l'objet d'une appropriation essentiellement comme un outil de communication pour faire parler de la destination, pour véhiculer une image à la mode ; et dans un rapport ambivalent entre une forme de sentiment d'injonction à s'emparer d'un concept s'inscrivant dans une tendance de fond et une forme de malaise et d'inconfort vis-à-vis d'un concept souvent perçu comme « marketing », « flou », « fourre-tout ».

2.3.2.2. Les attentes perçues et les profils ciblés

La « tendance » identifiée autour du concept de microaventure est assez largement associée au contexte de la crise sanitaire et au besoin de « respirer », de « s'oxygéner », de « se mettre au vert », du désir de nature de la part des urbains confinés. Les attentes perçues recourent et sont régulièrement mises en équivalence avec celles associées au développement d'un tourisme plus durable et écologique, au slow-tourisme et au tourisme de proximité. On retrouve dans l'ensemble les mêmes éléments que ceux exprimés par les acteurs privés mais avec une focalisation plus prononcée sur les aspects relatifs à la recherche de « déconnexion » avec son quotidien (généralement supposé urbain) et de reconnexion avec la nature. Aussi, ce besoin de « déconnexion », de « s'évader », de « s'échapper » de son cadre de vie habituel passerait ici par le fait de vivre une expérience dépaysante, forte et intense, insolite et inédite, mais « sécurisée », comme « une bulle de décompression ». La notion de « première fois », d'initiation, de découverte d'une activité est aussi régulièrement mise en avant. Plus rarement, une dimension « transformationnelle » ou du moins de développement personnel est avancée, la microaventure répondant à la recherche de vivre une expérience active, apprenante, enrichissante, traduisant une forme de « recherche de sens » et de ne pas « juste être dans la consommation ». On retrouve ici les thèmes évoqués plus haut d'une évolution perçue par ces acteurs des attentes et des préoccupations d'ordre éthique, et notamment écologique, chez un nombre croissant de leurs clients.

En termes de profil et de cible de public, on retrouve aussi les mêmes éléments de caractérisation que pour les acteurs privés : la microaventure s'adresserait à un public citadin, de jeunes adultes (en couple ou entre ami-e-s, mais aussi en famille), généralement des « CSP+ » ayant une sensibilité écologique. Cet urbain est régulièrement dépeint comme « hyperconnecté » et « branché », ayant un quotidien surchargé et stressant dont il aurait besoin de s'échapper et de se déconnecter. La figure de « l'instagrammeur » est souvent avancée.

Mais en même temps, il est régulièrement ressorti une tendance à vouloir élargir ce premier niveau de ciblage spontanément associé à la microaventure. Selon la manière de la « travailler », celle-ci pourrait être déclinée pour s'adresser « à tout le monde ». En l'adaptant aux attentes spécifiques et aux différents niveaux de pratique, « chaque profil pourrait avoir sa microaventure », le seul dénominateur commun devenant l'origine urbaine de la clientèle désirant se couper de son quotidien. Cette inclination à vouloir s'adresser « à tout le monde », ou du moins à investir le concept pour parler au plus grand nombre, pourrait être interprétée comme un facteur explicatif de la tendance à mettre sous cette appellation des activités qui pourrait apparaître relativement éloignée de sa définition initiale. Aussi, cette tendance soulignée dans la partie précédente à élargir le périmètre de la microaventure dans les offres ainsi labellisées alimenterait en retour l'impression d'un concept aux contours flous, amalgamant des activités, des sites, des prestataires, des packages, des types et des univers de pratiques disparates ; qui relèverait donc d'une problématique de définition, de positionnement et de cohérence des offres aboutissant à un message relativement brouillé.

2.3.2.3. Les objectifs et les enjeux territoriaux associés à la microaventure

Après avoir questionné mes interlocuteurs sur leur perception de la microaventure, sa définition, ce qu'elle recouvre en termes de pratiques et d'activités, à quelles attentes et quels publics est-ce qu'elle correspondrait, je les ai interrogé plus spécifiquement sur sa capacité à répondre à certains enjeux et problématiques qui pourraient se poser sur leur territoire.

Au préalable, il faut préciser qu'une partie des personnes interviewées (certes minoritaire) a témoigné un point de vue globalement critique à l'encontre d'un concept jugé « marketing », sous-entendu artificiel et éphémère. Par conséquent, ils ont par la suite éludé ou très brièvement répondu aux questions qui vont suivre, ne voyant pas dans la microaventure un quelconque levier ou facteur d'action pour contribuer à répondre à des objectifs, des enjeux ou des problématiques de leur territoire.

Il faut aussi préciser qu'une partie de mes interlocuteurs n'avaient pas jusque-là considéré la microaventure sous l'angle de certaines de mes questions. Dans ces cas de figure, leurs réponses pouvaient s'avérer très brèves et/ou par des conjectures au conditionnel.

2.3.2.3.1. Un facteur d'attractivité et de développement touristique

J'ouvrais cette seconde partie des entretiens par cette question de la capacité que pouvait représenter une offre de microaventure pour participer à l'attractivité et au développement touristique de leur territoire. Les réponses ont largement varié selon les territoires, leurs caractéristiques et leurs problématiques spécifiques. L'appréciation de cette question dépendait notamment du « besoin » d'attirer plus de fréquentation. En effet, les territoires faisant face à de fortes problématiques de sur-fréquentation ont témoigné moins d'intérêt pour cet aspect, notamment de la part des PNR. A cette question, ils ont plutôt opposé le besoin de mieux encadrer et répartir les flux de visiteurs que de les accroître. Les problématiques de sur-fréquentation, de dégradations des espaces naturels et de conflits d'usages qui y sont liées, sont ressorties de manière récurrente et transversale dans la grande majorité des entretiens. Certains interlocuteurs, notamment les PNR et les OT / OTI qui y sont localisés, ont d'ailleurs mentionné des réflexions et des démarches allant dans le sens d'une forme de « dé-marketing » et de ne « plus communiquer sur certains sites trop fréquentés ».

Toutefois, même lorsqu'elles connaissent des problèmes de sur-fréquentation, les destinations centrées sur une station de sport d'hiver se sont avérées plus sensibles à cette question de l'attractivité. La microaventure est ici abordée comme une « tendance montante » ou s'inscrivant dans une « tendance de fond » dont il « faudrait » s'emparer, ne pas « passer à côté », notamment pour attirer une clientèle urbaine et mettre en avant des « produits qualitatifs », dans le sens d'offres packagées et encadrées.

Concernant les territoires n'étant pas marqués par d'importants problèmes de sur-fréquentation, l'objectif de participer à l'attractivité touristique est plus clairement avancé. La microaventure est dans ces cas de figure abordée comme une opportunité pour valoriser le caractère « préservé » du tourisme de masse et « authentique » de ces territoires ruraux et naturels en direction d'une clientèle urbaine. Dans ce sens, l'objectif est bien de profiter de l'engouement perçu pour les activités outdoor dans un contexte mettant en avant les destinations nationales du fait de la crise sanitaire, et plus profondément de revalorisation de la notion de proximité et de développement des attentes en matière de tourisme durable et éco-responsable.

La microaventure est aussi avancée dans certains cas comme un levier pour renforcer l'attractivité et l'activité touristique sur les ailes de saisons, en lien avec les formats de courts-séjours ; mais nous y reviendrons ultérieurement.

2.3.2.3.2. Un levier pour encadrer / canaliser / répartir / sensibiliser les nouvelles clientèles urbaines des activités outdoor

Partant de l'augmentation constatée des activités de pleine nature (« outdoor ») et du flux croissant de visiteurs depuis les grands centres urbains « n'ayant pas les codes de la montagne », mon second axe de questionnement portait sur la capacité de la microaventure à constituer un levier d'action pour mieux encadrer, canaliser, répartir et sensibiliser ces « nouvelles clientèles urbaines ». Là aussi, les points de vue exprimés ont été relativement variables selon les territoires et notamment en fonction de l'importance des problématiques de sur-fréquentation. Néanmoins, la nécessité d'encadrer les pratiques outdoor et de sensibiliser les visiteurs à la préservation de l'environnement sont des objectifs transversaux largement partagés mais qui ne sont pas spontanément associés au développement d'une offre de microaventure par une grande partie des personnes interviewées.

En effet, on observe une différence significative dans la manière d'aborder cet aspect entre les territoires faisant face à des problématiques aiguës de sur-fréquentation (dégradation du milieu naturel, problèmes de stationnement, conflits d'usages) et ceux pour lesquels ce n'est pas le cas (ou dans des proportions bien moindres). Pour les premiers, le contexte de crise sanitaire a encore accru le phénomène et les problématiques liées à la sur-fréquentation deviennent une préoccupation centrale et transversale, un point de fixation prenant le pas sur toutes autres considérations dans la manière d'aborder les questions de développement et d'encadrement des pratiques outdoor. Particulièrement dans le Vercors et en Chartreuse, le « besoin d'encadrement », la nécessité de « maîtriser » les flux et de « ne pas laisser les gens s'aventurer n'importe où et n'importe comment » est très prégnante. Les réflexions et les actions évoquées vont dans le sens d'un « dé-marketing » des sites sous pression et d'une mise en avant dans la communication générale des codes de « bonnes pratiques et de respect de l'environnement » ; mais sont aussi évoqués selon les cas des réflexions et/ou des actions plus radicales en termes de fermeture de sites, d'interdiction de certaines pratiques (comme le bivouac sur certains sites¹¹²) ou de réduction / régulation des capacités d'accueil de certains sites.

Dans ces territoires marqués par des problématiques de sur-fréquentation, la microaventure n'est pas spontanément considérée comme un levier d'action dans ce sens. Pour certains interlocuteurs, le concept n'apparaît pas pertinent pour agir sur ces aspects qui dépassent la niche et le champ de pratique de la microaventure. Dans d'autres cas, le concept est considéré comme un outil pouvant y « contribuer » à sa mesure mais pas de manière « décisive ».

Sur ces territoires, la question de la pratique de la microaventure « en liberté », c'est-à-dire en autonomie et notamment en bivouaquant, apparaît particulièrement délicate, soulevant de nombreux problèmes de conflits d'usages avec les propriétaires et les exploitants agricoles, « des feux de camp et des bivouacs mal faits », des dégradations et une pression croissante sur les milieux naturels depuis les déconfinements. Face à ces problématiques, même les interlocuteurs ayant une opinion positive de la microaventure et de son intérêt pour agir dans ce sens, mettent en avant la difficulté et la complexité pour « garder la main » et « éviter que les pratiques se déploient sans contrôle », pour « maîtriser l'information et les propositions » et s'assurer que les pratiquants se renseignent auprès de « sources sérieuses ».

Par ailleurs, l'utilisation de la microaventure pour mieux répartir les pratiques outdoor sur le territoire est aussi présentée par certains interlocuteurs comme présentant une forme de dilemme pouvant aboutir à déplacer le problème. En effet, en mettant en avant d'autres sites au travers

¹¹² Par exemple : l'interdiction du bivouac sur le site du Lac Achard sur la commune de Chamrousse

d'offres de microaventure potentiellement très « attractives », cela pourrait re-créer des points de fixation où se re-concentre la fréquentation. Néanmoins, malgré ces réserves, le concept est dans certains cas perçu comme un « outil » qui pourrait « contribuer à » mais qui est considéré comme « non-suffisant » à lui-seul pour y répondre de manière significative.

Les territoires ayant moins de problèmes de sur-fréquentation n'associent pas spontanément la microaventure à un levier pour mieux encadrer, canaliser et répartir les visiteurs et les pratiques outdoor. Sans pour autant en rejeter la possibilité, ils ne semblent pas l'avoir considéré sous cet angle qui ne renvoie pas à une problématique importante de leur territoire. Toutefois, pour nuancer ce constat, certaines destinations commençant à avoir des problèmes de sur-fréquentation sur un petit nombre de sites bien spécifique, mais avec le reste du territoire moins fréquenté, s'avèrent plus sensibles à l'idée que la microaventure pourrait participer à une meilleure répartition des flux de visiteurs. Cela pourrait indiquer une forme d'effet de seuil dans la perception de ce concept comme un levier opérationnel dans ce sens.

L'aspect qui apparaît le plus partagé est la perception de la microaventure comme un vecteur de sensibilisation pour la préservation de l'environnement et de transmission de messages autour des bonnes pratiques en milieu naturel. Dans ce sens, les offres développées pourraient permettre de véhiculer un « discours incarné » dans une offre d'expérience et s'appuyant sur l'effet de mode et le « côté branché » de la microaventure.

Toutefois, le point faisant le plus consensus dans les entretiens à ce sujet est le rôle décisif des accompagnateurs. En effet, le recours à un encadrement professionnel dans le cadre d'une offre packagée et organisée est spontanément et largement mis en avant par les acteurs rencontrés comme le principal facteur et le levier le plus efficace pour participer à mieux encadrer, répartir, sensibiliser et transmettre les codes de bonnes pratiques. Sans pour autant rejeter complètement la possibilité et l'intérêt de développer une offre de microaventure « en liberté », c'est l'argument le plus largement avancé pour répondre efficacement à ces enjeux, mais aussi dans l'optique de valoriser les socio-professionnels et générer des retombées économiques sur le territoire.

2.3.2.3.3. Une opportunité pour les accompagnateurs

Dans l'ensemble, il s'agit du point d'intérêt le plus partagé concernant l'appropriation et les retombées pour le territoire de la microaventure. Les manières d'aborder le rôle et les effets positifs d'un encadrement professionnel des activités de pleine nature présentent quelques variations selon les interlocuteurs, certains mettant plus l'accent sur la sensibilisation et la transmission des codes de bonnes pratiques et de protection de l'environnement, d'autres sur la notion de « sécurisation » et « d'encadrement » des pratiques et des itinéraires, et d'autres enfin sur leur rôle « d'ambassadeur du territoire » en insistant notamment sur l'idée de rencontre et de découverte des acteurs et des habitants à travers leur action. Dans tous les cas, il ressort des entretiens que le recours à leurs services constituerait le facteur le plus efficace pour encadrer et sensibiliser les pratiquants « n'ayant pas les codes de la montagne » et dans le cadre d'une « demande croissante de nature, d'activité outdoor et d'aventure ».

En tant que promoteur de leur territoire et des socioprofessionnels qui y exercent, la question des retombées économiques est aussi largement mise en avant par les destinations. Une part significative des interviewés conçoivent spontanément et premièrement la microaventure dans le cadre d'une offre packagée et encadrée. Sa pratique « en liberté » n'est pas exclue mais est souvent ramenée aux problématiques de sécurisation, de conflits d'usages et de dégradation notamment en lien avec la pratique du bivouac. Néanmoins, certains interlocuteurs défendent

l'idée que les deux modes de pratique, en autonomie et accompagné, doivent être présents pour respecter « l'esprit de la microaventure ».

Toutefois, il apparaîtrait que peu d'accompagnateurs et de prestataires d'activité outdoor de leurs territoires se soient appropriés le concept pour développer ou pour « repackager » des offres nouvelles. Certains pointent le fait que de nombreux accompagnateurs proposent déjà des offres qui pourraient être assimilées à de la microaventure (« qui réinvente un peu l'eau chaude ») mais ne les désignent pas ainsi. Néanmoins, le concept présenterait l'intérêt d'offrir l'opportunité de « repackager » et de retravailler leurs offres sur le plan « marketing » en mettant en avant la dimension « expérientielle » ; et ainsi de s'adapter et de répondre à une évolution d'une partie de la demande dans ce sens.

Enfin, la question du consentement à payer est aussi abordée par une partie des interviewés, mettant en avant les difficultés et les freins pour une grande partie des clients à envisager de recourir aux services payants d'un accompagnateur, notamment lorsqu'il s'agit de pratiques perçues comme « accessibles » (au premier rang desquelles la randonnée et le bivouac), quand bien même les taux de satisfaction mesurés a posteriori sembleraient très élevés. Dans ce sens, l'utilisation de la microaventure pour « raconter une histoire », proposer des « apprentissages » au-delà « du fun et du ludique », « mettre du sens dans l'expérience », pourrait contribuer à dépasser ces freins.

2.3.2.3.4. Un moyen pour développer le tourisme de proximité et des retombées économiques pour le territoire

La microaventure s'inscrivant par définition dans un format court, le concept est aussi largement perçu comme un levier pouvant contribuer à développer les courts-séjours et le tourisme de proximité. Cet aspect est d'autant plus clairement identifié que la destination concernée est proche de grandes villes, situées dans un rayon accessible en moins de 2h de trajet. Mettant en avant les tendances de fond au développement du tourisme de proximité et des « escapades » sur le temps des WE (notamment prolongés), à une croissance de la demande de « nature break » plus régulier de la part des urbains, la microaventure est aussi associée à des stratégies de « diversification 4 saisons » par les destinations dont l'activité est marquée par une forte saisonnalité et notamment pour celles centrées sur une station de ski (mais pas uniquement). Dans ce sens, le concept est perçu comme une opportunité, ou du moins « pouvant y contribuer », pour développer l'activité sur les ailes de saisons, même lorsque le territoire ne se situe pas à proximité de grandes agglomérations.

Pour les territoires marqués par une importante fréquentation à la journée, la microaventure pourrait constituer « une façon de vendre du micro-séjour », de transformer l'excursionniste en court-séjournant. Cette approche est notamment évoquée par les destinations associant le concept à des offres d'hébergements insolites payants, dans le cadre de package proposant de vivre une « expérience inédite dans la nature » (une cabane aménagée dans les arbres, un module éphémère installé dans un coin sauvage, nuit en portaledge, tiny-house dans les bois, etc.).

L'objectif de générer et d'accroître les retombées économiques pour le territoire, notamment en regard des excursionnistes, ressort aussi largement dans les propos de certains interlocuteurs en recoupant le point précédent sur le recours à des accompagnateurs et le développement d'offres de microaventures packagées.

Toutefois, le concept semble globalement l'objet d'un rapport ambivalent concernant la question des retombées économiques pour le territoire. En effet, les acteurs interviewés identifient et associent fortement la microaventure à des formes de pratiques en autonomie et recourant au bivouac, et donc générant peu de retombées directes. Ce qui expliquerait en partie le fait que les destinations s'appropriant le concept, l'utilisent principalement pour labelliser des offres commerciales préexistantes. Mais certaines personnes interviewées mettent aussi en avant la notion « d'investissement » dans une forme de communication pour valoriser la destination. Le développement d'une offre « gratuite » de microaventure proposée « en liberté » viserait à faire parler et à valoriser la destination en relation avec une « tendance dans l'air du temps » et « branchée » ; à attirer un nouveau public sensible aux valeurs et aux idées véhiculées par cette « tendance », à créer un lien affectif et à générer l'envie de revenir pour un séjour.

La microaventure est aussi régulièrement associée à l'objectif de valoriser les acteurs et les producteurs locaux, la vie du territoire au-delà des acteurs du tourisme stricto-sensu. Dans ce sens, le concept est investi comme un moyen et un levier pour aller à la rencontre des agriculteurs, des bergers, des artisans, des forestiers, de la vie locale en générale. Des idées et des offres existantes proposant des immersions dans le quotidien d'acteurs locaux, sur le mode « vie ma vie de producteur local le temps d'une journée », sont ainsi avancées comme pouvant constituer des microaventures. On retrouve ici l'idée de proposer des expériences où le visiteur ne viendrait pas « juste consommer la nature » mais serait dans une « vraie » découverte du territoire et dans une posture plus « active et apprenante ». Cette approche est plutôt exprimée par les territoires ruraux moins centrés sur une station de ski, et mettant en avant l'objectif de préserver et de valoriser « l'authenticité » et les « spécificités » de leur territoire.

2.3.2.3.5. Un vecteur de réflexion sur les aménagements « doux » du territoire pour les pratiques de pleine nature

La question des aménagements et des infrastructures pour les pratiques de pleine nature (réseau de sentiers, balisage et signalétique, cabane et refuge non-gardé, camp de bivouac...) est apparue à la fois centrale concernant l'encadrement et le développement des pratiques outdoor en général, et en même très complexe et épineuse dans les propos de mes interlocuteurs. Ce champ d'action a été abordé de manière très hétérogène en fonction des territoires, de leurs problématiques, du statut et des compétences de la structure interrogée.

Une partie des OT et OTI a spontanément répondu que cela ne relevait pas de leur champ de compétence et de mission, renvoyant la question vers les collectivités locales (communes, intercommunalités et départements) et les PNR lorsque leur territoire en relevait. Bien que cela ne les empêchait pas pour autant d'émettre un avis dans certains cas, d'autres éludaient ainsi la question.

La complexité de conception et de mise en œuvre des projets d'aménagement a aussi été largement pointée, recouvrant un enchevêtrement d'interlocuteurs et de domaines de compétences des collectivités, engageant des problématiques foncières, réglementaires et de responsabilité légale (notamment en matière de sécurité), mais aussi de coûts autant en investissement qu'en entretien. Aussi, il ressort globalement l'idée qu'il s'agit d'un sujet fondamental mais qui les dépassent et sur lequel ils n'ont que très peu de prise, déplorant dans de nombreux cas des formes de désengagement des collectivités (financièrement notamment).

En outre, parallèlement à ce constat de complexité et de capacité d'action limitée, cette question a été régulièrement associée à des dilemmes et aux problématiques de sur-fréquentation. En effet,

alors que je les interrogeais sur l'opportunité ou l'occasion que pouvait représenter le développement des pratiques de microaventure et plus généralement d'outdoor pour engager une réflexion sur le développement et l'adaptation des aménagements et des infrastructures dédiés aux activités de pleine nature, et notamment de la création de camps de bivouac, une partie de mes interlocuteurs ont rapidement pointé le dilemme entre « le besoin d'aménagement pour cadrer et rendre accessible à des débutants et l'objectif de conserver l'aspect naturel et peu aménagé des espaces naturels » ; et conjointement entre les objectifs d'encadrement, de canalisation et de sécurisation que de tels aménagements favorisent et le fait que cela puisse contribuer à développer encore plus les flux, les concentrations et les risques de dégradations sur les sites nouvellement aménagés.

Les problèmes générés par la sur-fréquentation et notamment ceux associés à l'accroissement constaté des pratiques de « bivouac et des feux de camp mal faits », souvent imputés à « des urbains qui font n'importe quoi », reviennent régulièrement dans les échanges comme des arguments en défaveur du développement de ce type d'aménagement (les camps de bivouac). Les cabanes dégradées et la question de leur entretien / réfection sont aussi évoqués dans certains territoires concernés et dans le même sens. Aussi, face à ces problématiques, certains interviewés mettent plus en avant des réflexions visant à aménager pour restreindre et canaliser plutôt que pour faciliter et développer. Et dans ce sens, le développement de la microaventure « en liberté » apparaît plus comme un facteur d'accroissement des problèmes que comme une solution.

Le développement des pratiques de bivouac (et dans une moindre mesure d'utilisation des cabanes accessibles aux randonneurs) ressort comme une question très épineuse, complexe et ambivalente. Mais plus généralement, c'est le sujet des aménagements et de l'adaptation de l'écosystème touristique local aux pratiques d'itinérances qui est soulevé au travers de ce point chaud qu'est le bivouac. En effet, plusieurs interviewés mettent en avant l'importance de la qualité et du développement des aménagements destinés aux pratiques outdoor pour accueillir, encadrer et canaliser leur accroissement et pour offrir une expérience de qualité et sécurisé aux pratiquants. Certains se disent favorables à leur développement et notamment concernant les camps de bivouac. A ce titre, les PNR, dont c'est plus directement le domaine de compétence, réfléchissent déjà à ces questions et notamment dans le cadre des prochains projets Espace Valléens. Chamrousse serait aussi en train d'intégrer des aménagements pour le bivouac autour de la retenue collinaire en cours de construction sur son domaine, notamment dans l'intention de proposer une alternative pour délester le site du Lac Achard sur lequel le bivouac est désormais interdit suite à d'importants problèmes de sur-fréquentation et de dégradation. Mais ces aménagements et le développement des pratiques d'itinérance en liberté soulève des oppositions et s'inscrit dans des conflits d'intérêt avec une partie de l'écosystème touristique des territoires concernés qui les perçoivent comme une forme de concurrence déloyale et/ou les critiquent car ils ne génèrent pas ou peu de retombées économiques. Certains interlocuteurs mettent aussi en avant le fait que leur territoire manquerait d'hébergements adaptés et d'infrastructures pour les activités outdoor itinérantes, alors même qu'ils constatent une augmentation des pratiques et de la demande dans ce sens ; et soulignent ainsi les problèmes d'incompatibilité avec les modèles de fonctionnement d'une grande partie de leur tissu de socio-professionnels et notamment des hébergements qui louent essentiellement à la semaine.

Au travers de cette question des aménagements, la microaventure soulève des problématiques plus générales et transversales relatives à leur utilisation, leur gestion et à leur financement ; mais aussi souligne les tensions et les problèmes d'adaptation des modèles de fonctionnement des écosystèmes touristiques locaux aux caractéristiques des pratiques d'itinérance douce. A ce titre, le pratique du bivouac apparaît comme un point de cristallisation de ces problématiques.

2.3.2.3.6. Un vecteur pour s'adresser aux habitants

Dans l'ensemble, il ressort des entretiens une orientation générale à considérer que les habitants ne constituent pas une cible évidente dans les actions et missions de promotion des organismes interrogés, ou de manière relativement secondaire et non déterminante dans la définition de leurs stratégies. Spontanément, les « locaux » sont considérés comme « autonomes », se « débrouillant seuls pour s'organiser », passant par des « réseaux affinitaires » et connaissant leur territoire. Leurs pratiques récréatives et de loisirs en nature seraient donc a priori hors-cadre pour les OT / OTI. En outre, le fait que mon panel soit majoritairement constitué de territoires de montagne introduit un biais constaté au travers d'un postulat spontanément partagé : les habitants pratiquants des activités outdoor en montagne sont supposés autonomes et voulant le rester.

Toutefois, plusieurs interviewés ont nuancé cette orientation générale et relativisé l'idée que le postulat selon lequel les habitants connaissent leur territoire et n'auraient pas besoin ou envie d'aide et de proposition, mettant en avant le fait que la microaventure « pourrait permettre aux habitants de découvrir d'autres parties » ou de « mieux connaître » leur territoire, de le « re-découvrir autrement » ou de le « vivre différemment », ou encore l'occasion de « rencontres avec d'autres habitants ». Toutefois, ces approches apparaissent secondaires à leurs missions principales qui seraient de promouvoir la destination au-delà de ses frontières et d'attirer des visiteurs extérieurs. Dans ce sens, ces considérations pour les habitants sont régulièrement pensées et dirigées vers les « néo-arrivants » ou « néo-ruraux » selon les territoires.

Une minorité de territoires a témoigné un intérêt et un positionnement plus marqué en direction de la « clientèle locale » et de leurs « loisirs » en général. Dans ces cas, les interlocuteurs mettent en avant un lien entre attractivité touristique et attractivité résidentielle, entre la valorisation et le développement des activités récréatives de pleine nature et la qualité de vie au quotidien. Cette approche est exprimée par des territoires très différents (ruraux et urbains) mais partageant la volonté d'attirer de nouveaux résidents à l'année et intégrant l'habitabilité récréative de leur territoire comme un facteur d'attractivité.

2.3.2.4. Le modèle économique de la microaventure

Cette question s'est avérée redondante à ce stade, renvoyant vers des éléments déjà abordés auparavant dans les questions sur le rôle des accompagnateurs et des prestataires d'activités outdoor, le développement d'offres packagées et la valorisation des hébergements dits « insolites », le développement du tourisme de proximité et des courts-séjours, et plus généralement des retombées économiques potentielles d'une offre de microaventure sur les territoires.

Toutefois, cela a fourni l'occasion à plusieurs interlocuteurs de remettre en avant les retombées « indirectes » potentielles même dans le cadre de microaventures en liberté, notamment au travers des consommations dans les commerces (alimentation, bar et restaurant...). La mise en avant des produits locaux a aussi été soulignée comme une retombée économique potentielle dans la mesure où les publics de la microaventure sont supposés sensibles à l'écologie et aux notions de circuits-courts et de consommation locale / responsable.

Dans l'ensemble, même mes interlocuteurs les plus convaincus par le concept pointent le fait que la microaventure représente encore une pratique de niche, se déclinant régulièrement en liberté et

donc ne générant pas d'importantes retombées économiques. Néanmoins, l'approche de ces acteurs institutionnels, particulièrement les OT et les OTI, étant principalement d'ordre promotionnel et de marketing territorial, la microaventure est abordé comme un outil, un concept permettant de valoriser et de communiquer sur les offres et les potentialités touristiques déjà présentes sur les territoires et qui pourraient en relever.

Recoupant les observations faites dans la section précédente, il est paradoxal de constater que le concept de microaventure, pourtant centré sur la notion de proximité et de vivre l'aventure près de chez soi (sur son propre territoire), n'apparaît que très marginalement associé à des réflexions sur la clientèle locale et les pratiques récréatives des habitants ; et croisé avec à des réflexions sur l'attractivité résidentielle et l'économie territoriale.

2.3.2.5. La microaventure comme facteur de transition

Comme pour les acteurs privés, je terminais l'entretien par une question ouverte sur la capacité de la microaventure à répondre à des enjeux du secteur du tourisme, notamment en matière de transition écologique et sociale. Il faut préciser au préalable que la question a été reçue par certains avec circonspection, comme si la réalité du concept et des pratiques qu'ils recouvrent semblait anecdotique par rapport à l'ampleur de l'enjeu mis en regard. Aussi, dans l'ensemble, les réponses ont été formulées en des termes comme « contribuer à », pourrait « aider », va dans le « bon sens », relativisant la capacité de cette « tendance » à influencer significativement sur les enjeux du secteur et de leurs territoires. En outre, arrivant en fin d'entretien, les réponses ont souvent été relativement courtes et renvoyant vers des propos précédents.

Aussi, la microaventure a régulièrement été associée à « des tendances de fond » du tourisme, voire s'inscrivant dans un « mouvement de fond de la société », dans la mesure où elle se situerait au « croisement de beaucoup d'aspects comme la proximité, l'environnement, le développement des mobilités douces, l'accessibilité économique » allant dans le sens du développement d'une forme de tourisme plus durable et écologique. Le lien est aussi régulièrement fait avec l'évolution perçue des attentes et des comportements des touristes en faveur du « slow-tourisme », du « tourisme de proximité », d'une critique du tourisme de masse et d'une inclination vers des formes de consommation et des pratiques se voulant plus « responsables ». Aussi, tout en relativisant la portée du concept et de l'ampleur des pratiques qu'il recouvre, une grande partie de mes interlocuteurs se disent que la microaventure « pourrait » constituer « un outil parmi d'autres » pouvant participer à la transition du secteur, que cela « va dans le bon sens en termes de valeurs ».

De manière plus marginale, certaines destinations remettent en avant l'idée que cela pourrait contribuer à la transition écologique et sociale du secteur dans la mesure où (et si) la microaventure permet de lier tourisme et développement local, notamment si cela permet de développer une activité sur toute l'année et ainsi contribuer de manière plus transversale à l'économie et à la vie locale. On retrouve ici le lien fait avec l'attractivité résidentielle et l'habitabilité récréative, mais cela n'est pas formulé explicitement en ces termes bien que l'objectif de participer à l'attirer de nouveaux habitants a été parfois avancé par quelques OT / OTI.

Et il faut aussi mentionner qu'une autre partie des acteurs interviewés pondère largement la portée de cette tendance qualifiée péjorativement de « marketing », perçue comme « incontournable » car « à la mode ». Bien que revendiquant des objectifs et des valeurs qu'ils valident par ailleurs, ils

s'avèrent plus sceptiques sur sa capacité à constituer un véritable facteur de changement et de transition.

2.3.3. Les pratiquants

Pour compléter mon panel d'étude de terrain, mon intention était de recueillir aussi la parole et le point de vue de pratiquants. Conscient que la microaventure recouvre un ensemble très large et diversifié de pratiques dites « outdoor », principalement en pleine nature mais pas uniquement, la difficulté était de réussir à rencontrer des pratiquants s'identifiant et s'inscrivant délibérément dans cette tendance. En effet, partant du postulat que de nombreux pratiquants de ce qui pourrait être qualifié de microaventure ne s'en revendiquent pas, soit parce qu'ils ne connaissent pas le concept, soit parce qu'ils ne s'y reconnaissent pas, j'ai décidé de me tourner vers une communauté existante et constituée autour d'un des acteurs privés pionniers. Cette porte d'entrée m'apparaissait comme la plus pertinente pour m'assurer de rencontrer des pratiquants s'inscrivant sciemment dans le cadre de la microaventure.

Partant de ce choix de départ, j'ai identifié ce qui m'est apparu comme une bonne opportunité : l'organisation par la structure 2 Jours Pour Vivre de sa première session à Lyon de l'École de la Microaventure. Au regard du positionnement relativement « militant » et proche de la définition initiale du concept, cela semblait constituer une bonne occasion pour rencontrer et recueillir le point de vue d'aspirants pratiquants de la microaventure dans sa forme la plus originelle. Je me suis donc inscrit à cette session au mois de juin 2021 se déroulant à Lyon. Malheureusement, ma démarche s'est avérée infructueuse car le nombre de participants était très faible et sa composition relativement biaisée et non représentative.

Il me semble important de re-préciser mon intérêt et mon implication personnelle vis-à-vis du sujet de ce travail. En effet, on peut dire que je suis un pratiquant de microaventure et plus généralement d'activité outdoor et de voyage en itinérance ; et la participation à ce projet d'École de la Microaventure m'intéressait aussi à titre personnel. Aussi, je mobiliserai mon expérience et ma perception du concept et de ses pratiquants dans les développements qui vont suivre.

2.3.3.1. Les limites et les difficultés rencontrées dans l'enquête

Pour mon travail de terrain en direction des pratiquants, je m'étais donc focalisé sur cette session de l'École de la Microaventure organisée le 12 juin 2021 à Lyon. Nous étions 6 participants dont moi et 3 autres personnes étant aussi venues en tant qu'observateur pour des raisons professionnelles :

- une professionnelle du tourisme qui s'est dit être venue pour en apprendre plus sur le concept en lien avec son projet de création d'entreprise, mais aussi par intérêt d'ordre personnel.
- une enseignante / chercheuse en marketing intéressée par le concept
- une porteuse de projet, étant amie avec l'enseignante / chercheuse, dont les activités recoupent l'univers de la microaventure et qui était donc aussi venue en partie pour des raisons d'ordre professionnelle.

Aussi, on peut considérer qu'il n'y avait que 2 participants dont la présence relevait uniquement de l'intention de s'initier à la pratique de la microaventure.

En outre, la présence d'une majorité de personnes venue « observer » et/ou avec une posture plus professionnelle a influé sur le cours de la journée et notamment sur les échanges. Les discussions

ont régulièrement pris une tournure plus professionnelle, maintenant souvent en marge les 2 participants « neutres » qui se sont peu exprimés.

Enfin, le programme de la journée était relativement chargé, composé de temps de présentation de la conception de la microaventure selon la structure, de réflexion sur les enjeux et les impacts de nos pratiques touristiques en regard des enjeux environnementaux et d'atelier pratique pour apprendre à concevoir et organiser par soi-même ses microaventures. Il n'y a eu que peu de temps mort et de moment propice à l'échange entre participants. A la fin de la journée, nous n'avons pas eu le temps de terminer par un moment de convivialité qui m'aurait permis de m'entretenir avec les 2 participants neutres.

Je n'ai donc pu recueillir que peu d'information sur ces 2 participants, dont voici les quelques éléments de présentation et de synthèse que j'ai pu en retirer :

- Il s'agissait de 2 ami-e-s de 25 ans, s'étant motivé mutuellement pour venir.
- Un jeune ingénieur récemment diplômé et travaillant dans l'informatique, pratiquant débutant de randonnée à la journée et souhaitant aller plus loin, apprendre à s'organiser pour se lancer dans des microaventures, faire des sorties avec bivouac et aller à la découverte de son territoire (le département de la Loire) qu'il se dit finalement mal connaître. Il a pointé aussi son envie de développer des activités qui lui permettrait de rompre avec son quotidien routinier, tout en prêtant une attention à la dimension éco-responsable de celles-ci.
- Une jeune femme en formation dans l'ESS, aussi pratiquante de randonnée pédestre à la journée, qui aime la nature et souhaite aller plus loin dans sa pratique, apprendre à s'organiser pour réaliser des microaventures par elle-même. Elle a aussi pointé son intérêt et sa sensibilité pour les questions écologiques et le tourisme durable.
- Dans les 2 cas, l'apprentissage des techniques de bivouac était fortement mis en avant, associé à l'objectif de devenir autonome et d'apprendre à s'organiser par soi-même.
- Deux aspects semblent ressortir chez ces 2 participants : la recherche au travers de cette école d'une aide et d'un accompagnement pour « se lancer » (une forme d'empowerment) ; et l'association de la microaventure à un engagement dans une pratique récréative éco-responsable et durable.

Dans l'ensemble, mon terrain en direction des pratiquants s'est avéré infructueux, ne m'ayant pas permis de recueillir suffisamment de données. Compte tenu de la date avancée dans le planning de réalisation de ce travail, je n'ai pas eu le temps de me retourner et de me lancer dans une autre recherche de terrain sur cette cible.

2.3.3.2. Des pratiquants difficiles à cerner

Malgré l'insuccès de mon terrain, je vais essayer d'apporter quelques éléments de réflexion et d'analyse sur les pratiquants de la microaventure. Que sait-on d'eux ? Partagent-ils des caractéristiques ou des motivations communes ? Est-ce qu'ils investissent de la même manière et le même sens dans ces pratiques ?

Il me semble que le premier biais pour répondre à ces questions vient du fait qu'il apparait difficile de bien définir et circonscrire « les pratiques » concernées pour ensuite remonter vers les pratiquants. Comme nous avons pu le voir précédemment, la microaventure recouvre un ensemble très vaste et hétéroclite de types, de formats et de déclinaisons de pratiques récréatives, majoritairement en nature mais pas uniquement. Cette hétérogénéité semble d'autant plus s'accroître à mesure que de nouveaux acteurs du tourisme, au premier rang desquels les

destinations, s'emparent du concept et régulièrement dans l'optique de s'adresser à « tout le monde ». D'ailleurs, l'ambition première du concept n'était-elle pas de rendre l'aventure accessible au plus grand nombre. Aussi, la définition que j'ai qualifié « d'initiale » laissant déjà beaucoup de place à des déclinaisons variées et à des interprétations de ses contours, son appropriation croissante par de nouveaux acteurs semble en élargir toujours plus le périmètre.

Aussi, si toute forme d'activité outdoor engageant une forme de « décalage » avec son quotidien peut être rapprochées de la notion de microaventure, on aboutit potentiellement très vite à un corpus de pratiquants tout aussi vaste, diversifié et hétéroclite que les pratiques concernées. On retombe ici sur le dilemme de la définition et du périmètre des pratiques et donc des pratiquants considérés. Quels sont les points communs entre un trentenaire parisien louant un paddle à la journée pour naviguer quelques heures sur la Seine ou la Marne sur le temps d'un WE et ne pratiquant pas par ailleurs des activités outdoor et/ou itinérantes en pleine nature durant ses vacances ; et un habitant de Lyon consacrant la majeure partie de ses temps libres (WE et vacances) à pratiquer des activités outdoor, à la journée et en itinérance, dans sa région ; ou encore un habitant de Grenoble, grand pratiquant de ski de randonnée et d'activité outdoor à la journée autour de chez lui sur le temps de ses loisirs, mais aussi grand amateur de voyage à l'autre bout du monde pendant ses vacances et de city-trip sur ses longs WE ? A un moment donné, sur le temps d'une pratique donnée, il est possible de les considérer comme des pratiquants de microaventure, quand bien même leur conception et leur manière d'investir leurs pratiques récréatives et touristiques peuvent apparaître très différentes.

Partant de mon expérience personnelle et de mes réseaux relationnels, je connais un certain nombre d'habitants de grandes agglomérations réalisant régulièrement et depuis bien longtemps des « sorties » en montagne ou plus généralement en nature sur le temps d'un WE, incluant une nuit en bivouac ou en cabane selon les saisons, mais ne se reconnaissant pas et ne se considérant pas comme des pratiquants de microaventure. Dans ces connaissances, il y a d'ailleurs des personnes aux opinions et aux engagements relativement différenciés en matière de préoccupations environnementales et d'écologie. Il est bien évidemment impossible de généraliser à partir de mon cas de figure, mais mon intention était juste d'illustrer la difficulté à cerner et à saisir des éléments de connaissance et de caractérisation des pratiquants d'un champ de pratiques aussi vaste et hétérogène, aux contours flous et s'appuyant sur des notions aussi relatives que « l'aventure » et le « dépaysement » dans le champ du tourisme.

Néanmoins, comme nous l'avons déjà évoqué, les structures que j'ai qualifié de « pionnières » transmettent des informations et des éléments de caractérisation de leurs publics, globalement repris et utilisés par les acteurs institutionnels dans leur appropriation du concept. Le profil de grand urbain, plutôt jeune (25-40 ans), CSP+ à la sensibilité écologique est largement avancé. Mais il ressort aussi un aspect qui me semble significatif : le public cible est régulièrement qualifié de « connecté », voire « hyperconnecté », appartenant à des « communautés ». En effet, au même titre que des éléments socio-économiques, culturels ou géographiques, le type de médiation, les moyens de communication et d'interaction entre pratiquants et avec les sources d'informations ou d'offres, la manière de percevoir et de retranscrire l'expérience (partageable, instagrammable) semble constitutive de la manière de caractériser le public de la microaventure. Le type d'intermédiation, la forme et le vecteur du message semble constituer une caractéristique marquante et différenciante, pouvant contribuer à expliquer l'aspect générationnel et l'âge du public de la microaventure qui se reconnaît comme tel (plus que la nature des pratiques en elle-même). En l'absence de données suffisantes et quantitatives sur le sujet, il s'agit là de conjectures fondées sur mes quelques observations.

Enfin, concernant les manières d'investir la pratique de la microaventure, les motivations et le sens donné à la réalisation de l'activité, je terminerais cette partie en revenant sur l'article « Microaventure : Vers une autoproduction sauvage de l'expérience touristique » publié cette année dans la revue *Management et Avenir* par Hélène Michel, Marielle Salvador et Dominique Kréziak. Ces enseignantes / chercheuses en sciences de gestion et marketing ont réalisé une enquête qualitative in-situ auprès de 3 groupes réalisant une microaventure, à savoir l'ascension du Mont Aiguille un jour de semaine hors vacances scolaire et incluant pour 2 d'entre-eux une nuit au sommet. S'attachant à observer et à analyser les manières de donner du sens à leur expérience et les ressorts motivationnels et symboliques mobilisés, elles ont dégagé 3 catégories / types de manières de vivre et d'investir l'expérience : « les performants » centrés sur la pratique en elle-même, « les collectionneurs » qui viennent ajouter une réalisation à « leur liste d'expérience à vivre une fois dans leur vie » et « les joueurs » caractérisés par une recherche d'hédonisme et de détournement ludique. En plus de mettre en exergue des rapports et des manières d'investir la même expérience de manière différente, les auteures soulignent que les pratiquants s'inscrivent dans une forme « d'optimisation du temps », visant à « intercaler des activités significatives » (les microaventures) permettant de « vivre l'extraordinaire dans les interstices d'une vie quotidienne ordinaire », sans remettre en cause le cours et les cadres de son existence habituelle. Relisant ces observations selon la grille de lecture des formes culturelles des pratiques récréatives, ces pratiquants semblent s'inscrire, avec des nuances selon les catégories décrites, dans le registre postmoderne, s'appuyant sur des logiques de transgression et décalage ludique pour créer des expériences centrées sur la sensation et la construction symbolique et artificielle de situation « extra-ordinaire ». Pour autant, certains aspects relevant de ce que les auteures ont appelés « l'autoproduction sauvage » associé à la catégorie des « joueurs » peuvent être rapprochés de la forme transmoderne des pratiques récréatives dans la mesure où on y retrouve une recherche de transversalité entre les sphères de l'existence sociale et d'hybridation entre différents champs de pratiques (sportives, culturelles, gastronomiques), d'une forme d'au-delà et de dépassement du tourisme actuel. Toutefois, le contenu de l'article ne permet pas d'apprécier la dimension éthique et les valeurs investies dans la pratique. Il mentionne néanmoins dans ses développements et les analyses du processus « d'institutionnalisation » possible du concept le fait que « les pratiquants ne souhaitent pas forcément changer le secteur du tourisme » ; ce qui relativise le rapprochement avec la forme transmoderne.

Pour conclure, il apparaît difficile de cerner et de caractériser les pratiquants de la microaventure, qui semblent constituer un ensemble relativement vaste et hétérogène :

- De par le spectre très large de type, de format et de déclinaison possible de pratiques récréatives que recouvre le concept.
- De par la relativité même des notions à partir desquelles elle se définit (l'aventure, le dépassement, le décalage avec son quotidien)
- De par la diversité des motivations et des manières d'investir sa pratique
- De par le fait qu'il est probable qu'une partie d'entre eux ne s'identifient pas au concept malgré des pratiques qui pourrait en relever.

Il me faut toutefois relativiser ces observations qui se fondent sur peu de données qualitatives et quantitatives fiables et qui sont plus à considérer comme des conjectures.

3. LA MICROAVENTURE, UN MARQUEUR ET/OU UN FACTEUR DE TRANSITION ?

Parti initialement d'une niche de pratiquants et d'initiatives privées évoluant en marge du champ touristique dominant, le concept de microaventure s'est progressivement diffusé et a fait l'objet d'un processus d'appropriation par un nombre croissant d'acteurs du tourisme, notamment par les destinations, à la faveur de la crise sanitaire. Dans ce contexte, ses caractéristiques s'intégraient dans les contraintes imposées et correspondaient aux attentes d'une population urbaine confinée. Mais au-delà de ce contexte exceptionnel qui a joué un rôle d'amplificateur, la microaventure faisait déjà l'objet d'une attention croissante de la part des médias et d'une partie du secteur du tourisme dans la mesure où elle se faisait l'écho de plusieurs « tendances de fond » identifiées et en cours d'intégration dans les stratégies des acteurs privés et publics du modèle dominant (les préoccupations environnementales et le désir de reconnexion avec la nature, le développement des mobilités douces et du slow-tourisme, la revalorisation des destinations locales et du tourisme de proximité, la recherche d'authenticité et d'expérience signifiante, etc.).

Après avoir tenté de recontextualiser le concept dans l'histoire du tourisme, de le définir et de le caractériser, d'en présenter les principaux acteurs et les diverses déclinaisons tant pratiques et professionnelles que symboliques et culturelles, je vais m'attacher dans cette partie à discuter et à proposer une analyse socio-culturelle de toutes ces observations, en suivant le fil de ma problématique : est-ce que la microaventure peut être considérée comme un marqueur et/ou un facteur de la transition écologique et sociale du tourisme ? Qu'est-ce que son émergence raconte sur l'évolution des représentations, des comportements et des attentes, des pratiques et des modèles d'activités touristiques et récréatifs de notre époque ? Est-ce que la microaventure pourrait être considérée comme un facteur de transition de nos pratiques récréatives ? Ou est-ce qu'elle en constitue plutôt un marqueur, une nouvelle traduction, une nouvelle manière d'exprimer par une appellation nouvelle des pratiques et des dynamiques déjà en cours ?

Pour cela, je m'appuierai essentiellement sur une double grille de lecture conceptuelle, croisant l'approche des processus de transition développée dans le cadre des « transition studies » et les recherches sur les notions « d'après-tourisme » et « d'alternatives au tourisme » développées en géographie culturelle, notamment par Philippe Bourdeau, pour aborder les mutations et les recompositions en cours au sein et vis-à-vis du champ du tourisme dans nos sociétés contemporaines en prise avec de multiples crises et facteurs de vulnérabilité systémiques.

Dans un premier temps, j'aborderai la question sous l'angle des représentations et des imaginaires associés à la proximité et à l'aventure, pour interroger l'intention affichée par la microaventure de réinventer un imaginaire de l'aventure sans avoir besoin de se projeter à l'autre bout du monde. Ensuite, je questionnerai le rapport à la notion de nature mis en oeuvre dans le cadre de la microaventure et à l'approche pédagogique et d'autonomisation qu'elle sous-tend à certains égards. Par la suite, j'analyserai le concept en le rapprochant de la notion d'itinérance douce (souvent qualifié sous le vocable du slow-tourisme) pour mettre en exergue la manière dont la microaventure s'est construite sur les bases d'un domaine de pratique existant et le mettre en perspective et en regard des difficultés que ce domaine rencontre dans son développement et ses rapports avec le système touristique dominant. Enfin, je terminerai en abordant la dimension socio-économique, les difficultés à traduire le concept dans un modèle économique et les trajectoires /

interactions potentielles de la microaventure avec le système touristique dominant, à l'échelle nationale et des territoires, en regard des évolutions constatées et abordées dans la partie 2.

Compte tenu des limites de mon étude de terrain, de son approche qualitative et du caractère émergeant et mouvant de l'objet observé, les analyses et développements qui vont suivre comportent une large part de subjectivité, de conjecture et d'intuition dont il faut tenir compte à la lecture.

3.1. La microaventure comme processus de reconstruction d'un « Ailleurs désirable » dans la proximité

Le tourisme s'est construit dans ses formes modernes sur la construction d'espace-temps spécifiques et fondés sur des dialectiques distinctives entre l'Ici et l'Ailleurs, entre le quotidien ordinaire et le dépaysement du lointain, entre le connu et l'inédit, entre la routine et l'inhabituelle, dans une recherche d'altérité et de rupture avec son environnement, sa vie et ses habitudes courantes. Le tourisme serait ainsi un déplacement vers un ailleurs (on dit bien « partir en vacances ») qui est conçu et construit pour être différent de son quotidien. Au-delà du caractère géographique de ce déplacement, ces destinations de vacances sont construites et fondées sur des représentations culturelles et symboliques qui les rendent désirables et attractives selon différents registres (paysager, historique et architecturale, culturelle, gastronomique, activités spécifiques, etc.). Mais c'est bien l'écart et la différence avec son quotidien qui constitue la notion d'ailleurs sur laquelle s'est développé le tourisme moderne, dans une forme d'opposition avec la notion de proximité qui renvoie plus au commun, à l'habituel et au connu qu'à cette recherche d'altérité et à ce qu'on pourrait qualifier dans ce cadre d'exotisme.

Dans le champ du tourisme et des loisirs de plein air, la notion d'aventure a constitué un registre symbolique et de représentation culturellement construite pour incarner et qualifier des expériences touristiques dans des ailleurs présentant un fort degré d'altérité. Renvoyant à toute une histoire et une mythologie littéraire des grandes expéditions et explorations du monde, fait de récits épiques et d'épopées ponctuées d'épreuves et de découvertes insoupçonnées, le registre de l'aventure est fortement associé à l'idée du « véritable voyage » et à des destinations lointaines, exotiques, sauvages et inconnues. Aussi, à une époque où les moindres recoins du monde émergé sont connus et cartographiés, où on peut se déplacer rapidement et facilement, où la sécurisation et la prévisibilité de nos actions et activités sont attendues (voire exigées), il est significatif de voir ré-émerger la notion d'aventure associée à celle de la proximité dans le champ du tourisme. Avec en toile de fond les crises environnementale, économique, sécuritaire et maintenant sanitaire, cette forme de contre-pied et de réinterprétation de la notion d'aventure traduit une intention de rupture symbolique et culturelle avec l'imaginaire du voyage d'aventure et d'une forme de réenchantement du local.

3.1.1. Réinvestir l'imaginaire de l'aventure pour réenchanter la proximité ?

Au travers de sa proposition apparemment paradoxale de « vivre l'aventure près de chez soi », « sans aller à l'autre bout du monde », « sur le temps d'un WE », la microaventure réinvestit l'imaginaire de l'aventure en le recontextualisant dans l'espace-temps supposément impropre et contradictoire avec sa signification originelle qu'est la proximité et le quotidien. Pour cela, elle propose en quelque sorte un mode opératoire consistant à se mettre dans les conditions de

l'aventure en se décalant avec son mode de vie habituelle, avec sa condition de sédentaire, en sortant de sa zone de confort et en introduisant volontairement un certain degré d'imprévisibilité et de difficulté. La dimension aventureuse est ainsi construite par une mise en situation reproduisant les caractéristiques de ce type d'expérience et non plus par un contexte géographique et culturel porteur en lui-même de ces caractéristiques. Il ne serait plus ainsi nécessaire de se déplacer vers un pays exotique et lointain pour vivre une expérience forte, intense et décalée par rapport à son quotidien ; mais il suffirait de se mettre dans les conditions de l'aventure en se décalant temporairement de son environnement et de son mode de vie habituel, de son cocon de confort et de sa condition de sédentaire le temps d'un WE. C'est dans cette perspective que les pratiques d'itinérances douces en milieu rural et naturel sont mobilisées comme vecteurs et moyens pour construire et créer ce décalage. Le fait de dormir dehors, d'éprouver son corps par la marche ou le vélo, de descendre une rivière en canoë, de passer la nuit dans une forêt, d'apprendre à monter un camp et à « survivre » dans la nature, constituent ainsi des manières de sortir de sa « zone de confort » pour créer une expérience « extra-ordinaire », pour vivre une aventure.

Ce mode opératoire se conjugue aussi avec un procédé de re-lecture et de transfiguration des espaces investis par la microaventure. Complétant la construction symbolique de l'expérience de l'aventure, les lieux de la proximité (dans un sens variable du local au national) sont ainsi revisités et associés à des territoires lointains, sauvages et évoquant l'aventure dans la manière de décrire et de communiquer sur les expériences proposées. On ne va pas randonner sur le Plateau du Cézallier mais on va traverser des steppes mongoles au coeur de la France ; on ne descend pas une rivière en canoë dans les Ardennes Belges, on s'immerge dans le Yukon à 2h de train de Paris.

Par ce double procédé d'un mode opératoire et d'une transfiguration symbolique, la microaventure permettrait ainsi de vivre, de voir et d'expérimenter différemment un espace-temps communément considéré comme banal et familier. Comme je l'ai déjà évoqué, ce procédé pourrait s'apparenter à certains égards à une forme de « néo-situationnisme » et aux démarches imaginées par le tourisme expérimental pour déjouer et détourner les codes du tourisme afin de mieux les critiquer et les remettre en question. Toutefois, jusqu'où ce rapprochement peut-il être poussé ? Est-ce que ce procédé de re-lecture et de transfiguration de l'espace-temps du quotidien est-il porteur d'une visée transgressive, contre-culturelle ou alternative ? Est-ce que la microaventure ne concoure pas à réintroduire de l'altérité et à reconfigurer la dialectique entre l'Ici et l'Ailleurs à une nouvelle échelle ?

Dans ce sens, il est signifiant de constater que la microaventure s'est initialement développée à Paris et dans les grandes métropoles, par et implicitement pour des urbains. Ce point de départ permet d'éclairer le mode opératoire qui tend à décaler ses pratiquants de l'environnement et du mode de vie citadin, pour aller chercher dans les espaces ruraux et naturels de proximité une forme d'altérité par rapport à leur quotidien. La microaventure propose ainsi de rompre sur un temps court avec son mode de vie et son confort urbain pour mieux y revenir ; la proximité des espaces investis permettant d'intégrer plus souvent et plus régulièrement des expériences extraordinaires dans les interstices du quotidien sans volonté de le changer.

La microaventure peut ainsi être considérée comme une manière de réintroduire une forme d'altérité dans la proximité, ici les espaces ruraux et naturels, accentuée par les procédés de transfiguration et de mobilisation de pratiques et d'une symbolique de l'aventure. Dans ce sens, elle ne remettrait pas en cause la dialectique entre l'Ici et l'Ailleurs sur laquelle se fonde le tourisme moderne mais participerait plutôt à déplacer et recréer un Ailleurs dans les proximités des grandes villes. En tirant le trait, on pourrait considérer que la microaventure mettrait en scène une forme d'exotisme rural, s'appuyant sur l'écart et l'altérité (perçu et/ou réel) entre les

environnements bio-physiques et les modes de vie des grandes villes et des campagnes / montagnes. La thématique de la (re)découverte, de la rencontre, de l'immersion, de la reconnexion avec les milieux naturels, mais aussi avec les modes de vie et les habitants de ces espaces, est régulièrement mise en avant par les acteurs de la microaventure, soulignant en creux cette distance et cette différence perçue. Ces espaces ruraux et naturels « à proximité » deviendraient ainsi de nouveaux territoires d'aventure et d'expérience de l'altérité, de nouveaux « Ailleurs » à (ré)explorer.

Toujours en lien avec cette origine urbaine, l'émergence du concept peut aussi être replacé dans le contexte de la mondialisation et de la prise en compte croissante des enjeux écologiques de la part d'une partie des habitants des grandes métropoles. L'aspiration à des pratiques touristiques plus éco-responsables et à réduire ses impacts environnementaux, et notamment le recours à l'avion, sont très présents dans les discours et les motivations des acteurs et des pratiquants de la microaventure. Sa pratique est présentée comme une alternative plus vertueuse et durable au tourisme conventionnel (ou au tourisme de masse), particulièrement en regard et en opposition à la figure du « city-break » qui est régulièrement mis en avant comme l'emblème du sur-tourisme. Aussi, pour un public urbain relativement bien intégré à la mondialisation, la microaventure peut être considérée comme une manière de réorienter et de relocaliser une partie de ses pratiques touristiques à l'échelle nationale qui est ici perçue comme une forme de réinvestissement du « local » par rapport au « global ». Recoupant l'idée d'un tourisme de proximité s'appuyant sur la mise en scène d'une forme d'exotisme rural, on peut en effet supposer que le quotidien d'un habitant de Paris ou de Lyon à de nos jours plus en commun avec celui d'un habitant de Londres ou de Rome, qu'avec celui d'un habitant d'un espace très rural et non-touristique.

La microaventure peut aussi être rapprochée de la notion de « touristification du quotidien » (Bourdeau, 2013) dans sa démarche de recodage et de transfiguration d'espaces et de lieux habituellement considérés comme ordinaires en théâtre d'expérience insolite et en terrain d'aventure. En effet, la microaventure se propose régulièrement de revisiter les espaces à proximité des grandes agglomérations et notamment d'investir des espaces « hors des sentiers battus » et surtout loin des hauts-lieux du tourisme de nature. La Picardie, le Perche, le Plateau de Millevaches ou le Morvan sont plus volontiers recherchés que le massif du Mont-Blanc, le Puy de Dôme, les Gorges de l'Ardèche ou le Cirque de Gavarnie. Les espaces peu ou pas touristiques sont ainsi privilégiés et valorisés dans le cadre de la microaventure comme des terrains d'aventure désirables justement parce que non dénaturés par le tourisme et de ce fait ayant conservés une forme « d'authenticité ». Au réinvestissement de la proximité s'ajouterait ainsi la revalorisation des espaces non-touristiques.

La microaventure peut ainsi être observée et analysée comme une démarche ambivalente qui d'un côté participe à une dynamique de recomposition et de dé-différentiation entre l'Ici et l'Ailleurs, de revalorisation des pratiques de proximité et de touristification du quotidien ; et d'un autre côté contribue à prolonger cette dialectique de l'Ici et de l'Ailleurs en réintroduisant de l'altérité dans la proximité (dans « le local » perçue en opposition au « global », à l'international), en s'appuyant sur ce double procédé de mise en situation d'aventure et de transfiguration symbolique qui tend à recréer un Ailleurs dans la proximité (que l'on pourrait apparenter dans certains cas à une forme d'exotisme rural).

3.1.2. Une contribution à la revalorisation des espaces ruraux non-touristiques et à une meilleure répartition des touristes sur le territoire national ?

Dans son acception initiale, la microaventure se présente comme une pratique alternative au tourisme de masse et plus particulièrement à la concentration du tourisme autour de destinations et de pôles d'attractions très touristiques considérées comme dénaturés et inauthentiques. C'est dans cette perspective qu'elle invite les pratiquants à (re)découvrir et (ré)investir les espaces qui ne sont pas (ou peu) identifiés comme touristiques à proximité de chez eux (la notion de proximité étant à géométrie variable selon les cas de figure), mobilisant régulièrement les registres du « hors des sentiers battus » ou « d'aller se perdre dans la pampa ». S'adressant principalement à un public urbain, la microaventure se tournerait ainsi prioritairement vers les espaces ruraux et naturels faiblement développés en matière d'activités touristiques, « les coins paumés hautement désirables ». Dans ce sens, on pourrait considérer la microaventure comme un levier de valorisation et de développement touristique pour ces territoires ; et par voie de conséquence d'une meilleure répartition des touristes sur le territoire national. Cet objectif est d'ailleurs explicitement exprimé (avec certaines nuances selon les cas de figure) par les acteurs pionniers, notamment lorsqu'ils interviennent dans le cadre d'atelier ou de prestation de conseil et d'accompagnement auprès de destinations, mais aussi dans les notes de tendances réalisées par les CRT sur la microaventure.

L'analyse de cette question dépend fortement de l'échelle à laquelle on la considère. Pour les acteurs qui opèrent à une échelle nationale (notamment privés comme les acteurs pionniers), la microaventure se traduit par une offre d'activités et de court-séjours générant des flux depuis les grandes métropoles vers des espaces ruraux et naturels à des échelles de proximité variable selon les structures (du très local accessible dans la journée au national pour un court-séjour de 3-4 jours, en passant par l'infrarégional ou les régions limitrophes pour des expéditions de 2-3 jours). Et ces offres valorisent majoritairement des destinations considérées et décrites par ces acteurs (notamment les acteurs pionniers) comme faiblement touristique, bien que cet aspect soit discutable selon les propositions et selon les structures. En effet, peut-on réellement considérer le Vercors ou les Calanques de Marseille comme des espaces faiblement touristiques. Les évolutions récentes de certaines structures pionnières tendent à relativiser cet aspect, notamment dans le cadre du développement de partenariat avec des destinations touristiques pour proposer des offres sur leurs territoires¹¹³. Toutefois, malgré ces réserves, le concept de microaventure tendrait à mettre en valeur et à contribuer au développement touristique de certains territoires ruraux et naturels faiblement touristique et situé dans une proximité géographique accessible sur un temps court (le format WE étant l'archétype de base). Dans ce sens, les questionnaires envoyés par la structure Madjacques aux participants à ces courses (comme celle dans la Creuse) abondent dans ce sens avec une part significative des répondants déclarant être revenus dans la destination découverte à cette occasion.

Toutefois, le mouvement d'appropriation du concept engagé depuis la crise sanitaire par un nombre croissant de nouveaux acteurs conventionnels du tourisme, et notamment de destinations, change la perspective et infléchit cette inclination initiale à valoriser prioritairement les espaces pas ou peu fréquentés et développés en la matière. En effet, des territoires fortement touristiques s'emparent de la microaventure pour valoriser leurs offres préexistantes et conforter leur attractivité, atténuant par principe cet objectif initialement porté par les acteurs pionniers de

¹¹³ A titre d'exemple, Chilowé développe des partenariats avec des destinations comme Savoie-Mont-Blanc pour proposer des offres sur des sites comme les Portes du Soleil ou le PN de Vanoise.

valoriser les territoires hors des sentiers battus par le tourisme¹¹⁴. Toutefois, comme nous avons pu l'évoquer précédemment, des destinations moins touristiques s'approprient aussi le concept pour valoriser leurs caractères naturels, préservés et authentiques, propices à l'aventure et au ressourcement loin des foules. A l'échelle des destinations elles-mêmes, on a pu constater une utilisation assez hétérogène du concept, autant pour valoriser des espaces moins fréquentés de leurs territoires que pour continuer de mettre en avant leurs « pépites » et autres lieux « incontournables ». Dans ce sens, la microaventure apparaît peu mobilisée pour agir sur les flux et leur répartition sur le territoire, pour désengorger les lieux très fréquentés au profit d'espaces qui le seraient moins. Cet aspect est fortement lié à l'existence de problèmes de sur-fréquentation ou non sur les territoires concernés mais il est ressorti des entretiens une appropriation du concept principalement sur un plan marketing, afin de conforter ou de renforcer l'attractivité de la destination en s'emparant d'une tendance montante à côté de laquelle on ne pourrait pas passer. En outre, la microaventure apparaît majoritairement utilisée par les destinations, mais aussi par les acteurs privés comme les agences de voyage et les prestataires d'activités outdoor, pour labelliser des activités et des offres préexistantes dont l'attractivité est fortement liée à la notoriété des lieux et des sites sur lesquelles elles prennent place. Il est en effet régulièrement ressorti des entretiens l'argument qu'il est plus évident de vendre des activités sur les sites « incontournables » sur lesquels se concentreraient la demande.

Aussi, le développement et la diffusion du concept de microaventure aboutirait à des dynamiques relativement différentes, contradictoires et ambivalentes selon les acteurs et les échelles, vis à vis de cet objectif de valorisation des espaces et des territoires moins touristiques et moins fréquentés, et d'une meilleure répartition des flux touristiques, que ce soit au niveau national ou à celui des destinations. En outre, il apparaît difficile, voire impossible, d'apprécier l'impact réel de la microaventure concernant cet objectif. Son émergence et son développement demeurent encore trop récents et limités à des niches de pratiquants et une poignée d'acteurs et de destinations (malgré le sentiment témoigné dans certains entretiens d'une large diffusion, voire d'une banalisation du concept). Mais surtout, il est particulièrement difficile et hasardeux d'identifier l'effet spécifique de la microaventure par rapport à d'autres tendances et dynamiques plus générales et préexistantes, et cela d'autant plus dans le contexte très particulier de la crise sanitaire. En effet, le développement du tourisme de proximité, du staycation, d'une revalorisation du local et d'un regain d'intérêt pour les destinations intra-régionales et/ou infranationales, notamment en lien avec une prise de conscience environnementale qui s'accroît dans la population ainsi que celle vis à vis des problèmes et des désagréments du sur-tourisme, étaient déjà à l'œuvre depuis plusieurs années. De la même manière que pour la microaventure, la crise sanitaire a joué un rôle de catalyseur et d'amplificateur pour le tourisme de proximité en général, et notamment en faveur des zones moins densément peuplées comme les campagnes et les montagnes (Dissart, 2021).

3.1.3. La microaventure comme pratique transformationnelle ?

Comme nous avons pu l'aborder dans la première partie, la notion d'aventure a partie liée avec l'histoire du voyage initiatique et des grandes explorations du monde. Elle comporte une dimension existentielle et transformationnelle qui dans une certaine mesure pourrait être rapproché de la notion de rite de passage. Le voyage qui implique dans une aventure amènerait le voyageur à rencontrer et à surmonter des épreuves et des dangers, à se confronter aux éléments et à l'inconnu, à s'adapter aux imprévus et à l'incertitude, à supporter l'inconfort de conditions difficiles et incertaines. De ce périple et de ces épreuves, le voyageur en sortirait transformé, enrichi et

¹¹⁴ A titre d'exemple : Avoriaz, Vallon Pont d'Arc, Côte d'Azur, ...

grandi par une expérience engageant le corps et l'esprit, faisant de lui un Homme différent et accompli. Cette vision mythologique du voyage d'aventure s'est notamment développée et articulée avec une conception romantique de la nature sauvage (la wilderness) comme état originel et pur avec lequel l'immersion dans la nature permettrait de renouer. Aussi, le champ du tourisme, et notamment des activités récréatives et éducatives de plein air, s'est très tôt emparé de cet imaginaire de l'aventure ; le développement d'une forme de tourisme dit « d'aventure » dans les années 70-80 en étant une des dernières déclinaisons.

L'émergence du concept de microaventure s'inscrit dans cette histoire et en mobilise certains aspects, du moins dans sa conception initiale et dans les discours et les écrits de ses acteurs pionniers. On retrouve en effet les idées de se lancer dans une forme d'inconnu, de réintroduire de l'imprévisibilité et de jouer à aller se prendre, de s'immerger et de se reconnecter avec la nature, d'engager son corps dans des formes de mobilités non motorisés, de s'éprouver en sortant de sa zone de confort, de se décaler de son quotidien (sous-entendu urbain). Mais dans quelles mesures peut-on considérer que la microaventure comporte cette dimension transformationnelle véhiculée par l'imaginaire romantique de l'aventure, d'un engagement dans une pratique et une expérience qui aurait un impact existentiel et profond sur sa vision du monde et son mode de vie ?

De manière assez transversale, on retrouve chez la plupart des acteurs de la microaventure l'engagement de valeurs éthiques et notamment d'ordre écologique et sociale, mettant en avant les idées de sobriété et de défense d'une forme de tourisme plus respectueuse de la nature et préservant les lieux visités, ses habitants et leurs modes de vie. Au travers de sa pratique, l'individu marquerait ainsi son adhésion à ces valeurs et son engagement dans une modification de ses pratiques touristiques et récréatives dans une perspective plus durable et respectueuse de l'environnement. Dans ce sens, la microaventure serait porteuse d'un changement de comportement et le marqueur (par extrapolation) d'une évolution du mode de vie de ses pratiquants. Toutefois, il s'agit là d'une pure conjecture et mon travail de terrain auprès des pratiquants ne me permet pas d'avancer des éléments probants dans ce sens. Il me semble en effet très difficile et hasardeux d'extrapoler que la pratique de la microaventure traduise nécessairement et dans tous les cas un engagement et une modification concernant l'ensemble de ses pratiques touristiques et récréatives, et encore moins d'une transformation plus générale du mode de vie de ses pratiquants.

Par contre, certains éléments déjà évoqués plus haut semblent abonder dans le sens inverse. En effet, la microaventure présenterait sous certains aspects les caractéristiques d'une forme d'optimisation et d'une quête d'efficacité dans la gestion de son temps et de son rapport aux pratiques récréatives. Comme l'ont observé Michel H., Salvador M. et Kreziak D. dans leur analyse d'un groupe de pratiquants, la microaventure permettrait d'intercaler des activités signifiantes dans les interstices d'un emploi du temps chargé, chassant les « temps morts » et nourrissant cette recherche de performance, de productivité et d'accomplissement dans toutes les dimensions de son existence qui serait le propre des classes dominantes contemporaines et urbaines, dites « aspirationnelles ». De part son format, l'originalité et l'intensité supposées de l'expérience vécue, la microaventure permettrait ainsi de se décaler et de rompre avec sa routine, de vivre une aventure sur un temps court, puis de reprendre le cours de son existence normale avec le sentiment d'avoir accompli quelque-chose « d'extra-ordinaire », de signifiant et de distinctif. Les auteurs soulignent le fait que les pratiquants observés n'investiraient pas la pratique d'une intention de modifier leur mode de vie ou d'influer plus généralement sur l'évolution du secteur du tourisme. En termes de forme culturelle des pratiques récréatives, cette manière d'investir la pratique de la microaventure pourrait être rapprochée d'une forme hyper-moderne au regard de cette surenchère dans la quête d'optimisation et d'efficacité jusque dans ses pratiques de loisirs du quotidien. Toutefois, bien que le concept se prête à cette façon d'investir la pratique, elle ne

correspond pas majoritairement aux observations et aux analyses de discours que j'ai pu réaliser lors de ce travail, notamment chez les acteurs pionniers et leurs communautés de pratiquants.

D'autres éléments apparaissent plutôt rapprocher la microaventure d'une forme post-moderne de pratique récréative. S'appuyant sur un procédé de mise en situation et sur des logiques de décalage et de jeu avec les codes socio-spatiaux des pratiques récréatives, de transfiguration et détournement symbolique des espaces-temps balisés du champ conventionnel du tourisme, la microaventure viserait à créer des expériences ludiques centrées sur les sensations, l'insolite et l'inédit, l'espièglerie et le festif. On joue à se perdre. On crée les conditions de l'aventure dans des espaces qui ne sembleraient pas s'y prêter et qu'on réinterprète comme autant de lointains et d'ailleurs symboliquement rechargés d'exotisme. On cherche à débusquer les interstices et les chemins de traverses dans le maillage spatio-temporel entre lieux et temps touristique / non-touristique, comme autant de terrain de jeu et d'aventure à proximité et hors des sentiers battus. On se lance des petits challenges et on mobilise des logiques ou des contraintes créatives pour générer du décalage et jouer de l'absurde. On sort de manière maîtrisable de sa zone de confort sur un temps court. L'objectif affiché n'est le plus souvent pas de réaliser des performances ou des exploits physiques, mais plutôt de vivre des expériences intenses et courtes qui permettent de rompre avec le quotidien et les aspects négatifs de la vie urbaine (le béton, la pollution, le bruit, le rythme effréné, ...), d'aller plus souvent « dehors ». L'engagement physique n'est pas le but mais plutôt le moyen de sortir de la ville, de se mettre en mouvement et de vivre une expérience hors du commun dans la « nature », cette dernière étant perçue comme le miroir inversé du milieu urbain. D'ailleurs, la primauté n'est à la découverte d'un lieu ou d'un milieu naturel précis mais le type d'expérience qu'on peut y vivre. La microaventure pourrait se déployer partout à partir du moment où on s'inscrit dans son mode opératoire et où on l'aborde avec son regard spécifique. Dans cette perspective, la microaventure s'inscrirait dans une logique du « comment », proposant un moyen et un accompagnement pour intégrer plus facilement et plus régulièrement des expériences relevant de l'aventure dans la nature, de mieux composer et compenser les contraintes et les désagréments d'un quotidien, d'un mode et d'un cadre de vie qui reste inchangé et sans intention de le modifier.

Néanmoins, d'autres aspects et éléments apparaissent relever d'une approche trans-moderne et plus précisément concernant les caractéristiques de la pratique de ce que Jean Corneloup qualifie de « forme éco-moderne ». Les idées de renouer avec des plaisirs simples et une forme de sobriété, de revaloriser les pratiques de proximité et les mobilités douces, de s'immerger dans la nature pour se ressourcer sont régulièrement avancées pour qualifier l'univers culturel et les pratiques de microaventure. Les engagements d'ordre éthique, environnementaux et sociaux, sont largement mis en avant avec l'objectif de contribuer à un changement des comportements touristiques et récréatifs. L'idée d'une « quête de sens » est souvent exprimés (confusément) en lien avec la recherche de l'aventure et d'une reconnexion « responsable » avec la nature. En outre, certains acteurs pionniers conçoivent et présentent la microaventure comme un « art de vivre » au quotidien, renvoyant à une recherche de mise en cohérence plus globale des pratiques récréatives avec les autres sphères de l'existence. On retrouve aussi les notions d'hybridation et de métissage des univers culturels dans certains projets, croisant les pratiques de pleine nature avec d'autres dimensions culturelles comme l'art et l'évènementiel, la découverte de pratiques artisanales et/ou agricoles, la transmission et l'apprentissage de connaissances et de techniques notamment sur les milieux naturels, mais aussi avec le développement personnel et une certaine forme spiritualité (yoga, méditation, vitalisme et ressourcement dans la nature, ...). Dans certains cas, la microaventure serait ainsi investi d'une dimension militante et transformationnelle plus forte, contribuant et/ou s'inscrivant dans des dynamiques de changement plus profond de vision du monde et de mode de vie. Il est d'ailleurs significatif de constater qu'une majorité des porteurs des projets pionniers décrits dans la partie 2 s'inscrivent dans des trajectoires de changement de vie et

de réorientation professionnelle en lien avec une pratique personnelle intense des activités de pleine nature et/ou suite à des expériences fortes de voyage et/ou d'itinérance longue. Toutefois, l'ancrage de la microaventure dans une approche trans-moderne ne semble pas majoritaire, notamment au regard des développements, des appropriations et des déclinaisons récentes qui en sont faites, autant de la part d'une partie de ses acteurs pionniers que de la part des acteurs conventionnels du tourisme qui s'en emparent.

Il ressort que la microaventure et ses pratiques ne seraient pas investies de manière univoque et pourraient se décliner et être associées à des représentations, des intentions et des logiques d'action s'inscrivant dans des formes culturelles différentes, hyper-moderne / post-moderne / éco-moderne (trans-moderne). A l'image de l'hétérogénéité constatée des formats, des types et des modalités d'organisation des pratiques et des activités dans lesquelles elle se traduit concrètement (Cf. Partie 2), il n'est pas surprenant de retrouver la même diversité dans les manières de l'investir culturellement et symboliquement. Cette tentative de classification et de caractérisation est plus à considérer comme une approche théorique pour essayer de dégager des catégories d'analyse archétypales. La réalité des pratiques et des manières de se les représenter est plus nuancée et composite, comportant des recoupements et des hybridations entre toutes ces formes culturelles qui composent en quelque sorte un mille-feuilles de couches sédimentaires s'étant ajoutées au fil de l'histoire du tourisme et des pratiques récréatives de pleine nature. Néanmoins, il me semble qu'à l'instant de cette étude, la microaventure serait principalement en tension entre les formes post-moderne et éco-moderne ; et que ses développements récents sembleraient majoritairement la tirer vers la forme post-moderne.

3.2. La microaventure et le rapport à la « nature »

Conjointement à la notion de proximité et à l'imaginaire de l'aventure, une autre caractéristique forte du concept me semble résider dans le(s) rapport(s) à la nature sur le(s)quel(s) il s'appuie. La microaventure s'est en effet construite dans une dialectique ville-nature qui peut aussi être lue comme une autre déclinaison de la dialectique entre l'Ici et l'Ailleurs. Pour l'essentiel, c'est dans la nature que les pratiques de microaventure se projettent pour aller chercher l'expérience de l'aventure et du dépaysement. Le déplacement vers et dans le milieu naturel est généralement présenté comme une condition, voire un objectif en soi de l'expérience. Il est ainsi souvent question « de mettre tout le monde dehors », « de se reconnecter à la nature », « d'ode à la vie sauvage » chez ses promoteurs.

Notion éminemment culturelle, la nature est une construction sociale qui varie selon les époques et les contextes, dont le champ du tourisme est largement partie prenante. Ce dernier s'est en effet historiquement construit sur des mises en scène et des types de valorisations du monde biophysique changeantes selon les époques. Il a participé à construire et à ancrer des représentations culturelles et des imaginaires de la nature, des paysages, de la mer et des rivages, des forêts, des montagnes, des plaines et des campagnes, mais aussi des caractéristiques climatiques comme le soleil et la neige, par et pour ses activités. La nature est ainsi investie selon une diversité de registres et d'imaginaires, comme source de bien-être et de thérapie, comme aménités pour jouer et se divertir, comme source d'émerveillement et patrimoine à préserver (Stock, Coëffé et Violier, 2020).

Élément central de sa pratique et de l'expérience qu'elle propose, dans quel(s) rapport(s) avec la nature est-ce que la microaventure s'inscrit ? Qu'est-ce que cela raconte sur son contexte

d'émergence et sur les attentes de ses pratiquants ? Dans quels enjeux et avec quelles visées, notamment écologiques, est-ce que cela s'inscrit ?

3.2.1. Un désir de nature dans une société urbaine

Il ressort assez nettement de mes observations que c'est essentiellement vers et dans le contact avec des milieux naturels que la microaventure va chercher et projeter les expériences aventureuses et le décalage avec le quotidien. Que se soit les acteurs privés ou publics, les activités proposées s'inscrivent globalement dans l'univers de « l'outdoor » et principalement en dehors des centres urbains, que ce soit à leurs lisières ou plus loin. Et lorsque que les microaventures sont envisagées dans les villes, ce sont les interstices et les poches de nature dans le tissu urbain qui sont investis (les rivières et les canaux, les parcs naturels urbains, les bois et les forêts situés à l'intérieur des aires urbaines, etc.). J'ai repéré quelques propositions relevant de l'exploration urbaine (Urbex) mais cela apparaît très marginal dans l'ensemble des offres observées.

Comme nous l'avons déjà mentionné, le concept a été imaginé et développé par des urbains et principalement pour des urbains. Il est d'ailleurs signifiant de constater que les principaux initiateurs / développeurs de la microaventure sont situés à Paris (et Alastair Humphreys est londonien). Ce ciblage public a ensuite été repris par les destinations et les acteurs locaux qui s'emparent progressivement du concept. Aussi, la microaventure traduirait et viserait à répondre à un désir et un besoin de nature d'une population majoritairement urbaine, et notamment de la part des habitants des grandes métropoles qui en seraient les plus éloignés. Les projets des acteurs pionniers mettent d'ailleurs régulièrement en avant l'intention d'aider, d'accompagner, de montrer qu'il est possible de vivre plus souvent et à proximité des expériences dans la nature, même lorsqu'on vit dans une grande métropole. La microaventure viserait ainsi à encourager et à fournir des « moyens » pour dépasser et compenser les contraintes associées au fait de vivre en ville lorsqu'on souhaite passer « plus de temps dehors » et que l'on aime « partir à l'aventure », « sans prendre un zinc à Roissy et poser 3 semaines de RTT ».

Dans ce sens, la microaventure s'inscrirait dans une perception de la nature en opposition et comme ce qui n'est pas le milieu urbain, ce qui est extérieur et différent de son environnement de vie quotidienne, un Ailleurs désirable justement parce qu'il permet de s'évader et de s'extraire des attributs négatifs associés à la vie dans les grandes villes. Le milieu naturel offrirait ainsi une forme d'altérité, une sortie de son contexte habituel et de ses repères. S'immerger dans la nature consisterait donc à se dépayser, se décaler et se mettre à l'épreuve d'un environnement autre et inconnu, comportant une dose de difficulté et d'imprévisibilité pour se déplacer, se repérer, faire face aux aléas du chemin, des éléments et de la météo. On retrouve ici le thème récurrent de la sortie de sa zone de confort. C'est dans ce sens que la nature constitue le terrain privilégié d'une expérience se voulant aventureuse.

Néanmoins, le rapport à la nature mis en scène par la microaventure ne semble pas univoque. Selon les cas, les acteurs et les formes culturelles dans lesquelles ils s'inscrivent, deux grands types de perception et de rapport à la nature semble se dégager :

- La nature comme terrain de jeu pour vivre des expériences aventureuses : on retrouve dans cette catégorie les pratiques de la microaventure qui sont centrées sur la recherche de sensation et d'expérience sensorielle inédite, fun et ludique, d'insolite et de nouveauté, de décalage et de dépaysement. S'appuyant sur les pratiques physiques et sportives de plein air pour se projeter et se déplacer dans un environnement différent, hors des repères et des

caractéristiques maîtrisés de son milieu de vie habituel, comportant un certain degré d'effort et de difficulté, d'inconnu et d'incertitude du fait de cet écart avec son quotidien, la nature procurerait ainsi un terrain propice à la recherche de ce type d'expérience. L'objectif premier est ici plus de vivre un type d'expérience, valorisant l'intensité du décalage et des sensations vécues, que de découvrir un lieu ou un milieu en particulier. Dans cette perspective, le milieu naturel constituerait davantage un outil et un moyen présentant les caractéristiques nécessaires pour générer l'expérience et les sensations recherchées. Le rapport à la nature s'inscrirait ainsi dans une logique ludique et une mise en scène de l'altérité sur laquelle reposerait l'intensité de l'expérience et des sensations vécues. Ce type de rapport à la nature se retrouve davantage dans les déclinaisons post-modernes de la microaventure et notamment dans ses développements récents et un grand nombre d'appropriation du concept par les destinations.

- La nature comme « wilderness » et source d'émerveillement : dans cette approche, la représentation de la nature s'inscrit plutôt dans une conception philosophique et esthétique héritée du romantisme dont nous avons déjà parlé dans la Partie 1. Sauvage mais aimable, la nature est ici considérée comme une forme d'état originel, un environnement perçu comme sain, ressourçant et apaisant dans lequel on s'immerge pour renouer avec cet état premier, pour s'évader et se couper d'un milieu urbain considéré comme pollué, stressant, artificiel, mais aussi standardisé et sécurisé. En effet, la microaventure met souvent en avant le thème des plaisirs et des bénéfices du retour « à la vie sauvage », à une forme de simplicité et de sobriété, pour décrire les expériences d'immersion et notamment de bivouac dans la nature. On retrouve aussi des références à la nature comme source d'émerveillement, d'émotion et d'un sentiment esthétique profond et quasi-spirituel, s'inscrivant dans les pas de la pensée de la wilderness américaine. L'expérience de l'immersion dans la nature est aussi régulièrement associée à une forme de « quête de sens » que les microaventuriers projetteraient dans ces pratiques récréatives (et par défaut qu'ils ne sembleraient pas trouver dans leur vie quotidienne et urbaine). Ce rapport à la nature comme une recherche d'immersion et de confrontation à la wilderness comporte une dimension transformationnelle et existentielle plus marquée qui se rapproche de la forme trans-moderne (ou éco-moderne) ; et se retrouve plus particulièrement chez une partie des acteurs pionniers et dans les déclinaisons de la pratique plus centrées sur l'itinérance.

De la même manière que pour les formes culturelles, la réalité des projets, des discours, des offres et des pratiques s'avère plus composite et on observe des recoupements et des gradations entre ces deux grands types de rapport à la nature mis en scène par les acteurs de la microaventure.

Enfin, il me semble important de replacer cette centralité du rapport à la nature dans le contexte plus global de la crise écologique. Rendue encore plus aigüe par la crise sanitaire, la prise de conscience des enjeux environnementaux poussent de plus en plus d'individus à reconsidérer leurs pratiques touristiques et récréatives, notamment dans le sens d'une réduction de leur bilan carbone et du recours à l'avion. L'émergence et l'écho qu'à trouver la microaventure dans ce contexte peut aussi être expliquée par le fait qu'elle propose une manière d'assouvir le désir d'un ailleurs et d'une altérité dépaysante dans la nature à proximité, comme une alternative au voyage dans des contrées lointaines. En cela, le succès relatif du concept semble témoigner de la persistance de la dialectique entre l'ici et l'Ailleurs que la microaventure participerait à réagencer et à recontextualiser en mettant en scène l'altérité dans les espaces ruraux et naturels infra-nationaux.

3.2.2. Une « école » de la nature et de l'écologie ?

La centralité de la notion de nature s'exprime aussi dans le thème et l'intention forte et récurrente de participer à sa préservation. Les préoccupations écologiques constitue une pierre angulaire de la microaventure qui se traduit aussi dans une dimension éducative. Les expériences proposées se veulent régulièrement « apprenantes », contribuant à la sensibilisation et à l'engagement en faveur de comportement plus respectueux des milieux naturels dans lesquels se projettent les pratiques. S'appuyant sur le désir de reconnexion avec la nature de la part d'un public urbain et partant du principe que l'on a plus tendance à protéger ce que l'on aime, la microaventure contribuerait à renforcer l'attachement et l'engagement dans la protection de ses espaces de pratique en facilitant et en participant à développer les opportunités d'aller s'immerger et s'émerveiller dans la nature.

Conjointement au fait de valoriser la proximité, la transmission de connaissances et de bonnes pratiques constituerait un second levier d'action de cet engagement en faveur de la transition écologique et sociale des pratiques touristiques et récréatives. Dans ce sens, la microaventure s'inscrit dans un mouvement plus global d'une recherche de ne pas être uniquement un consommateur mais aussi un acteur / actant de ses pratiques récréatives de la part des touristes. Dans ce sens, on peut faire le parallèle avec l'idée de « quête de sens » qui revient régulièrement dans les discours de ses promoteurs. Au travers de la pratique de la microaventure, le participant ne ferait pas que consommer / consumer l'espace naturel qu'il investi mais apprendrait et participerait à sa préservation.

Toutefois, comme nous l'avons déjà souligné, la conception initiale de la microaventure valorise fortement l'autonomie dans la pratique et se positionne dans de nombreux cas comme un agent autonome qui s'inscrit dans un processus gradué d'autoproduction pouvant aller jusqu'au un stade d'évasion et d'autonomie complète du pratiquant vis à vis des acteurs professionnels du tourisme (Michel H., Salvador M. Et Kreziak D.). Dans ce cadre, comment le processus éducatif et de transmission se structure t'il ? Par quels biais est-ce que la microaventure participe à la sensibilisation et à une forme d'éducation à la protection de l'environnement ? Quelles limites est-ce que cela soulèvent vis à vis de cet objectif ?

3.2.2.1. Un apprentissage de l'autonomie et de la préservation de l'environnement dans ses pratiques récréatives de nature

Dans sa conception initiale, la microaventure est principalement envisagée comme une pratique en autonomie dans le sens d'un non-recours à un opérateur professionnel prenant en charge l'organisation et l'encadrement du déroulement de l'expérience. Le fait de se débrouiller par soi-même, de tâtonner, de faire des erreurs et parfois de vivre des galères ferait partie intégrante du concept et de l'idée de se lancer dans une aventure. Toutefois, cette approche présente des limites et des inconvénients. D'un côté, elle peut laisser de côté les personnes qui n'oseraient pas se lancer seules et par elles-mêmes. En outre, elle peut aboutir à l'effet inverse en termes de sensibilisation et de préservation des environnements visités, laissant des pratiquants débutants livrés à eux-mêmes, sans les codes et les savoir-faire, commettre des erreurs et réaliser des actions néfastes et/ou gênantes pour les écosystèmes naturels ou les activités agricoles et sylvicoles.

Malgré leurs limites, les éléments et les observations glanées sur les pratiquants ciblés par les acteurs et le concept de la microaventure semble indiquer qu'il s'agirait principalement d'habitants

des grandes métropoles, plutôt débutants ou de niveau intermédiaire dans les pratiques sportives de pleine nature ; ce qui suggérerait un degré plutôt faible de connaissance des milieux et des territoires ruraux et naturels vers lesquels se projettent leurs pratiques. Partant de cette base, les premiers projets se sont structurés sur un mode communautaire et affinitaire, s'appuyant sur les réseaux sociaux et des médias en ligne dans un double objectif :

- Communiquer, fédérer et organiser : les premiers acteurs de la microaventure se sont ainsi structurés sous la forme de médias en ligne pour populariser et rassembler des communautés de personnes autour des principes, des pratiques et de l'état d'esprit du concept.
- Transmettre des informations et des connaissances : les médias ainsi constitués permettaient de transmettre et de regrouper toute une somme d'information, des idées et des itinéraires de microaventure à réaliser, des conseils pratiques et techniques sur les savoir-faire nécessaires pour se lancer, mais aussi des connaissances sur la faune et la flore ainsi que les codes de bonnes pratiques pour préserver et respecter les environnements naturels et culturels investis.

A la fois guide et boîte à outil, les communautés initiales ainsi constituées autour de médias participaient aussi à créer des réseaux affinitaires, à organiser des sorties collectives et des événements, mais aussi à permettre aux participants d'entrer en contact directement via les groupes créés sur les réseaux sociaux ou les événements organisés, de se rencontrer et de s'auto-organiser pour réaliser leurs propres microaventures.

Aussi, dans un premier temps, la microaventure s'est structurée selon des modalités communautaires et affinitaires s'appuyant sur une forme d'apprentissage par les pairs et de transmissions horizontales des connaissances et des savoir-faire. Cette démarche de mise en autonomie et d'apprentissage par et dans l'action, d'apprendre à se débrouiller et à s'organiser par soi-même en s'appuyant sur un transfert de connaissance et un accompagnement plus ou moins marqué et matériel d'une communauté de pairs dans un cadre non-marchand et non-lucratif, n'est pas sans rappeler les principes de l'éducation populaire. Toutefois, ce rapprochement apparaît de moins en moins fondé à mesure que les acteurs pionniers de la microaventure se professionnalisent et que le concept fait l'objet d'une appropriation et de déclinaisons commerciales diverses par les acteurs conventionnels du tourisme (privés et publics). L'exemple de Chilowé est à ce titre assez parlant. Son évolution récente vers un modèle d'agence de voyage et la commercialisation d'une offre de microaventures packagées éloigne le concept du principe d'autonomisation et d'apprentissage par les pairs initialement mis en oeuvre au travers de sa communauté initiale. Bien que la structure conserve un volet « en autonomie » et « médias » dans son panel d'activité, les impératifs économiques pourraient avoir tendance à réduire ses capacités à investir du temps et des ressources sur ces derniers. Quant à l'appropriation du concept par les acteurs privés (agence de voyage et prestataires d'activités outdoor) et les destinations, les approches communautaires ne semblent pas envisagées (ni même envisageables) et la poursuite d'un objectif de sensibilisation et d'apprentissage des bonnes pratiques apparaît principalement considérée sous l'angle du recours à un encadrement professionnel dans le cadre de prestation commerciale.

Toutefois, il existe un contre-exemple significatif de cette tendance évolutive de la microaventure liée à sa professionnalisation / institutionnalisation : le projet d'École de la Microaventure lancé au printemps 2021 par la structure 2 Jours Pour Vivre. Prolongeant l'intention initiale de rendre accessible et d'apprendre aux « urbains » à être autonome dans leurs expériences de microaventure, la structure à monter ce projet, sous forme associative, à la fois avec une visée éducative et de sensibilisation aux enjeux environnementaux de la pratique, mais aussi pour fédérer une communauté autour de son approche, d'engager des actions auprès de publics socialement défavorisés et de continuer un travail de « plaidoyer » en faveur d'une approche éco-responsable et durable du développement de la microaventure.

Ce qui soulève la question de la compatibilité de la microaventure (dans son acception initiale) avec une mise en marché et en offres packagées par les acteurs de l'industrie du tourisme ? A l'image des communautés de pratiquants confirmés des différentes niches de sports de nature où les valeurs d'autonomie, de liberté, d'auto-organisation et d'indépendance vis à vis du marché et des acteurs institutionnels sont fortes ; et qui ne se reconnaîtraient d'ailleurs pas nécessairement dans le concept de microaventure. Toutefois, s'adressant principalement à des publics plus débutants, est-ce que les objectifs de sensibilisation et d'apprentissage des bonnes pratiques ne seraient pas renforcés par une implication des professionnels de l'accompagnement des pratiques sportives de nature ?

3.2.2.2. La place des accompagnateurs et l'imaginaire de l'aventure

Comme nous l'avons vu, la conception initiale du concept (et l'imaginaire de l'aventure sur lequel il se fonde) privilégie l'autonomie et l'auto-organisation dans la pratique. Néanmoins, on observe une tendance dans les processus de professionnalisation de certains acteurs pionniers et dans l'appropriation du concept par les acteurs privés conventionnels et les destinations à déclinier la microaventure sous la forme d'offre d'activité à la journée ou de court-séjour organisé et encadré par des accompagnateurs professionnels. Ce processus de mise en marché peut apparaître à certains tenants d'une approche originelle et militante comme une forme de dévoiement et de galvaudage du concept. D'un autre côté, le recours à des professionnels de l'encadrement des pratiques de pleine nature peut apparaître pertinente lorsqu'il est question de transmission et de sensibilisation, notamment en direction d'un public débutant/intermédiaire et ne possédant pas (ou peu) les connaissances des milieux naturels et des codes de bonnes pratiques afférents. Fins connaisseurs de leur territoire, spécialistes d'un ou plusieurs sports de nature et de plus en plus engagés dans des démarches de transmission et de sensibilisation à la protection de l'environnement, les accompagnateurs seraient tout à fait dans leur rôle pour répondre aux objectifs éducatifs véhiculés par la microaventure.

D'ailleurs, le registre de « l'expérience apprenante » (Chilowé) est largement mobilisée dans la conception et la communication des microaventures commercialisées et impliquant un encadrement professionnel. Mettant l'accent sur l'initiation à une pratique spécifique (« Mon premier trek » - Chilowé, « Initiation au bivouac en montagne » - Explora Project, « Rando avec un âne » - OTI Vallon Pont d'Arc-Ardèche), sur la découverte de la faune (« Une nuit à Jurassic Park, Brâme du cerf en forêt » - Chilowé, « Suivre les traces du castor et de la loutre » - CDT Haute-Loire) et de la flore (« Cèpes Party ! 2 jours de champignon dans le Morvan » - Chilowé, « Cueillette 3 saisons en Belledonne » - Explora Project), à des expériences plus engagées nécessitant un encadrement (« Mon premier glacier en cabane perchée » - Explora Project, « Faire un bivouac dans une grotte » - Chartreuse Tourisme), mais sur le thème du retour à la vie sauvage et des techniques de « survie douce » (« Se reconnecter à la nature - stage de survie douce », OTI Vallon Pont d'Arc-Ardèche, « Copain des Bois, WE retour à l'état sauvage... » - Chilowé), la dimension éducative et de transmission de connaissances et de savoir-faire positionne et renforce le rôle central de l'accompagnateur comme expert et pédagogue, garant de la sécurisation et du bon déroulement de l'expérience.

En outre, la grande majorité des destinations interviewées considèrent que le recours à un accompagnateur constitue la solution la plus efficace (et la première envisagée) pour encadrer et sensibiliser les nouveaux pratiquants des activités outdoor en plein essor. Ces derniers sont souvent considérés comme n'ayant pas les codes de bonnes pratiques et associés aux problématiques croissantes de sur-fréquentation, de dégradation et de conflits d'usages liés au

développement de ces pratiques. Dans le cas des massifs environnants de Grenoble, l'été 2020 aurait ainsi vu « exploser » la fréquentation des espaces naturels, les pratiques « inappropriées », les bivouac « mal maîtrisé » et les feux de camp dans des zones où ils sont interdits, etc. Dans ce contexte, la question des modalités d'une régulation douce, notamment par le biais de la sensibilisation et de l'éducation, apparaît centrale pour de nombreux acteurs territoriaux, dont une partie commencent néanmoins à réfléchir à des mesures plus coercitives de restriction d'accès et d'interdiction de certaines pratiques.

D'une certaine manière, la microaventure serait prise dans une forme de dilemme et de paradoxe entre sa volonté de démocratiser / sensibiliser / transmettre en direction d'un large public (urbain et débutant) et son ancrage initial dans un imaginaire de l'aventure valorisant l'autonomie, l'auto-organisation et une forme d'indépendance et de confidentialité vis à vis du champ et du modèle dominant du tourisme.

Par ailleurs, la mise en marché et plus spécifiquement le recours à un encadrement professionnel soulève la question de l'accessibilité économique et du consentement à payer pour des activités souvent perçues comme techniquement accessibles (notamment pour la randonnée et le vélo) et se déroulant dans des environnements « naturels » perçus comme ouverts et libre d'accès. Sans exclure l'existence d'une partie de mauvaise foi et de transgression délibérée, on peut supposer qu'une part significative des pratiques inappropriées en nature sont imputables à un manque de connaissance et de savoir-faire.

Aussi, si l'on considère l'émergence et le relatif écho que trouve le concept de microaventure comme un marqueur d'un désir croissant de reconnexion avec la nature se traduisant dans un développement des pratiques sportives de nature et plus largement outdoor, cela pose la question des modalités de leur gestion et de leur encadrement, et notamment par le biais de la sensibilisation et de l'éducation à l'environnement. En effet, à la différence des pratiques sportives « classiques » prenant place dans des infrastructures délimitées et des cadres institutionnels (les fédérations), ces pratiques se déroulent par définition dans des milieux naturels soulevant des problématiques et des enjeux de préservation et de conflits d'usages plus diffus et complexe à traiter et à maîtriser. Dans une perspective éducative et de sensibilisation, est-ce que ces enjeux et objectifs ne devraient-ils pas s'inscrire dans le cadre de politique publique au-delà des simples aménagements à vocation touristique ? Revenant sur le parallèle fait précédent avec les mouvements d'éducation populaire, est-ce que le développement de la microaventure (dans son acception initiale) ne pourrait pas être interprété comme le marqueur d'un besoin de revitalisation de ces mouvements et de la prise en compte des adultes comme cible d'une action publique en matière d'éducation à l'environnement par le biais des sports de nature ?

3.2.3. La microaventure face aux défis de la « sur-fréquentation » de certains espaces naturels

Le développement de la microaventure soulève aussi une autre forme dilemme vis à vis de son objectif de démocratisation de la pratique et de sensibilisation à la protection de l'environnement en contribuant potentiellement à envoyer toujours plus personnes dans des espaces naturels sensibles et pour certains déjà soumis à la pression d'une sur-fréquentation. Recoupant la question d'une contribution à une meilleure répartition des flux de visiteurs sur le/les territoire(s), on a pu relever des éléments et des indicateurs révélant une tendance liée au processus de professionnalisation et d'institutionnalisation du concept à mettre en avant les « pépites », les lieux emblématiques et les spots à la mode dans les offres de microaventure mises en marché. En

cohérence avec une logique économique et commerciale, ces lieux s'avéreraient plus attractifs et plus vendeurs.

En outre, réunissant désormais des milliers de membres dans leurs communautés, les acteurs de la microaventure pourraient générer un afflux et des effets de concentration sur des sites naturels sensibles pas ou peu fréquentés en diffusant des itinéraires qui rencontreraient un fort succès. Les impacts négatifs sur ces lieux pourraient s'avérer d'autant plus importants que ceux-ci ne seraient pas habitués, aménagés, organisés et préparés pour recevoir un nouvel afflux, même relativement modeste en comparaison avec des espaces traditionnellement touristiques. Ce phénomène est d'autant plus probable que le public cible semble particulièrement réceptif à l'argument du spot hors des sentiers battus et confidentiels.

Conscient de ce dilemme, une partie des acteurs pionniers comme Les Others ou 2 Jours Pour Vivre communiquent et invitent leurs publics à adopter des comportements responsables et respectueux, avant / pendant / après la microaventure. Par exemple, le « Code de l'Aventure Responsable » promu par Les Others invite les pratiquants à bien se renseigner en amont sur la destination visées (les règles de bivouac, les modes de vie et les usages en vigueur sur le territoire, les périodes de forte fréquentation à éviter pour ne pas surcharger le site, etc.) et après l'expédition de veiller à ne pas « exposer » médiatiquement (sur les réseaux sociaux notamment) des espaces qui ne présenteraient pas les capacités pour accueillir une importante fréquentation. Il invite ainsi à ne pas géolocaliser et ne pas mentionner les noms des lieux précis dans ses publications a posteriori lorsque cela s'avère nécessaire en fonction de cette idée de capacité de charge du site. Et lorsque la structure publie elle-même un itinéraire précis, ce serait en ayant considérée ces aspects au préalable.

Néanmoins, la microaventure apparaît traversée par une forme de dilemme et d'ambivalence entre cette intention de démocratiser, de « mettre tout le monde dehors », de rendre « accessible l'aventure » au plus grand nombre et les impacts potentiels de la réussite de cet objectif sur les espaces naturels sensibles investis, notamment dans le cadre d'une pratique auto-organisée, en autonomie et en liberté, de la part d'un large public majoritairement urbain et néophyte. Ce dilemme s'exprime aussi dans la recherche des chemins de traverses, du hors des sentiers battus, d'être seul dans les espaces explorés, renvoyant à l'imaginaire de l'aventure qui véhicule un désir du vide et de l'espace vierge, loin des foules et des stigmates de la civilisation urbaine (Bourdeau, 2003). Cette aspiration sous-jacente apparaît à divers égards contradictoire avec l'objectif, ou plutôt le résultat d'une démocratisation de la pratique. En outre, elle pourrait contribuer à une forme de fuite en avant des « défricheurs / dénicheurs » de ces espaces hors des sentiers battus, emmenant dans leur sillage ce public grandissant de microaventurier et aboutissant ainsi à dénaturer et annuler la caractéristique recherchée dans les sites investis en participant à leur touristification par une augmentation de leur fréquentation ; repoussant toujours plus loin les frontières de l'écoumène de la microaventure. A l'image du tourisme d'aventure en son temps, la microaventure serait ainsi traversée par une aspiration contradictoire de rendre accessible et de rechercher le vide, de démocratiser et de dénoncer / éviter la foule et la massification, de participer à la préservation et de mettre sous les projecteurs les espaces sensibles.

3.3. La microaventure, une nouvelle forme d'itinérance ?

Dans sa définition initiale (Cf. Partie 1), la microaventure peut s'apparenter à bien des égards à une forme d'itinérance récréative : la pratique d'une mobilité douce (d'un sport de nature) pour se déplacer sur plusieurs jours (au moins 2) dans un espace rural et naturel en alternant les lieux

d'hébergement avec une prédilection pour le bivouac. Malgré tout, le terme d'itinérance est quasiment absent des discours, des supports de communication et des écrits des acteurs de la microaventure. Cela pourrait paraître surprenant alors que les pratiques d'itinérance douce, notamment en randonnée et en vélo, rencontrent un intérêt croissant de la part des usagers et des professionnels du tourisme (Cf. Dossier spécial « Itinérance douce » de la Revue Espaces d'avril 2021). Sans dissenter trop longtemps sur les raisons de cette absence, plusieurs hypothèses peuvent être avancées :

- Dans son acception courante en lien avec les pratiques récréatives de nature, l'itinérance renverrait aux grands itinéraires de randonnée et aux grandes traversées trop balisés et fréquentés, ne correspondant pas au format court et à l'esprit d'aventure hors des sentiers battus.
- La polysémie d'une notion pouvant renvoyer vers des pratiques éloignées de l'univers culturel de la microaventure (les itinérances motorisées, les voyages organisés en itinérance, les pratiques des camping-caristes, ...).
- Un concept qui apparaîtrait trop associé et centré sur le moyen et la mobilité alors que la microaventure s'inscrirait quant à elle plus dans une approche et une symbolique de l'expérience vécue au travers du déplacement.

Il s'agit là de pures conjectures de ma part mais qui s'appuient sur des interprétations en creux des notions, des objectifs, des enjeux et des problématiques exprimés et identifiés dans mes observations de terrain.

Aussi, la notion d'itinérance, son histoire et ses diverses déclinaisons dans le champ du tourisme (Cf. Partie 1) me semble intéressante pour éclairer et analyser l'émergence et l'évolution du concept et des pratiques de microaventure ; mais aussi, par analogie, pour mettre en exergue certaines limites, difficultés et problématiques de son développement dans le cadre du modèle touristique moderne structuré autour de pôle, de destination et de station.

3.3.1. Une réactualisation des pratiques d'itinérance à l'aire de l'expérientielle

Dans son acception initiale, la microaventure valorise le fait d'aller « dormir dehors », le déplacement par des mobilités douces pour aller « s'immerger » et « se reconnecter à la nature », de « sortir de sa zone de confort » et de s'évader de son mode de vie quotidien de citadin, de revenir à des activités et des plaisirs « simples » et « frugales », de remobiliser le corps et une relation sensible avec la nature, de replacer l'expérience du chemin au centre de la pratique récréative au détriment de la destination. Comme nous l'avons évoqué dans la Partie 1, on retrouve ici beaucoup des principes et des valeurs défendus par les activités d'itinérance dans la nature développées au fil de l'histoire du tourisme et des activités récréatives par les grands mouvements associatifs et de jeunesse comme le scoutisme, le développement des activités de pleins airs et des sports de nature, mais aussi plus récemment par le voyage d'aventure.

Toutefois, la microaventure s'inscrit dans un rapport au temps, à l'espace et à la pratique présentant des différences avec ces formes historiques de l'itinérance qu'il me semble éclairant de rapprocher d'un ancrage dans la post-modernité et de la notion d'économie et de marketing de l'expérientiel dans le champ du tourisme. En effet, là où les grands itinéraires de randonnées, les expéditions de sports de nature ou encore les voyages d'aventure s'inscrivaient dans des temporalités plus longues (une à plusieurs semaines), la découverte d'une destination ou d'un espace spécifique et des formes d'engagement plus marqués et centrés sur une ou plusieurs pratique(s) sportives / activités récréatives de nature pour elles-mêmes (avec à des degrés divers

des objectifs de progression, de dépassement et de performance technique), la microaventure quant à elle se construit autour de la recherche d'une expérience spécifique, d'une mise en situation qui crée des sensations et des émotions, du décalage, du dépaysement et permet de vivre un espace-temps du « hors-quotidien » (Bourdeau, 2003) tout s'intégrant dans le cadre et les rythmes de la vie courante. Dans cette perspective, ce n'est pas la découverte d'un lieu ou d'une destination (plus ou moins lointaine), l'accomplissement d'un itinéraire, le type de pratique sportive de nature, le niveau d'engagement physique ou l'inscription dans le temps long qui sont au coeur de l'expérience mais le mode opératoire et le procédé de mise en situation d'un décalage avec l'environnement et le mode de vie quotidien. La microaventure pourrait ainsi se vivre partout et sur le temps d'un WE à partir du moment où elle procure le sentiment d'expérimenter un espace-temps du hors-quotidien.

Dans ce sens, la microaventure pourrait être considérée comme une forme d'itinérance courte et réactualisée à l'heure de l'économie de l'expérience appliquée au champ du tourisme, visant à répondre à la recherche d'expériences émotionnelles, dépayesantes et authentiques (Michel H., Salvador M. Et Kreziak D., 2021). L'imaginaire et la mise en scène de l'aventure dans la nature constitueraient le vecteur et le moyen de construire ce décalage avec le quotidien. Et son inscription dans la proximité et dans le temps court permettraient son intégration plus régulièrement et facilement dans l'emploi du temps et les contraintes de ce même quotidien dont on aspire à s'échapper temporairement, comme des bulles de décompression et de déconnexion, avant de s'y replonger.

Toutefois, il faut nuancer cette analyse car, comme nous l'avons déjà mentionné précédemment, la microaventure est aussi investie dans certains cas comme une pratique transmoderne, un art de vivre s'inscrivant dans une perspective de changement plus en profondeur de son mode de vie et de ses comportements touristiques et récréatifs en cohérence avec des valeurs éthiques, écologiques et sociales. Dans ce sens, on peut aussi considérer la microaventure comme une manière de mettre le pied à l'étrier et d'aborder les pratiques d'itinérences douces. Vu sous cet angle, les caractéristiques et le niveau modéré d'engagement impliqué par sa pratique répondrait à l'objectif de « rendre l'aventure accessible » au plus grand nombre, de se lancer en douceur, de se familiariser et d'apprendre progressivement afin de donner envie d'aller plus loin. Les histoires de vie des fondateurs des structures pionnières et une partie des récits et des discours de ces acteurs pionniers mettent d'ailleurs en avant des expériences et des pratiques sortants du cadre stricto-sensu de la microaventure, relevant plus de l'itinérance douce et du voyage d'aventure sous des formes plus longues et plus engagées, comme des objectifs ou des perspectives à plus long terme dont la microaventure constituerait à la fois une forme d'apprentissage et de premiers pas, tout en l'inscrivant dans la proximité et le quotidien pour répondre aux valeurs éthiques défendues.

Considérant le positionnement de la microaventure sous cet angle de première marche / d'initiation aux pratiques d'itinérance douce dans la nature, on comprends mieux les forces centrifuges dans lesquelles elle semble prises dans ses développements récents. D'un côté, son intention affichée d'être et de rendre accessible ces pratiques se prête à des déclinaisons et des utilisations du concept pour promouvoir des activités outdoor à la journée qui l'éloigne de la notion d'itinérance. De l'autre côté, si elle se positionne plus fortement et clairement dans le registre de l'itinérance et de l'aventure, elle atténuerait son caractère accessible¹¹⁵, tendrait à sortir du cadre de son périmètre initiale et se diluer en quelque sorte dans les domaines déjà identifiés du voyage d'aventure, du voyage à vélo et du slow-tourisme, des grandes randonnées et autres activités

¹¹⁵ A titre d'exemple, malgré l'effet de loupe médiatique, la pratique de l'itinérance à vélo ne représenterait que 4% des pratiques du vélo de loisirs. Cf. Article « le vélo, une activité devenue essentielle pour les territoires », Catherine Avignon, *Revue Espaces*, Avril 2021.

d'itinérances plus longues et/ou plus engagées. En s'appuyant principalement sur des notions très subjectives et hétérogènes comme l'aventure, la proximité ou les pratiques outdoor, tout en laissant très ouverts (d'aucun dirait flous) les contours de ce qu'elle recouvre en termes de types, de formats et de spatialités de ses pratiques, la microaventure apparaît particulièrement sujette à des glissements et des interprétations très variés de sa définition et de ses déclinaisons concrètes ; se situant pour ainsi dire sur une ligne crête difficile à tenir. Dans ce sens et comme nous l'avons montré dans la Partie 2, on peut observer qu'une partie des acteurs pionniers de la microaventure comme Chilowé et Explora Project s'orientent vers le modèle de l'agence de voyage d'aventure, réactualisé à l'aune des préoccupations environnementales. Et d'autre part, on a pu constater qu'une grande partie des destinations s'approprièrent le concept comme un outil marketing pour promouvoir les activités outdoor en générale (et le plus souvent à la journée) et les expériences considérées comme « insolites », l'éloignant d'autant de la notion d'itinérance.

Bien que relativement centrale dans sa définition initiale, la notion d'itinérance apparaît diversement investie, interprétée et mobilisée selon les acteurs, les appropriations et les déclinaisons du concept, révélant des lignes de tension et des divergences dans les conceptions de la microaventure et les trajectoires d'évolution des projets. Recouvrant une forme d'engagement physique et psychologique, de décalage significatif avec les modalités et les standards de confort de la vie quotidienne mais aussi de l'espace-temps touristique conventionnel, l'itinérance douce, notamment associé au bivouac, semble constituer à la fois un « moyen » et un facteur clé de l'expérience aventureuse, mais aussi une ligne de crête et un frein aux objectifs d'accessibilité et de démocratisation de la pratique.

3.3.2. La microaventure et les problématiques de l'itinérance courte dans le modèle sédentaire du tourisme

Ces multiples glissements dans la conception et l'appropriation du concept de microaventure (vers le voyage d'aventure, vers le slow-tourisme, vers les activités outdoor à la journée autour d'une base, etc.) témoignent aussi indirectement des résistances, des difficultés et des incompatibilités des activités itinérantes, notamment en autonomie et en bivouac, vis à vis du modèle encore dominant d'un tourisme polarisé et sédentarisé autour de destinations et de stations géographiquement circonscrites. Cette problématique s'exprime d'autant plus fortement à l'échelle des territoires, des destinations et des acteurs opérant à ces échelles. Comme nous l'avons relevé dans la Partie 2, ces acteurs associent régulièrement la microaventure (notamment dans son acception comme une itinérance douce dans la nature, en autonomie et recourant au bivouac) aux problèmes de pratiques inappropriées, de dégradations du milieu naturel et aux conflits d'usages engendrés par l'accroissement des pratiques outdoor (d'autant plus fortement ressentis et constatés dans les périodes de déconfinement du printemps et de l'été 2020). Toutefois, le développement de ces pratiques (et des attentes des usagers auxquelles elles répondraient) est bien identifié comme précédent l'émergence du concept de microaventure et la crise du Covid-19 qui n'a fait que les amplifier. Les réticences et les critiques exprimées à l'encontre du développement d'une offre de microaventure sur leur territoire, autant que les manières de se l'approprier, souligne explicitement ou en creux des résistances, des difficultés ou des inadaptations du modèle de fonctionnement et de développement touristique dans lequel ils sont inscrits ; et cela à plusieurs niveaux :

- Le fonctionnement traditionnel des hébergeurs : que se soit en terme d'insuffisance quantitative ou de d'inadaptation de fonctionnement, la question de l'hébergement ressort comme un point saillant de frein et de résistance vis à vis de la microaventure et plus largement vis à vis de

l'itinérance. Une hôtellerie peu présente dans les espaces ruraux et inadaptée aux attentes et aux besoins de ce type de clientèle, des gîtes et autres locations touristiques fonctionnant principalement sur une base hebdomadaire, des gîtes d'étape et des refuges concentrés autour des grands itinéraires à forte notoriété et se faisant rares (voire inexistant) sur de large portion du territoire national (à l'exemple de la Chartreuse qui semblerait pourtant se prêter aux activités d'itinérances) sont ainsi pointés, directement ou indirectement ; et cela malgré la conscience d'une augmentation de ces pratiques.

- Le brouillage des caractéristiques du « touriste » : s'exprimant le plus souvent en creux, il ressort aussi une forme de résistance et d'incompatibilité avec les grilles de lecture et les logiques de fonctionnement des destinations vis à vis des activités itinérantes de pleine nature, faisant passer le touriste d'un statut « captif » à un visiteur « de passage » sur le territoire. L'itinérance déstabiliserait d'une certaine manière le modèle économique des écosystèmes touristiques structurés autour d'une sédentarisation temporaire du touriste et de la promotion des produits et des activités commercialisés par les professionnels de la destination. L'itinérant de passage serait en quelque sorte considérés comme un « non-touriste », générant peu de retombées économiques sur le territoire. A divers égards, on retrouve ici une des sources de la difficulté et de la résistance des OGD à considérer les habitants comme des cibles de leurs actions et comme de potentiels « touristes » chez eux.
- L'excursionniste VS le touriste : recoupant le point précédent, le microaventurier est aussi régulièrement associé à la figure de l'excursionniste, qui profite des atouts, des services et des infrastructures touristiques du territoire sans (ou faiblement) générer de retombées économiques participant à leur financement et à la vie locale. Cette perception est accrue par l'association de la microaventure à la pratique du bivouac qui représente un point de tension et une source de problèmes pour de nombreux territoires interrogés. Toutefois, il faut nuancer le propos car certains acteurs territoriaux rencontrés (notamment les PNR et certaines destinations) considèrent aussi le concept comme un levier pouvant contribuer à son échelle (même restreinte) à mieux sensibiliser et encadrer des pratiques outdoor et de bivouac qui seraient de toutes manières en croissance ; mais aussi comme un moyen de créer des produits sur un format « court-séjour outdoor » et/ou de promouvoir, de faire parler et de fidéliser une clientèle susceptible de revenir pour un « véritable séjour ».
- Les aménagements « doux » pour les pratiques d'itinérances en nature : le développement d'une offre de microaventure (dans sa définition initiale) soulève aussi des questionnements et des limites concernant les aménagements dédiés aux pratiques des activités de pleine nature en itinérance. En effet, de part son format spatio-temporel plus court, le concept se positionne dans un entre-deux pas toujours bien développé et valorisé entre les itinéraires de grandes randonnées et de petites randonnées à la journée (et moins). Dans ce sens, la microaventure s'inscrit dans des réflexions déjà à l'oeuvre pour des destinations de montagne au sujet de l'ajustement des aménagements et des offres d'itinérances en réponse à une demande d'accessibilité technique et sur des temps plus courts¹¹⁶. En outre, le développement de la microaventure souligne aussi les problématiques liées au bivouac et des autres solutions « aménagées » pour dormir dans la nature (cabane, refuge non gardé, etc.). Solution pertinente pour encadrer et réduire les impacts négatifs pour certains, appel d'air risquant d'amplifier les problèmes et de générer toujours plus coûts pour d'autres, les opinions exprimées lors des entretiens sont pour le moins partagés au sujet de l'aménagement d'aires de bivouac ou du

¹¹⁶ Cf. Etude « La balade et la randonnée pédestre en Savoie Mont Blanc » réalisée en 2018.
<https://pro.savoie-mont-blanc.com/Observatoire/Nos-etudes/La-Balade-et-la-Randonnee-pedestre-en-Savoie-Mont-Blanc-Annee-2018>

développement des réseaux d'abris non gardés. Toutefois, la question n'en demeure pas moins centrale pour tous au regard du développement des pratiques outdoor impliquant une nuit dehors, dont la microaventure est une nouvelle déclinaison¹¹⁷.

- Le changement d'échelle territoriale et l'impératif d'une logique de coopération : enfin, la microaventure comme forme d'itinérance souligne les difficultés et la complexité induites par le développement de ce type d'activité dépassant les frontières des destinations et des stations. Leur mise en place nécessite en effet une coordination et une coopération entre territoires et impliquant de multiples intervenants (les collectivités et leurs OGD, les socioprofessionnels et les associations de pratiquants, certains commerçants, etc.). Cette logique de coopération et de gouvernance collective engage un changement d'échelle et un décalage avec le modèle toujours dominant de développement touristique centré et structuré autour de pôles, de destinations et de stations bornées géographiquement et administrativement, et autour desquels se sont organisés des écosystèmes et des offres touristiques dans des logiques de séjours où le client est invité à rester « captif » des activités et des services proposés localement. Au-delà de leur simplicité apparente, les activités itinérantes engagent un changement de logique de fonctionnement et un travail de coopération qui n'est pas sans rencontrer des résistances et des difficultés dans sa mise en œuvre.

Considérée sous l'angle d'une pratique itinérante non motorisée dans la nature, la microaventure rencontre par extension les mêmes appréhensions, résistances et difficultés auxquelles se heurtent le développement de l'itinérance en générale dans un modèle et une culture touristique encore majoritairement polarisé autour de l'échelle de la destination et de la station¹¹⁸. Tous ces facteurs participent à éclairer la tendance des acteurs territoriaux à s'appropriier le concept majoritairement pour promouvoir des activités outdoor à la journée ou dans le cadre d'offres packagées et encadrées se déployant à l'intérieur du périmètre de leur territoire.

3.4. La microaventure comme innovation de niche : limites et contradictions d'une mise en marché

Après avoir abordé la microaventure dans son rapport avec les notions de proximité et d'imaginaire de l'aventure, de désir de reconnexion avec la nature dans une société urbaine, de réactualisation des pratiques d'itinérance, nous allons terminer cette 3ème partie en traitant des problématiques, des limites et des ambivalences du processus de mises en marché du concept considéré comme sous l'angle d'une innovation de niche. Dans cette perspective, nous commencerons par aborder les limites et les contradictions que semblent présenter la traduction de la microaventure en termes de produit et d'offres commercialisables, ainsi que les trajectoires de professionnalisation et d'institutionnalisation de ses principaux acteurs. Ensuite, nous tenterons d'analyser et de questionner les trajectoires et les déclinaisons récentes de la microaventure sous le prisme d'une innovation de niche et de sa capacité à influencer et à contribuer à la transition écologique et sociale dans le champ du tourisme.

¹¹⁷ Cf. Article de Julia Steiner, « Le Massif Central prépare l'avenir de son offre d'itinérance », *Revue Espaces d'avril 2021* qui évoque les initiatives de développement de solution d'hébergement léger et d'aire de bivouac dans le cadre d'Ipamac.

¹¹⁸ Cf. Les articles de Christophe Revéret, « Construire et mettre en marché une offre de tourisme itinérant. Pas si facile... » ; de Muriel Faure, « L'itinérance douce, un tourisme à fort pouvoir attractif, mais complexe à mettre en oeuvre » ; et de Julien Farama, « L'itinérance non motorisée au défi du marketing » ; in *Revue Espaces, Avril 2021*.

3.4.1. Les limites et les ambivalences d'une mise en marché

En tant que pratique s'étant construite et pensée dans le registre de « l'alternative » et sur des logiques de détournement et de transgression ludique, la microaventure s'inscrit dans un rapport ambiguë et ambivalent avec le processus de mise en marché et plus généralement avec le champ dominant des activités touristiques et récréatives. Comme nous l'avons évoqués dans la Partie 1, l'histoire des dissidences et des obliques récréatives est ponctuée de dynamique de récupération / intégration de celles-ci par l'industrie du tourisme ; et qu'elles constituent souvent des viviers et des laboratoires d'innovation et de renouvellement créatif pour cette dernière (Bourdeau et Lebreton, 2013). Néanmoins, le processus de mise en marché et d'institutionnalisation de la microaventure semble rencontrer des limites et soulever des contradictions que nous allons tenter d'esquisser.

Un objet difficile à définir

La première limite à sa mise en marché semble résider dans son caractère relativement évanescent et difficile à définir / circonscrire. Comme nous l'avons montré tout au long de ce travail, la microaventure recouvre un ensemble de pratiques, de forme spatio-temporel et de modalité d'organisation très hétérogènes, même en s'appuyant uniquement sur les écrits et la conception de ses premiers développeurs. Cela explique en partie la grande diversité dans les types d'appropriations et de déclinaisons que nous avons pu constater ; ainsi que le sentiment exprimé dans un nombre non négligeable d'entretiens du caractère « flou » et pour ainsi dire insaisissable du concept, risquant de conduire à des utilisations disparates et à une dilution du concept dans d'autres catégories et domaines d'activités (outdoor, slow-tourisme, voyage d'aventure, voyage à vélo, etc.).

Pour autant et de manière paradoxale, le concept de microaventure semble suggérer un périmètre très circonscrit notamment en rapport à des critères spatio-temporels : le temps court, la proximité, les milieux ruraux/naturels, les pratiques sportives de nature. Mais de nombreuses déclinaisons et contre-exemples viennent brouiller le message et le périmètre par des associations apparemment contradictoires : la proximité à l'autre bout de la France, le mot d'ordre de « dormir dehors » mais la possibilité de vivre une microaventure sur une demi-journée, la valorisation des mobilités douces et la mise en avant de la « Van Life », la valorisation de l'aventure et de l'itinérance mais aussi l'expérience d'une nuit dans un hébergement « insolite », etc.

Comme nous l'avons déjà évoqué, la microaventure semble à bien des égards se définir principalement en rapport à des intentions, des principes et des valeurs, et notamment comme une alternative : au sur-tourisme, au tourisme de masse, au city-trip en avion sur le temps d'un WE, aux activités standardisées, aux destinations hyper-touristiques et artificielles, etc. En creux, elle se définirait autour de notion comme l'aventure, la proximité, la nature ou les mobilités douces fondant l'intention du concept de se positionner comme une alternative éco-responsable aux pratiques touristiques dénoncées. Mais comme nous l'avons déjà souligné, ces notions s'avèrent particulièrement polysémiques et très subjectives, donnant lieu à une pluralité d'interprétation et de déclinaison qui concoure à l'évanescence et à la disparité des acceptions de la microaventure.

Aussi, cette difficile à bien se définir et le caractère évanescent de ses contours semble constituer le premier frein à sa mise en marché ; et présente le risque que le concept de microaventure se dilue progressivement dans des thèmes et des segmentations plus large du marché touristique comme le slow-tourisme, le voyage d'aventure « responsable » ou le tourisme de proximité.

Une résistance à la mise en « package »

Un autre frein à la mise en marché de la microaventure réside dans la centralité que sa conception initiale accorde aux notions d'aventure et d'autonomie. Sans s'y attarder car nous l'avons déjà longuement développé précédemment, le concept est fortement associé à l'idée de sortir de sa zone de confort en partant par ses propres moyens à l'aventure dans la nature, en se débrouillant par soi-même, en apprenant à s'organiser et à composer avec les aléas potentiels (qui seraient même dans une certaine mesure recherchés). Aussi, malgré le flou et l'hétérogénéité de ses acceptions et de ses déclinaisons, la microaventure apparaît tout de même fortement associée à cet « état d'esprit » aventureux que la mise en package, le recours à une prestation organisée et encadrée, viendrait pour ainsi dire dénaturée et galvaudée.

Aussi, sa mise en marché au travers d'offres packagées pourraient apparaître comme une contradiction avec la conception initiale du concept. Bien que perçu par la plupart des professionnels interviewés, ce dilemme apparent est généralement contrebalancé par le fait d'envisager une double déclinaison des offres, juxtaposant des propositions de microaventure soit en liberté / en autonomie, soit accompagnée / organisée. La plasticité du concept permettrait ainsi de considérer que la microaventure consiste en premier lieu dans le type d'expérience proposée, quelque soit le mode d'organisation utilisé pour la mettre en œuvre ; la relativité de la notion d'aventure et d'accessibilité concourant aussi à rendre « légitime » le recours à une prestation encadrée pour des publics néophytes. En outre, la mise en package et la commercialisation recoupe ici la question de la capacité économique et du consentement à payer pour les services d'un accompagnant, dans le cadre d'un univers culturel qui se veut (et se dit) « accessible » à toutes les bourses. Dans ce sens, la conception et la mise en récit de l'offre doivent réussir à valoriser la plus-value ou la nécessité, l'apport pédagogique, la connaissance du terrain et la capacité du guide à emmener hors des sentiers battus, mais aussi la sécurisation de l'expérience et le confort d'esprit qu'apporte la prestation de service. Toutefois, on peut s'interroger sur le glissement qu'opère cette mise en package sur les représentations et l'univers culturel de la microaventure, la rapprochant du champ déjà bien identifié et identifiable des activités et des séjours organisés dans le domaine des pratiques outdoor et diluant ainsi ses traits distinctifs.

Néanmoins, la microaventure demeure « teintée » par cette conception initiale et « militante », prônant l'idée d'autonomisation, d'apprentissage par soi-même, progressivement et au travers des imprévus et des « galères » survenus au cours du périple, entretenant ainsi un rapport ambivalent avec la mise en marché et en package. La notion de « pratique d'autoproduction sauvage » (Michel H., Salvador M. Et Kreziak D., 2021) pour caractériser la microaventure comme une forme de pratiques récréatives qui tendent à s'émanciper et à s'évader du marché me semble éclairante qui qualifier sa conception initiale. Dans une logique de mise en marché, la question serait ainsi de d'imaginer et de trouver des manières « d'apprivoiser » et de jouer sur les paramètres de mise en scène de l'aventure caractéristique de la microaventure de la part des professionnels, notamment à l'échelle des territoires : faciliter l'identification des aménagements, des services et des informations nécessaires aux pratiquants pour se composer eux-même leur expérience, valoriser et développer les éléments de mise en scène et de mise en récit des potentialités de l'extraordinaire, du hors des sentiers battus, du merveilleux et du ré-ensauvagement que pourraient offrir un territoire.

Un modèle économique difficile à trouver pour les acteurs privés

Compte tenu de ses caractéristiques et de son univers culturel, la microaventure apparaît aussi difficile à traduire dans un modèle économique viable, comme en témoigne le faible nombre de structures créées et centrées uniquement autour du concept (et cela malgré un écho médiatique

non négligeable véhiculant l'idée d'une tendance montante). S'apparentant initialement à une pratique d'autoproduction sauvage, il est d'ailleurs significatif qu'elle se soit d'abord développée et structurée autour de médias communautaires en ligne, dont la majorité des contenus étaient en accès libre (hormis l'édition de quelques livres). Aussi, pour les structures qui sont restées centrées sur une activité de média comme Les Others et The Other Life, il est significatif de constater qu'elles développent des activités conjointes de prestation de service audiovisuels et de communication en direction de marque voulant valoriser leur ancrage ou leur engagement en faveur de l'outdoor et de l'aventure dans la nature. Leurs contenus en accès libre et leurs communautés offrent ainsi une vitrine de leurs savoir-faire et une assise médiatique pour des partenariats. Il apparaît en effet difficile de dégager des revenus publicitaires suffisants pour construire un modèle économique viable à partir d'un média communautaire en ligne autour d'un concept qui demeure une pratique de niche.

Concernant le modèle de l'agence de voyage, nous avons déjà mentionné les analyses faites par des acteurs conventionnels sur la faible rentabilité du court-séjour, d'autant plus lorsqu'il se déroule en France et comporte peu de prestation de service. Dans ce sens, il est donc significatif de constater que les structures pionnières s'étant orientées dans cette direction ont tendance ou projettent de développer des offres plus longues, vers l'étranger et intégrant plus de prestations incluses (Cf. Partie 2) afin d'accroître les sources de marges et de rentabilité des offres commercialisées.

Le cas d'Helloways s'inscrit dans un autre modèle, celui d'une solution numérique orientée sur la recherche et la proposition d'itinéraires à proximité de chez soi et accessible en transport en commun. Bien qu'une partie des contenus soient accessibles gratuitement et que la structure ait développé un magazine d'inspiration et de conseils pratiques en ligne et en accès libre, le modèle économique est ici de vendre l'accès à la version complète de son site internet principal. Helloways relève donc du modèle plus classique des solutions numériques et communautaires en ligne, à l'image de Visorando ou de Komoot. Toutefois, Helloways présente une originalité intéressante dans son fonctionnement et dans les modalités de ses relations avec les « propriétaires » des données qu'il exploite, notamment les destinations et la FFRP (en tant qu'éditeurs de guide et titulaire de la propriété intellectuelle). En parallèle d'opération média classique consistant à mettre en avant sur son site des offres d'itinéraires d'un territoire spécifique contre rémunération, la structure noue des partenariats avec ces organismes qui créent, gèrent et entretiennent les réseaux de sentiers. En contrepartie de l'exploitation de ces données et de leur intégration dans son catalogue, la structure leur reverse une part significative du prix des abonnements, valorisant et considérant que ce travail fondamental pour le développement des pratiques de plein air (et qui s'appuie sur des financements publics et de l'implication bénévole) mérite rétribution.

De son côté, la structure Madjacques est un peu à part dans le paysage de la microaventure, s'étant développée autour d'une activité événementielle : l'organisation de « courses d'aventures » dont elle tire la majorité de ses revenus au travers des droits d'inscription. Parallèlement, elle développe depuis cette saison estivale une nouvelle activité d'hébergement, les « refuges de hautes campagnes », autour desquels elle propose des itinéraires et des inspirations de microaventure à réaliser. Son modèle économique se caractérise par une diversification et un mix de plusieurs activités dont les sources de revenus proviennent de services « périphériques » à l'expérience elle-même (la logistique des courses et la production des activités festives qu'elles intègrent, le développement d'un nouveau type d'hébergement comme camp de base de microaventures à vivre en campagne).

Enfin, le cas de la structures 2 Jours Pour Vivre est lui aussi à part dans le paysage de la microaventure dans la mesure où elle tend à s'inscrire dans un modèle d'économie mixte et se rapprochant à certains égards de l'ESS. En effet, prônant une approche que l'on pourrait qualifier de « militante » de la microaventure comme source d'autonomisation et d'émancipation du pratiquant dans son rapport aux pratiques récréatives de nature, ainsi qu'en terme de sensibilisation et d'éducation à l'environnement, son projet affirme la primauté des valeurs éthiques, écologiques et sociales, sur la recherche de lucrativité des activités. Cette orientation vers l'ESS s'exprime aussi dans son dernier projet, l'Ecole de la Microaventure, qui s'appuie sur structuration juridique associative et une gestion collective / collaborative, dont le modèle économique s'appuie autant sur les droits d'adhésion que sur le mécénat et les dons (le projet fait notamment partie d'Essentiem, le fond de dotation pour un tourisme bienveillant porté par le CRT d'Auvergne Rhône-Alpes). Parallèlement, la structure continue de nourrir son média communautaires en ligne, son projet de correspondance épistolaire ou ses activités de conseil et d'intervention auprès de collectivités et d'organismes du champ du tourisme dans une perspective de « plaider » en faveur d'un entrepreneuriat « raisonné et raisonnable » et d'un développement « accessible et durable de la microaventure ».

Aussi, la grande diversité de modèle, de typologie d'activité et de sources de revenus, pour un nombre finalement assez réduit de structures spécialisées, témoigne de la difficulté à trouver un modèle économique viable autour du concept de microaventure. Majoritairement initiée sous la forme de média communautaire en ligne, sur la base du partage non monétisé d'information, de connaissances, d'itinéraires et de conseils pratiques, cela soulève la question du financement des ressources « soft » et immatérielles nécessaires à la sensibilisation, à l'encadrement et à l'éducation à l'environnement dans le cadre d'un développement des pratiques récréatives de pleine nature ; et des limites de l'initiative privée pour répondre à ces enjeux.

La tentation « marketing » pour mieux vendre l'existant à l'échelle des destinations

Au niveau des destinations, nous avons pu constater une perception et une appropriation du concept de microaventure principalement sous l'angle d'un outil marketing pour labelliser des activités et des offres préexistantes sur le territoire (Cf. Partie 2). Plusieurs facteurs permettent d'expliquer cette tendance chez les OGD et dont nous avons déjà parlé :

- La perception du concept souvent associé à un effet de mode, un label marketing.
- Un positionnement de base centrée autour d'une mission de promotion du territoire, de ses patrimoines et des activités proposées par ses socioprofessionnels.
- Des retombées économiques considérées comme faibles (voire inexistantes) et diffuses générées par des pratiques largement associées au bivouac et à l'itinérance en autonomie.
- Des résistances et des réticences de la part de certains socioprofessionnels vis à vis justement des pratiques ne générant pas ou peu de retombées économiques directes.
- Un télescopage avec les problématiques de sur-fréquentation et de conflits d'usages dans certains espaces ruraux / naturels.
- Un décalage avec le modèle de développement touristique conventionnel polarisé et structuré autour de l'unité spatiale de la destination et de la station, ne correspondant pas à la spatialité des activités itinérantes.

Sans prétendre à une vision exhaustive, une majorité des cas observés d'appropriation du concept par des destinations relève d'une démarche marketing consistant à identifier, à reformuler (par une mise en récit expérientiel) et à labelliser des offres d'activités préexistantes. Les initiatives et les démarches de co-construction avec les socio-professionnels et de développement de nouvelles offres autour du concept apparaissent encore très rares ou balbutiantes. En outre, dans cette perspective de valorisation de l'existant et de favoriser des retombées économiques directes, les

destinations ont tendance à interpréter de manière extensive le concept de microaventure, l'utilisant souvent comme un synonyme « d'outdoor » et « d'expérience insolites » pour promouvoir des offres sur des registres très différents, des activités de plein air encadrées et à la journée, des prestataires proposant des offres insolites (hébergements, expériences sensationnelles, innovation ludique comme les gyropodes, etc.) mais aussi des sites et des aménagements emblématiques comme un panorama, un site naturel, une voie cyclable ou un parcours thématique, etc.

La microaventure apparaît principalement abordée comme un outil de communication que comme un domaine ou un segment d'activités pouvant donner lieu à la conception et à la mise en marché de nouvelles offres. En termes de modèle économique, le concept est principalement envisagé comme un levier pour valoriser l'existant et dans certains cas un outil marketing dont pourrait s'emparer les accompagnateurs et les agences réceptives locales pour « réactualiser » leurs offres, leur donner un vernis dans l'air du temps. Dans ce sens, quelques initiatives seraient en cours de préparation pour informer et sensibiliser les socioprofessionnels à cette « nouvelle tendance », notamment en lien avec les objectifs de développement du tourisme de proximité, de court-séjours packagés et des ailes de saisons. Mais ces impulsions apparaissent encore marginales dans le panel observé.

Au niveau des destinations, la microaventure apparaît pour le moment principalement utilisée pour promouvoir un ensemble relativement hétérogène et disparate d'activités préexistantes (Cf. Partie 2), participant ainsi à nourrir la perception d'un concept aux contours flous et évanescents, polysémiques et protéiformes, qu'il serait ainsi possible d'adapter selon ses propres logiques et objectifs.

Aussi, à mesure que le concept se diffuse et fait l'objet d'appropriations disparates et de mises en marché d'offres opérant un glissement de son acception initiale, on peut observer des réactions chez les acteurs pionniers (qui ne semblent plus se reconnaître dans ces développements récents) pouvant prendre la forme de critique et de dénonciation en galvaudage et en dévoiement (2 Jours Pour Vivre, The Other Life) ; et/ou une prise de distance pouvant aller jusqu'à l'abandon de l'utilisation du terme dans sa communication (Les Others, MadJacques).

3.4.2. Une lecture en termes de transition et de transformation territoriale

Après avoir esquissé les principales formes de mise en marché de la microaventure, les limites et les ambivalences dans leurs rapports avec les modèles conventionnels de développement touristique, nous allons maintenant essayer de les analyser au regard de la problématique de ce travail : est-ce qu'elle peuvent constituer (ou du moins participer) à la transition écologique et sociale du champ du tourisme ? Ou plus modestement, est-ce qu'elles peuvent contribuer à influencer sur les sous-systèmes des pratiques récréatives de nature ou les dynamiques des territoires qui se l'approprient ? Dans cette perspective, nous mobiliserons successivement deux grilles de lecture : celle des Transitions Studies et notamment le modèle de Geels (Audet, 2015), puis celle des figures d'interface entre l'innovation sociale et la dynamique de leur territoire d'inscription (Landel, Koop et Sénéil, 2018).

Au préalable, il me semble nécessaire de mentionner les limites de cette analyse compte tenu de la relative « nouveauté » de l'objet étudié, du manque de recul sur son développement et ses déclinaisons récentes, ainsi que des carences de l'étude de terrain et des matériaux sur lesquels

reposent ce travail. Aussi, les analyses qui vont suivre sont à considérer avec mesure comme des projections et des hypothèses qui engagent ma subjectivité et mon intuition ; et devront être confrontées aux évolutions et aux trajectoires futures de la microaventure et de ses acteurs.

La microaventure, une innovation de niche influant sur l'univers des pratiques touristiques et récréatives de nature ?

M'appuyant sur la grille de lecture des Transition Studies, et plus particulièrement de la « perspective multiniveaux » et le modèle de Geels, nous allons ici considérer la microaventure sous l'angle d'une innovation de niche et de sa « trajectoire » vis à vis du régime sociotechnique du tourisme. Pour cela, je pars du pré-supposé que la microaventure peut être apparentée à une forme d'innovation sociale en référence à sa conception initiale : une communauté de citoyens / pratiquants s'étant organisés par eux-même, en dehors des organisations et des institutions conventionnelles du tourisme, pour répondre à un besoin perçu comme nouveau et non pourvu par les acteurs du système conventionnel. Comme nous l'avons déjà développé dans la Partie 1 (1.4), la microaventure ne comporterait pas d'innovation dans les pratiques ou sur un plan technique / technologique, mais plutôt dans sa manière de recombinaison et recomposer des pratiques et des représentations préexistantes dans l'optique d'apporter une réponse « alternative » au désir d'Ailleurs et d'expérience « hors-quotidien » (Bourdeau, 2003) dans le cadre du champ du tourisme. En recontextualisant l'imaginaire et les pratiques de l'aventure dans le cadre du quotidien et de la proximité, ainsi qu'en s'appuyant sur des modalités d'organisation horizontales et communautaires entre pairs, la conception initiale de la microaventure pourrait en ces termes être rapprocher d'une forme d'innovation sociale ; dans la mesure où elle représenterait une réponse alternative et « nouvelle » à ce besoin récréatif sans aller chercher ces Ailleurs et ces territoires du hors-quotidien à l'autre bout du monde. En effet, le caractère alternatif de la solution proposée est à replacer dans le contexte globale de crise environnementale qui sous-tend le sens et l'intention de la microaventure d'apporter une alternative pour « partir à l'aventure près de chez soi ». Dans ce sens, les crises écologique et sanitaire constitueraient pour notre objet d'étude une « fenêtre d'opportunité » au niveau du « paysage sociotechnique » (Audet, 2015) pour l'intégration et la transition du régime sociotechnique touristique par des innovations de niche comme la microaventure.

Partant de ces pré-supposés, est-ce les trajectoires de développement des structures spécialisées ou les modalités d'appropriations de la microaventure par des acteurs conventionnels ont-ils influer et/ou participer à infléchir les configurations et les cadres du modèle de fonctionnement du tourisme dans le sens d'une « transition vers la durabilité » (Audet, 2015) ?

A l'échelle de ce travail et compte tenu du manque de recul, il apparaît difficile (voire impossible) d'apporter une réponse précise et tranchée à cette question, d'autant plus dans le cadre d'une perspective théorique qui aborde les processus de transition comme des phénomènes complexes, multifactoriels et coévolutifs. En outre, comme nous l'avons constaté, la microaventure n'est pas investie de manière homogène et donne lieu à des déclinaisons formelles et culturelles relativement différentes. Aussi, m'appuyant sur les observations et les analyses précédentes, je me bornerai ici à présenter des indicateurs et des hypothèses sur les « trajectoires » observées chez les acteurs de la microaventure, en distinguant les acteurs privés et les acteurs publics (principalement les destinations) :

- Les acteurs privés : Les développements et les consolidations les plus avancés de projets autour de la microaventure semblent s'opérer sur le modèle de l'agence de voyage et de la mise en marché du concept comme un nouveau format spatio-temporel et thématique de séjour. Les exemples de Chilowé et d'Explora Project apparaissent emblématiques de ce type de trajectoire

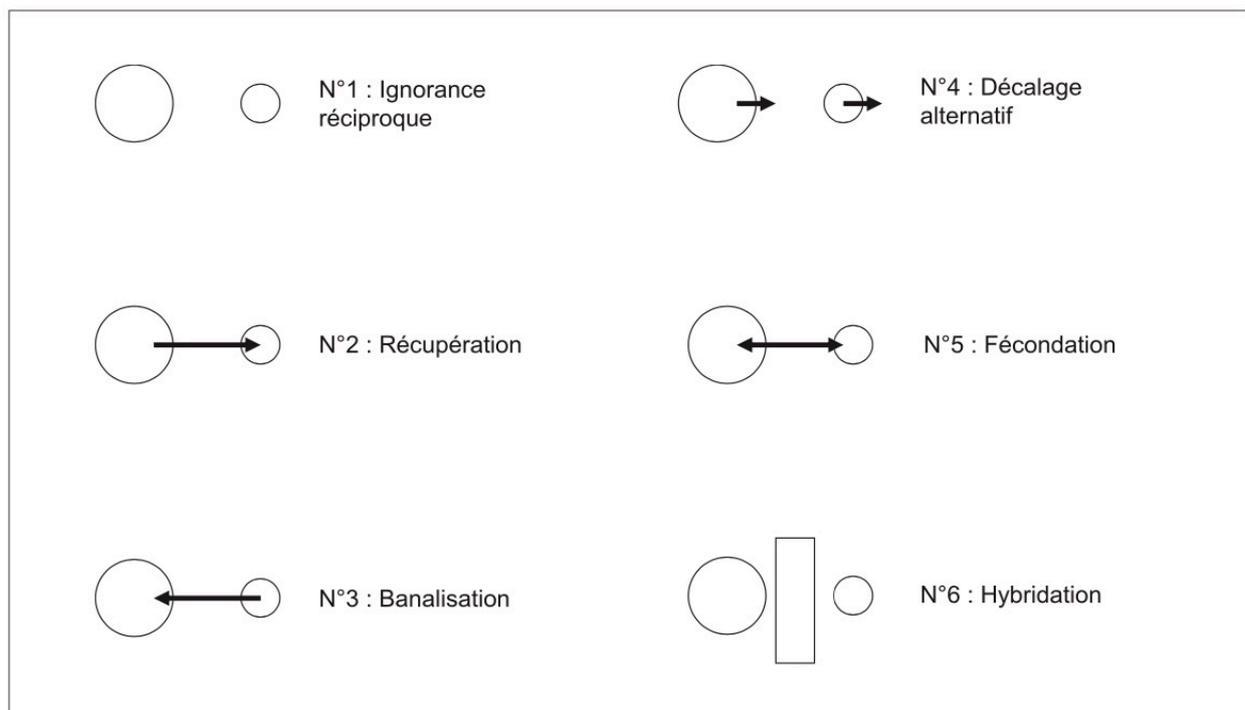
qui prendrait plutôt la forme d'une adaptation et d'une intégration du concept au modèle conventionnel du voyage d'aventure. A l'image des agences traditionnelles de voyage d'aventure qui utilisent le concept pour renommer des offres préexistantes de court-séjours ou des agences spécialisées dans le voyage d'affaire qui se l'approprient pour ajouter une nouvelle thématique à leur panel d'offres, la microaventure ne semble pas participer dans ces cas de figure à la transition du régime sociotechnique mais plutôt s'inscrire dans une trajectoire de récupération et d'intégration au modèle conventionnel. Parallèlement, une partie des acteurs pionniers ne s'étant pas engagés dans le modèle de l'agence de voyage semblent s'inscrire dans des trajectoires de distanciation vis à vis du concept et de l'utilisation du terme, pour se concentrer sur les notions plus large d'aventure, de reconnexion avec la nature et/ou de proximité (Les Others, MadJacques, Helloways). Leurs modèles d'activités ne s'orientent pas vers la mise en marché de la microaventure en tant que format spécifique de court-séjour, mais se concentre sur d'autres types de services (média, solution numérique, évènementiel, hébergement, etc.) dans lesquels le concept constituerait un élément ou une thématique parmi d'autres dans leur définition. Le cas de la structure 2 Jours Pour Vivre se distingue des autres cas de figure en demeurant ancrée et centrée sur la conception initiale de la microaventure, avec comme objectif et intention affichée de contribuer à la transition du régime sociotechnique. Toutefois, sa trajectoire de développement et la consolidation de son modèle économique semble encore incertaine et marquée par la volonté de conserver une indépendance et une autonomie vis à vis du modèle conventionnel ; ce qui tendrait à la maintenir en marge du régime sociotechnique. Enfin, à l'échelle des acteurs locaux de l'outdoor (accompagnateurs, agences locales, etc.), je n'ai pas relevé d'indicateur permettant de témoigner d'une pénétration et d'une appropriation de la microaventure dans leurs modèles d'activités. Aussi, sans hypothéquer l'avenir, les trajectoires observées d'appropriation et de développement de cette « innovation de niche » par les acteurs privés ne semblent pas indiquer de manière flagrante un processus de pénétration et d'influence sur le régime sociotechnique allant dans le sens d'une transition écologique et sociale.

- Les acteurs public et en premier lieu les destinations : Au niveau territorial, mon attention s'est principalement portée sur l'appropriation du concept par les OGD et plus marginalement les PNR que, par commodité, je regrouperai ici sous le terme de « destinations ». Comme nous l'avons indiqué précédemment, ces dernières se sont principalement emparées de la microaventure comme un outil de communication et un label marketing supplémentaire pour promouvoir et renforcer l'attractivité d'activités préexistantes et identifiées comme pouvant être qualifiées ou « re-présentées » par le biais de ce nouveau concept. Dans ce sens, les destinations ont intégré et ont utilisé la microaventure selon leurs propres grilles de lecture et objectifs, dans le cadre de leur mission et de leur mode de fonctionnement conventionnel de promoteur de l'existant. Ce processus d'intégration ne semble pas engager de modification et de transition dans le régime sociotechnique. Par exemple, la microaventure aurait pu faire l'objet d'un travail de conception et de co-construction avec les socioprofessionnels de nouvelles offres ; ou encore être mobilisé comme un levier pour s'adresser et prendre en compte les usages récréatifs de nature des habitants ; participant ainsi à la dynamique d'évolution et de repositionnement des missions des offices de tourisme déjà à l'œuvre. Toutefois, la majorité des processus d'appropriation observés ne semble pas aller dans ce sens. La conception initiale de la microaventure semble en effet se heurter à différents types de freins et de résistances dont nous avons déjà parlé et qui peuvent être rapprochés de la notion de « verrouillage du régime sociotechnique » (Audet, 2015) par l'ensemble des règles, des codes et des systèmes de fonctionnement institutionnalisés qui régissent et organisent le champ du tourisme.

La microaventure, une innovation sociale concourant à transformer la dynamique des territoires ?

La grille de lecture proposée par Landel A., Koop K. et Sénil N. dans leur étude sur l'impact des innovations sociales sur les dynamiques de territoires de montagne (Landel, Koop et Sénil, 2018) me semble aussi intéressante pour éclairer les trajectoires et les interactions entre les différentes formes de développements de la microaventure et les systèmes territoriaux et sectoriels dans lesquels ils s'inscrivent. Il faut préciser que je « détourne » sensiblement le cadre d'application de leur grille de lecture, initialement conçue à une échelle uniquement territoriale. Dans le cas de la microaventure, je l'appliquerai sur un plan national et sectoriel pour qualifier l'interface entre certaines formes de développement du concept et le secteur du tourisme (ou du moins certains segments du secteur).

■ **doc. 4. Différentes figures d'interface entre innovation sociale et territoire.**



Source : les auteurs.

Dans ce travail, les auteurs ont observé, caractérisé et analysé les manières dont des projets d'innovation sociale, porteurs de valeurs, de principes et de pratiques alternatives, s'inscrivent et induisent ou non des changements dans les dynamiques et les trajectoires de développement de leurs territoires d'implantation. Sur la base de plusieurs études de cas dans des zones de montagne, ils ont dégagé 6 figures types d'interface qui m'apparaissent pertinentes pour apporter un éclairage complémentaire sur les trajectoires des différentes formes de développements de la microaventure et leurs capacités à influencer sur les territoires et/ou les segments du champ du tourisme dans lesquels elles s'inscrivent.

Repartant du pré-supposé que les premières initiatives s'étant structurées autour du concept de microaventure peuvent être abordées sous l'angle d'une forme d'innovation sociale, nous allons croiser nos observations précédentes avec cette grille de lecture. Pour cet exercice, j'adapterais celle-ci en recontextualisant la

La figure type de la récupération correspond aux processus où l'innovation sociale est intégrée dans le modèle et la logique de fonctionnement conventionnel du territoire, neutralisant de ce fait tout ou partie de ses caractéristiques « alternatives » et de ses objectifs en termes de transition du « système conventionnel ». Un grand nombre d'exemples d'appropriations du concept par des destinations, mais aussi par des agences de voyage conventionnelles, s'inscrivent dans cette figure de la récupération du concept de microaventure consistant à le « recycler » et le « réinterpréter » selon ses propres logiques d'action, modèles de fonctionnement et objectifs.

La banalisation recouvre quant à elle les processus dans lesquels « l'innovation tend d'elle-même à s'insérer dans la dynamique classique/conventionnelle » (Landel, Koop et Sénil, 2018). Souvent étroitement liée avec le processus de récupération, il comporte néanmoins une forme de volontarisme autant de la part des porteurs de l'innovation que des acteurs conventionnels pour s'engager dans une dynamique d'intégration et d'institutionnalisation, avec le risque de dilution et de banalisation des valeurs et des principes alternatifs initialement défendus. En effet, dans ce cas de figure, l'innovation sociale doit se fondre et s'adapter dans des mesures variables aux cadres et au modèle dans lesquels elle s'intègre. Les exemples de Chilowé et d'Explora Project peuvent être rapproché de cette figure. Certaines initiatives de la part de CRT ou de PNR pour sensibiliser les destinations et les socioprofessionnels à l'opportunité que pourrait représenter la microaventure pour promouvoir et « réactualiser » leurs offres semblent aussi s'inscrire dans ce type de processus.

La figure du décalage alternatif renvoie aux situations où les porteurs de l'innovation sociale « refusent sa récupération en s'appuyant sur un renouvellement créatif permanent » (Landel, Koop et Sénil, 2018). En réaction à des dynamiques de récupération / banalisation à l'œuvre dans le même contexte d'activité ou territorial, les acteurs de l'innovation sociale s'organise pour maintenir leur autonomie et leur indépendance vis à vis du modèle conventionnel en approfondissant le processus d'innovation et/ou en faisant évoluer leur projet. L'exemple de 2 Jours Pour Vivre apparait s'inscrire dans ce type de dynamique.

La figure de la fécondation correspond aux processus dans lesquels « les deux dynamiques du territoire (ou du modèle conventionnel dans notre cas) et de l'innovation sociale s'enrichissent mutuellement tout en maintenant leur autonomie propre » (Landel, Koop et Sénil, 2018). Bien que l'ancrage local des acteurs pionniers de la microaventure ne soit pas très marqué, ce type de figure peut être rapproché des dynamiques générées autour des projets de la MadJacques et d'Helloways. Pour le premier, les courses d'aventure (et dans une moindre mesure les refuges de hautes campagnes) sont co-construites et co-organisées avec les acteurs des territoires d'accueil. La structure recherche et bénéficie de l'identité des territoires investis (hors des sentiers battus, authentique, préservés, etc.) ; et ces derniers profitent des retombées économiques et d'une valorisation touristique par le biais d'un évènement porteur de valeurs et d'un image en accord avec les leurs. Dans le cas d'Helloways, un parallèle pourrait être fait avec le principe partenarial que la structure met en œuvre avec des territoires pour l'exploitation de leurs données sur les itinéraires de randonnée en contrepartie d'une rétribution financière, ainsi que de leur valorisation au travers de sa plateforme numérique. Dans ces deux cas, les interactions s'avèrent réciproquement profitable tout en maintenant l'indépendance des deux parties. Toutefois, l'intensité et/ou la temporalité de l'inter-relation s'avère relativement faible.

Enfin, la figure de l'ignorance réciproque me permet d'évoquer la place et les dynamiques des pratiquants des activités sportives / récréatives de nature dans cette analyse (et plus généralement dans cette étude). En effet, il est tout à fait envisageable, voir très probable, qu'une grande partie des pratiquants de ce qui pourrait être qualifié de microaventure (une itinérance non motorisée incluant un bivouac, à proximité de son domicile, en autonomie et auto-organisée) ne se

revendiquent et ne se reconnaissent pas dans le concept (et peut-être même ne connaissent pas) ; et souhaitent délibérément rester à l'écart des acteurs et des initiatives structurées pour développer leurs pratiques en toute indépendance. De toutes évidences, l'émergence du concept de microaventure n'a pas inventé ces types de pratiques mais a plutôt contribué à les « recontextualisées / réactualisées » pour les promouvoir auprès d'un nouveau public et dans un nouveau contexte. Aussi, il est tout à fait envisageable que les pratiquants antérieurs à l'apparition du concept s'inscrivent dans cette figure de l'ignorance réciproque avec toutes les formes de structuration professionnelle de la microaventure, rejoignant ici la notion d'autoproduction sauvage de l'expérience récréative (Michel, Salvador et Kreziak, 2021).

CONCLUSION

Au fil de ce travail, nous avons pu constater à quel point la microaventure constituait un objet hybride et hétérogène, faisant référence et mobilisant un ensemble varié de pratiques sportives et récréatives de nature, de modalités organisationnelles et de formats spatio-temporels différents, mais aussi d'imaginaires, de représentations et de formes culturelles diversifiées. Régulièrement identifiée et qualifiée par les médias et les professionnels du tourisme comme une « nouvelle tendance post-covid », nous avons essayé de discerner ce qui constituait sa nouveauté et son caractère innovant. Bien que la crise sanitaire a grandement participé à révéler le concept auprès d'une plus large audience et à amplifier sa diffusion et ses développements, la microaventure s'inscrit pleinement dans son époque et dans des dynamiques de fond du champ du tourisme et de la société en général qui étaient déjà à l'œuvre. En effet, avant d'être un format de pratique permettant de s'insérer dans les contraintes imposées par les mesures de confinement, la microaventure se voulait initialement être / proposer une « alternative » aux pratiques touristiques conventionnelles considérées comme néfastes pour l'environnement et pour les équilibres socio-économiques des territoires hyper-touristifiés, aux dérives du tourisme de masse et du sur-tourisme. L'impulsion initiale dans l'émergence du concept s'inscrit dans la prise de conscience croissante des enjeux écologiques et sociaux de nos modèles de développement et témoigne de la prégnance des problématiques environnementales dans le champ du tourisme et plus globalement dans tous les champs de la société.

« La microaventure, c'est l'aventure près de chez soi. C'est plus accessible, ça prends moins de temps et ça fait moins mal à la planète. » (Guide Chilowé, 2018) ; « c'est une ode à la vie sauvage, Parce qu'être citadins ce n'est pas une tare, à condition de se bouger le WE » (Guide 2 Jours Pour Vivre, 2019) ; c'est « partir à l'aventure pour se reconnecter à la nature » (Les Others N°13, 2021). Au travers de ces quelques phrases de présentation formulées par des acteurs emblématiques de la microaventure en France, on saisit bien le positionnement du concept au croisement des notions d'aventure, de proximité et de reconnexion à la nature. En (re)mobilisant et en réactualisant des pratiques récréatives anciennes (les sports de nature, l'itinérance, le bivouac, etc.), la microaventure se propose de recontextualiser et de relocaliser l'imaginaire de l'aventure dans la proximité et dans l'espace-temps du quotidien. Évocatrice de long voyage en terre lointaine et sauvage, d'altérité et d'inconnu, d'imprévisibilité et de rupture avec ses repères socioculturels, la conception littéraire et mythologique de l'aventure incarne par excellence l'idée de se projeter dans un Ailleurs lointain, un univers géo-physique et culturel radicalement différent, source d'un décalage et d'un dépaysement recherchés par un déplacement dans un espace-temps du « hors-quotidien » (Bourdeau, 2003). En repositionnant l'expérience de l'aventure dans l'espace-temps du quotidien, la microaventure peut être interprétée comme un nouvelle manifestation de la recomposition des relations Ici-Ailleurs qui traverse le champ du tourisme depuis deux décennies (Bourdeau, 2013).

Plus qu'un nouveau de type de pratique récréative ou la découverte d'une destination, c'est bien l'expérience d'un espace-temps « hors-quotidien » qui est au cœur du concept. Pour créer cette expérience, la microaventure s'appuie sur ce qui s'apparente à un mode opératoire, un procédé de mise en situation et de transfiguration symbolique des lieux investis, empruntant aux imaginaires et aux caractéristiques du voyage d'aventure, pour mettre en scène l'expérience du décalage et du dépaysement dans la proximité et dans les interstices du quotidien. Dans ce sens, les milieux naturels et ruraux constituent les territoires privilégiés de la microaventure dans la mesure où ils incarnent ce qui est extérieur et différent du cadre de vie habituel de la cible principale du concept : les habitants des grandes villes. Que ce soit au travers des figures de la nature comme « décor /

terrain de jeu » ou comme « wilderness », ou encore du décalage perçu avec le cadre et les modes de vie des campagnes, la microaventure investie et met en scène ces espaces comme des territoires du hors-quotidien à (re)explorer, par rapport et par contraste avec le milieu urbain, domaine du connu et du commun. Elle participe ainsi à réintroduire de l'altérité et à recréer des Ailleurs dans la proximité - à reconfigurer la dialectique entre l'Ici et de l'Ailleurs autour de celles entre la Ville et la Nature ou entre l'Urbain et le Rural. Dans cette perspective, la microaventure peut être observée comme une nouvelle manière de répondre au désir d'Ailleurs et d'altérité dans le contexte de la crise écologique et de l'impératif de réduction des impacts environnementaux de nos pratiques récréatives.

Aussi, la microaventure apparaît comme un marqueur de la prégnance de la question écologique dans le champ du tourisme, cristallisant et recoupant plusieurs phénomènes et dynamiques déjà à l'œuvre autour des enjeux de transition vers plus de « durabilité » dans le champ du tourisme :

- Le développement du tourisme de proximité s'inscrivant pour partie dans une forme de volontarisme éthique et environnemental, notamment concernant la microaventure dans la dénonciation récurrente de la figure du « city-trip » et d'une remise en cause de l'hyper-mobilité (particulièrement du recours à l'avion en référence au mouvement du « flygskam »).
- la « touristification du quotidien » qui témoigne de la recomposition de la relation Ici-Ailleurs et participe d'une forme de réenchantement et de réinvestissement du local, d'espace-temps du quotidien et de la proximité, de lieux considérés comme ordinaires, avec en creux une forme de rejet des « hauts-lieux » du tourisme associés aux dérives du sur-tourisme.
- le développement des pratiques dites de « slow-tourisme » et d'itinérance douce qui traduisent notamment des évolutions des attentes des touristes/pratiquants valorisant les notions de reconnexion avec la nature, de ralentissement et de mobilité douce, d'un rapport plus « immersif » et moins « consumériste » dans les manières d'investir l'espace-temps de ses pratiques récréatives.
- le thème récurrent de la « quête de sens », de la recherche de justification considérée comme plus légitime et éthique dans ses activités récréatives, se traduisant souvent par la mobilisation de finalité apprenante, militante, sociale, écologique, scientifique, professionnelle, etc. ; renvoyant en creux l'expression d'une forme de malaise et de culpabilité vis à vis de la figure du touriste passif et « simplement » consommateur de service, de temps et d'espace.

Dans ce sens, l'émergence de la microaventure peut aussi être analysé comme une nouvelle expression de ce mouvement d'émergence de formes alternatives de « tourisme durable » - écotourisme, tourisme humanitaire, tourisme local, slow-tourisme, tourisme d'aventure responsable, tourisme éducatif, tourisme scientifique, etc. - dans le contexte de remise en question croissante du modèle conventionnel du tourisme dit « de masse » et de ses impacts environnementaux et sociaux ; tout en restant « cantonnées sur une position d'horizon maximum de réforme possible dans le cadre du modèle économique et idéologique dominant » (Bourdeau, 2013).

Toutefois, comme nous avons pu le constater, la microaventure n'est pas perçue et investie de manière univoque par ses acteurs, donnant lieu à des interprétations et des déclinaisons relativement hétérogènes et parfois divergentes, voire contradictoires, avec la conception initiale du concept. Tantôt appréhendée comme une nouvelle forme d'expérience sensationnelle et dépaysante que l'on peut intercaler dans son quotidien, jouant du décalage et de la transgression ludique, s'inscrivant dans le registre de l'école buissonnière, de l'insolite, de l'inédit et de l'éphémère (des bulles de décompression) ; tantôt investie comme un art de vivre au quotidien, relevant d'une démarche existentielle et transformative de soi et de son mode de vie, s'inscrivant dans une forme plus marquée d'engagement éthique (notamment écologique et social) et de reconnexion avec la nature et les « autres » (dans le sens d'aller à la rencontre, de favoriser les relations humaines et l'échange interpersonnel au travers de l'expérience) ; la microaventure se

déploie dans des formes et des univers culturels oscillant entre post-modernité et trans-modernité. Elle donne ainsi lieu à une diversité d'interprétations, d'appropriations et de déclinaisons en termes d'activités et de pratiques selon les acteurs que nous avons pu observer. Dans de nombreux cas de figure, la microaventure est perçue et utilisée comme un concept marketing à la mode, une nouvelle manière de parler et de promouvoir les « expériences outdoor » en lien avec les notions d'insolites et/ou de sensations fortes. Dans cette approche que l'on retrouve régulièrement chez les OGD, elle constitue un levier pour (re)mettre en récit et mieux vendre des activités et des prestations préexistantes, identifiées et associées à cette « nouvelle tendance ». Dans d'autres cas de figure, elle est investie comme un nouveau type/format de voyage d'aventure et d'itinérance courte, réactualisé à l'aune du marketing expérientiel et des impératifs écologiques. Mais dans certains projets, elle s'inscrit plutôt dans une approche transformative, communautaire et apprenante, dans un nouveau rapport à l'espace-temps et aux pratiques récréatives de nature, valorisant les notions d'autonomisation et d'auto-organisation dans sa pratique. Dans cette approche, les acteurs de la microaventure se positionneraient plus comme des promoteurs et des accompagnateurs, des sources d'informations et de conseils, des réseaux d'échange et d'entraide entre pratiquants, visant à aider les néophytes urbains à se lancer dans une nouvelle pratique et notamment à s'initier aux pratiques d'itinérances douces. Plus qu'une fin en soi, la microaventure pourrait être considérée sous cet angle comme une forme d'incitation / initiation, une manière de mettre le pied à l'étrier et une première étape dans le sens d'un nouveau rapport à ses pratiques récréatives, vers un engagement plus profond dans ce nouvel « art de vivre » évoqué par certains porteurs de projet.

En termes de participation à un processus de transition dans le champ du tourisme, il apparaît encore difficile d'apprécier l'influence et l'impact que pourront avoir les développements observés de la microaventure à ce stade et dans les limites de ce travail. Toutefois, malgré ce manque de recul et compte tenu des carences de données (notamment concernant les pratiquants), j'ai tout de même tenté d'esquisser une analyse des trajectoires de développement des acteurs spécialisés et/ou des types d'appropriations du concept par des acteurs conventionnels. Considérant la microaventure sous l'angle d'une innovation de niche ou d'une innovation sociale, il semble ressortir que les dynamiques à l'oeuvre s'inscrivent majoritairement dans des trajectoires de récupération, d'intégration et/ou de banalisation de la microaventure dans les logiques et les modèles d'activité et de développement conventionnels, que ce soit à l'échelle des territoires ou à celle de segment du secteur du tourisme comme le voyage d'aventure. Il faut toutefois préciser que certains projets observés suivent d'autres trajectoires qui les maintiennent en « marge » et dans une situation de relative autonomie vis à vis du système « sociotechnique » dominant (Audet, 2015).

Aussi, la microaventure apparaît bien constituer un marqueur d'une dynamique et d'une volonté de transition vers plus « durabilité » qui traverse le champ du tourisme et se développe plus globalement dans la société. Concept hybride, elle s'est construite et définit au croisement de plusieurs tendances de fond - la proximité, le désir de reconnexion avec la nature, les mobilités douces et l'itinérance, la recherche d'authenticité, etc. - qui témoignent de la prégnance des enjeux écologiques dans les réflexions et les stratégies de développements des professionnels, mais aussi dans les attentes et les comportements des individus. Dans ce sens, la microaventure s'inscrit pleinement dans son époque et dans le mouvement de remise en question du modèle conventionnel du tourisme moderne. Plus que comme un type et/ou un format précis et spécifique de pratique, elle semble se définir et se caractériser principalement par ses intentions et notamment celle de proposer une « alternative » au modèle dénoncé, de participer à « changer notre rapport au voyage »¹¹⁹ en « recontextualisant / réactualisant » l'imaginaire de l'aventure dans

¹¹⁹ Cf. <https://www.madjacques.fr/a-propos>

l'espace-temps du quotidien. Toutefois, en tension entre post-modernité et trans-modernité, la microaventure est investie de manière hétérogène et parfois ambivalente vis-à-vis de ses intentions et de ses principes initiaux. Ses développements récents s'inscrivent pour une large part dans des dynamiques de récupération et d'intégration du concept dans le modèle conventionnel, soulignant la capacité et le mécanisme déjà bien identifiés et maintes fois éprouvés d'institutionnalisation des innovations de marge et des « dissidences récréatives » par une industrie du tourisme postmoderne marquée par un besoin constant de nouveauté (Bourdeau et Lebreton, 2013).

Si la microaventure apparaît clairement constituer un marqueur du désir de transition écologique et sociale qui se développe dans la société, il est plus difficile de dire qu'elle pourrait représenter un facteur et un levier significatif dans ce sens. Toutefois, comme nous l'avons aussi relevé, des initiatives et des aspects du concept semblent porteuses d'une conception et d'un positionnement revendiquant un « art de vivre » au quotidien et l'inscription dans un autre rapport aux pratiques, aux temps et aux espaces codifiés du tourisme conventionnel, renvoyant à la notion « d'après-tourisme » (Bourdeau, 2013) ou d'une forme « transmoderne » des pratiques récréatives (Corneloup, 2010). Face aux dynamiques de récupération et d'institutionnalisation de la microaventure, comment vont évoluer ces initiatives et ces formes d'investissement dans la pratique ? Est-ce que l'on va assister à des réactions et à la mise en œuvre de stratégies d'évitement, de décalage alternatif, de résistance, de fuite dans les marges pour maintenir une forme d'autonomie et d'indépendance vis-à-vis du marché et du modèle dominant de l'industrie du tourisme et des loisirs ? Comme nous l'avons souligné, la microaventure peut aussi être considérée comme un vecteur de promotion et d'initiation aux pratiques d'itinérances douces, une première marche/étape pour s'engager dans un autre rapport aux pratiques récréatives. Aussi, il serait intéressant d'aller observer les trajectoires des néo-pratiquants de microaventure. Est-ce que cela a généré des changements dans leurs usages récréatifs et plus généralement dans leur mode de vie ? Comment perçoivent-ils et se positionnent-ils vis-à-vis des dynamiques de récupération et d'institutionnalisation du concept ? Est-ce qu'ils cherchaient une montée en compétence et une autonomisation dans leurs pratiques ? Et est-ce qu'ils chercheront à se maintenir dans une forme d'autoproduction sauvage et d'indépendance vis-à-vis des acteurs et de l'industrie du tourisme ? Par ailleurs, comme nous l'avons déjà abordé, les usages et types de pratiques pouvant être désignés par le concept préexistaient à son apparition. Aussi, il serait aussi intéressant d'élargir le champ d'investigation à ces pratiquants « pré-microaventure », d'observer leur manière d'appréhender le concept et les interactions entre ces derniers et les néo-pratiquants de microaventure dans le cadre des dynamiques de récupération et d'institutionnalisation du concept.

Aussi, ce travail présente des limites et des angles morts concernant les pratiquants et leurs manières d'investir la microaventure qui ne permettent pas d'appréhender ces questionnements. Pour diverses raisons déjà évoquées, cette étude était plus centrée sur l'offre et l'observation des acteurs du tourisme, laissant dans l'ombre une grande partie de l'objet « microaventure » et des pratiques qu'il recouvre. Des recherches complémentaires centrées sur les pratiquants et leurs manières de s'approprier ou non le concept de microaventure seraient nécessaires pour approfondir ces axes de questionnement ; et tenter de mieux comprendre comment la microaventure pourrait (ou non) s'inscrire durablement dans l'univers culturel des pratiques récréatives de nature et contribuer (ou non) à son évolution.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages et articles scientifiques

Amirou Rachid et Bachimon Philippe (2000), « Le tourisme local, une culture de l'exotisme », Editions L'Harmattan.

Audet René (2015), « Le champ des sustainability transitions : origines, analyses et pratiques de recherche »

Augé Marc (2010), « Retour sur les « non-lieux », les transformations du paysage urbain », in Communications 2010/2 (n° 87).

Barthélémy Marianne (2002), « Les aventures organisées ou l'illusion du risque. L'exemple du Marathon des sables », Cahier Espaces.

Bourdeau Philippe (1992), « Entre ville et nature », Cahier Espaces n°29.

Bourdeau Philippe (1994), « Le tourisme d'aventure : pratiques et discours », in Téoros, vol. 13.

Bourdeau Philippe (2003), « Territoires du hors-quotidien », HDR Université Joseph Fourier - Grenoble 1.

Bourdeau Philippe, Mao Pascal et Corneloup Jean (2011), « Les sports de nature comme médiateurs du « pas de deux » ville-montagne. Une habitabilité en devenir ? », in Annales de géographie n°680, Editions Armand Colin.

Bourdeau Philippe et Lebreton Florian (2013), « Les dissidences récréatives en nature : entre jeu et transgression », in EspacesTemps.net

Bourdeau Philippe (2019), « L'agir créatif dans le tourisme de montagne », in Revue Urbanisme n°411.

Bourdeau Philippe (2019), « La station touristique, un modèle à interroger - Éloge de la dispersion », in Revue Espaces

Boutroy Eric (2000), « Promenade d'un ethnologue en itinérance », in « Itinérance, du Tours au détours », Berthelot Libéra et Corneloup Jean (Dir.), Editions du Fournel.

Christin Rodolphe et Bourdeau Philippe (Dir.) (2011), « le tourisme : émancipation ou contrôle sociale ? », Éditions du Croquant.

Corneloup Jean (2010), « Comment est abordée la question de l'innovation en Sciences Sociales ? », in Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature, Corneloup Jean et Mao Pascal (Dir.), Editions du Fournel.

Corneloup Jean (2011), « La forme transmoderne des pratiques récréatives de nature », in Développement Durable et Territoires.

Corneloup Jean et Bourdeau Philippe (2000), « Regards Croisés sur l'itinérance contemporaine », in « Itinérance, du Tours au détours », Berthelot Libéra et Corneloup Jean (Dir.), Editions du Fournel.

Corneloup Jean, Bourdeau Philippe, Bachimon Philippe, Bessy Olivier (2014), « L'habitabilité récréative périurbaine », in Revue Sociétés n°125.

Derioz Pierre et Bachimon Philippe (2010), « Formes et mutations contemporaines de la randonnée pédestre : un développement de plus en plus balisé ? », in Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature, Corneloup Jean et Mao Pascal (Dir.), Editions du Fournel.

Dissart Jean-Christophe (2021), « Le tourisme de proximité ou la saison d'un renouveau », in Revue Espaces.

Fuch Julien (2000), « La pratique de l'itinérance dans le scoutisme », in « Itinérance, du Tours au détours », Berthelot Libéra et Corneloup Jean (Dir.), Editions du Fournel.

Landel Pierre-Antoine, Koop Kristen et Senil Nicolas (2018), « Quand l'innovation sociale change la dynamique des territoires de montagne », in Montagnes en mouvements - Dynamiques territoriales et innovation sociale, Presses Universitaires de Grenoble.

Mazuel Luc (2018), « Le slow tourisme, un nouvel enjeu pour le développement durable des territoires et la préservation des paysages », Communication dans le cadre du congrès Permanent European Conference for the Study of the Rural Landscape, Septembre 2018.

Michel Franck (2004), « Désirs d'ailleurs. Essai d'anthropologie des voyages », Presses de l'Université Laval.

Michel Hélène, Salvador Marielle et Kreziak Dominique (2021), « Microaventure : Vers une autoproduction sauvage de l'expérience touristique », in Management et Avenir.

Niels Martin, Philippe Bourdeau, Jean-François Daller (Dir.) (2013), « Les migrations d'agrément : du tourisme à l'habiter », L'Harmattan.

Perrin-Bensahel Liliane (Dir.), Bourdeau Philippe, François Hugues (2013), « Fin (?) et confins du tourisme », Editions L'Harmattan.

Pociello Christian et Denis Daniel (Dir.) (2000), « À l'école de l'aventure », PUS.

Sirost Olivier (2000), « Entre errance et itinéraires : l'avènement du plein air », in « Itinérance, du Tours au détours », Berthelot Libéra et Corneloup Jean (Dir.), Editions du Fournel.

Stock Mathis, Coëffé Vincent et Violier Philippe (2020), « Les enjeux contemporains du tourisme », PUR.

Tinard Yves (1992), « Le tourisme d'aventure : un concept évolutif », Cahier Espaces n°29.

Urbain Jean-Didier (2011), « L'envie du monde », Éditions Bréal.

Ouvrages et articles spécialisés / Littérature grise

Cahier Atout France (2015), « Tourisme de proximité : Mythes et opportunités », Editions Atout France.

Cahier Atout France (2016), « Tourisme estival des destinations de montagne : Clientèles et potentiels », Editions Atout France.

Cahier Atout France (2019), « Tourisme estival des destinations de montagne : Stratégie et bonnes pratiques », Editions Atout France.

Avignon Catherine (2021), « Le vélo, une activité devenue « essentielle » pour les territoires », Revue Espaces.

Faure Muriel (2021), « L'itinérance douce, un tourisme à fort pouvoir attractif, mais complexe à mettre en oeuvre », Revue Espaces.

Lachat Arthur (2020), « Micro-aventure : le nouveau tourisme post-confinement ? », in Alpine Mag.

Loizillon Nicolas (1992), « Le tourisme d'aventure : un marché sensible », in Revue Espaces.

Popp Daniel (1992), « L'esprit d'aventure », in Revue Espaces.

Revéret Christophe (2021), « Construire et mettre en marché une offre de tourisme itinérant. Pas si facile... », Revue Espaces.

Ouvrages dédiés à la microaventure

Les Others - Volume n°13 (2021), « Audio », Les Others.

Amélie Deloffre (2019), « 2 Jours Pour Vivre », Gallimard Voyage.

Thibault Labey et Ferdinand Martinet (Dir.) (2018), « Guide Chilowé - Paris », Chilowé.

Articles de presse généraliste, spécialisée et blogs

Presse et média généraliste / non spécialisé outdoor	Presse et média étranger	Presse et média spécialisé outdoor	Blog de voyageurs
https://www.lemonde.fr/campus/article/2020/12/01/pas-loin-pas-cheres-les-microaventures-sont-un-moyen-d-explorer-la-ville-autrement_6061754_4401467.html	http://edition.cnn.com/2014/08/20/sport/alastair-humphreys-adventurer/	https://alpinemag.fr/micro-aventure-nouveau-tourisme-post-confinement/	https://refusetohibernate.com/20-idees-micro-aventure-en-france-par-region/
https://www.lechotouristique.com/article/amelie-deloffre-la-micro-aventure-est-une-tendance-montante	https://www.theguardian.com/travel/2014/sep/18/uk-microadventure-breaks-budget-travel-thrills	https://www.outside.fr/themes/microaventure/	https://www.lesmicroaventuresdelulu.com/je-recherche-pour-vous
https://www.voyageons-autrement.com/les-micro-aventures-le-voyage-au-coin-de-la-rue	https://www.huffpost.com/entry/10-tips-to-live-more-adventurously-even-with-a-9-to-5-job_b_5477813	https://adventure.com/adventure-travel-news-microadventures/	https://vosgesquipeut.fr/
https://www.nouvelobs.com/voyage/20200308.OBS25748/la-micro-aventure-la-tendance-qui-monte.html#modal-msg	https://www.nytimes.com/2015/03/22/travel/the-virtues-of-microadventures.html?_r=0	https://www.geo.fr/aventure/la-micro-aventure-une-nouvelle-facon-de-voyager-201510	https://soandbia.com/
https://tendances-tourisme.fr/tendances-microaventures-opportunit-e-tourisme-rural/	https://www.collinsdictionary.com/submission/13197/Microadventures	https://weactforgood.com/micro-aventure-macro-sensations/	https://lesdroners.fr/guide-voyage/voyage-en-france/micro-aventure/concept-micro-aventure/
https://tendances-tourisme.fr/bivouacs-amenages-en-france-vers-un-acces-payant-a-la-nature/	https://www.outsideonline.com/1930461/improve-your-life-microadventures	https://www.trekmag.com/micro-aventure	https://lesgloboblogueurs.com/micro-aventures-idees-en-france-en-famille/
https://www.theriderpost.com/lifestyle/le-concept-de-micro-aventure-va-changer-votre-vie/	https://www.nationalgeographic.co.uk/travel/2017/12/top-5-microadventures-uk		https://www.histoiresdetongs.com/micro-aventure/

Presse et média généraliste / non spécialisé outdoor	Presse et média étranger	Presse et média spécialisé outdoor	Blog de voyageurs
https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/usages-et-style-de-vie/micro-aventure-tendance-vacances-post-covid/	https://southwestmicroadventures.com/		
https://www.enlargeyourparis.fr/balades/microaventure-grand-paris	http://www.pnwmicroadventures.com/		
https://www.leprogres.fr/lifestyle/2016/11/11/la-micro-aventure-seduit-de-plus-en-plus-les-voyageurs-presses-par-le-temps	https://www.thepetiteadventurer.com/microadventures/		
https://www.lesechos.fr/weekend/perso/la-micro-aventure-grande-tendance-du-post-confinement-1216615	http://microadventureireland.com/		
https://oxytanie.com/exploration/prets-pour-la-micro-aventure/	https://www.thewanderlustwithin.com/category/adventure-travel/microadventures/		
https://www.consoglobe.com/micro-aventures-quotidien-cg			
https://www.huffingtonpost.fr/2018/07/09/cet-ete-pensez-a-la-micro-aventure-pour-vous-evader-sans-partir-loin-ni-vous-ruiner_a_23477758/			
https://www.franceinter.fr/emissions/l-ete-comme-jamais/l-ete-comme-jamais-03-aout-2020			
https://www.lefigaro.fr/voyages/la-micro-aventure-une-autre-facon-de-voyager-en-france-20200516			
https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/c-est-mon-week-end/c-est-mon-week-end-on-s-evade-dans-la-nature-pour-une-micro-aventure_4304259.html			
https://www.wedemain.fr/ralentir/un-ete-local-ethique-ecolo-10-bons-plans-pour-des-micro-aventures-en-france/			
https://www.resistanceclimatique.org/voyage_micro_aventure			

Presse et média généraliste / non spécialisé outdoor	Presse et média étranger	Presse et média spécialisé outdoor	Blog de voyageurs
https://www.tourmag.com/Micro-aventure-Chilowe-devient-un-tour-operateur-ambitieux-en-France-_a108589.html			
https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/la-micro-aventure-une-nouvelle-facon-de-voyager-qui-fait-de-plus-en-plus-d-adeptes-28-05-2020-8325228.php			
https://weactforgood.com/micro-aventure-macro-sensations/			
https://weactforgood.com/se-lancer-dans-la-petite-aventure/			

ANNEXE 1

Grille entretien - Opérateur privé - Agence / Média / Promoteur Avril 2021

1. Présentation de la personne et de la structure :
 - 1.1. Est-ce que vous pouvez vous présenter en quelques mots ? Votre parcours et vos fonctions ?
 - 1.2. Et pouvez-vous nous présenter votre structure ?
2. Définition et périmètre de la micro-aventure :
 - 2.1. Comment définiriez-vous la micro-aventure ?
 - 2.1.1. Est-elle nécessairement associée aux pratiques outdoor et dans la nature ?
 - 2.2. Selon vous, est-ce qu'il y a une définition univoque et partagée ?
 - 2.2.1. Si non, quels sont les inconvénients ou les risques de cette disparité d'acception ?
 - 2.2.2. Quel est votre avis et votre sentiment sur la popularisation de la micro-aventure ? Est-ce une bonne chose ?
3. Les attentes et les profils des pratiquants / usagers :
 - 3.1. Selon vous, à quelles attentes, quels besoins et envies l'émergence de la micro-aventure a-t-elle répondu ?
 - 3.2. Pouvez-vous / avez-vous identifié un profil de personne intéressée / pratiquante de la micro-aventure ? Ou du moins des caractéristiques récurrentes ?
4. Les aspects territoriaux de la micro-aventure :
 - 4.1. Comment est-ce que vous choisissez le lieu / le territoire pour organiser une micro-aventure ?
 - 4.1.1. Pourquoi tel territoire et pas un autre ?
 - 4.1.2. Quelles sont les caractéristiques recherchées pour organiser une « bonne » micro-aventure ?
 - 4.1.3. Est-ce que les territoires présentant les caractéristiques requises sont interchangeable ?
 - 4.2. Dans quelles mesures les micro-aventures s'adaptent et sont personnalisées en fonction des territoires qui les accueillent ?
 - 4.3. Est-ce que vous cherchez spécifiquement à valoriser et à raconter les spécificités des territoires où sont organisées les micro-aventures ?
 - 4.3.1. Si oui, comment ? De quelles manières ?
 - 4.3.2. Quelles spécificités ou dimensions du territoire cherchez-vous à mettre en avant ? (naturelles, paysagères, culturelles, sociales, gastronomiques, etc...)

- 4.4. Est-ce que la présence d'aménagements pour les pratiques outdoor sur les territoires choisis est importante pour vous ? (réseau de sentier, qualité du balisage, présence de camp de bivouac, de cabanes et de refuge non gardé, etc...)
 - 4.4.1. Si oui, quelles seraient vos attentes / souhaits en matière d'amélioration et d'aménagement des territoires pour vos activités ?
- 4.5. Est-ce que vous vous appuyez ou avez besoin des acteurs des territoires sur lesquels vous organisez vos micro-aventures ? (les accompagnateurs, les prestataires d'activités outdoor, les hébergeurs, les restaurateurs, etc...)
 - 4.5.1. Quel est ou pourrait être le rôle des accompagnateurs du territoire ?
 - 4.5.2. Est-ce que le recours à un encadrement professionnel pour la réalisation d'une micro-aventure dénaturerait l'esprit de la micro-aventure ?
- 4.6. Quel rôle pourrait jouer les Offices de Tourisme dans le développement de la micro-aventure et de vos activités ? Est-ce que vous auriez des attentes les concernant ?
 - 4.6.1. Avez-vous déjà travaillé / collaboré avec des OT, des territoires ?
 - 4.6.2. Comment percevez-vous leur degré d'appropriation du concept de micro-aventure ?
5. Le modèle économique : (*à adapter en fonction de la spécialisation ou non sur la micro-aventure*)
 - 5.1. Quel est votre modèle économique (*en lien avec la micro-aventure*) ? (*Est-ce un nouveau type de produit pour vous ? Un « lifting » marketing d'une offre pré-existante ?*)
 - 5.2. Est-il rentable / viable pour le moment ? Si non, est-ce une question de temps et de progression du CA ? Le deviendra t'il ?
 - 5.3. Est-ce que vous avez des objectifs de diversification de vos activités / sources de revenus ?
6. Les enjeux du secteur du tourisme et de transition :
 - 6.1. A votre avis, est-ce que la micro-aventure peut répondre à des enjeux et des problématiques qui se posent au secteur du tourisme ?
 - 6.2. En quoi et comment est-ce ce que la micro-aventure peut participer à la transition sociale et écologique dans le tourisme ?
 - 6.3. Est-ce que la micro-aventure comporte selon vous une dimension de sensibilisation et d'apprentissage des bonnes pratiques en milieu naturel ? Que se soit sur les aspects environnementaux et des conflits d'usages avec les habitants ?
 - 6.3.1. Si oui, de quelles manières ?
 - 6.3.2. Est-ce ce un aspect que vous mettez en avant dans vos communications ?

ANNEXE 2

Grille entretien - OT / DMO

Avril 2021

1. Présentation de la personne et de la structure :
 - 1.1. Est-ce que vous pouvez vous présenter en quelques mots ? Votre parcours et vos fonctions ?
 - 1.2. Pouvez-vous nous présenter votre structure, son territoire couvert et ses axes de positionnement prioritaires ?
2. Connaissance / perception / appropriation de la micro-aventure :
 - 2.1. Est-ce que le concept de micro-aventure vous est familier ?
 - 2.1.1. Si oui, comment le définiriez-vous ? Qu'est-ce qu'il recouvre concrètement selon vous ? D'où vient cette notion ?
 - 2.1.2. Est-ce que vous pourriez me donner un exemple typique de micro-aventure ?
 - 2.1.3. Est-il nécessairement associé aux pratiques outdoor et dans la nature ?
 - 2.2. Est-ce que votre territoire s'est déjà approprié ce concept et le met en oeuvre ?
 - 2.2.1. Au sein de l'OT ?
 - 2.2.1.1. Si oui, par quelles actions et/ou quelles offres ?
 - 2.2.1.2. Est-ce que ces offres étaient pré-existantes ou est-ce qu'elles ont été créées spécifiquement autour de ce concept ?
 - 2.2.1.3. Est-ce que cela fonctionne bien ? Avez-vous une bonne fréquentation sur ces offres ? Des bons retours des clients ?
 - 2.2.2. Par d'autres acteurs ?
 - 2.2.2.1. Si oui, lesquels et de quelles manières ?
 - 2.2.2.2. Mêmes questions que pour l'OT : offres pré-existantes ou créées ? Fréquentation ? Retours clients ?
3. Les attentes et les profils des pratiquants / usagers :
 - 3.1. Selon vous, à quelles attentes, quels besoins et envies l'émergence de la micro-aventure a-t-elle répondu ?
 - 3.2. Pouvez-vous / avez-vous identifié un profil de personne intéressée / pratiquante de la micro-aventure ? Ou du moins des caractéristiques récurrentes ?
4. Les aspects / enjeux territoriaux de la micro-aventure :
 - 4.1. Selon vous, est-ce que la micro-aventure peut permettre de répondre à des enjeux, des objectifs ou des problématiques qui se posent pour votre territoire ?
 - 4.1.1. Un univers d'activité adapté à votre territoire et qui pourrait augmenter la fréquentation touristique ?
 - 4.1.1.1. Un facteur d'attractivité ?
 - 4.1.1.2. Une manière de répondre à une demande croissante d'activité outdoor ?
 - 4.1.1.3. Une manière de proposer des expériences « extra-ordinaires » ? Mémorables ? Insolites ?
 - 4.1.2. Un levier pour canaliser, encadrer, sensibiliser les « nouvelles clientèles urbaines » des activités outdoor ?

- 4.1.2.1. Une façon de produire des offres et des parcours qui permettrait de cadrer les flux croissants d'urbains en demande de nature et d'aventure ?
- 4.1.2.2. Une manière de mieux répartir ces flux sur le territoire ?
- 4.1.2.3. Une manière de sensibiliser et de transmettre les connaissances et les codes de bonnes pratiques en milieu naturel aux néo-aventuriers en provenance des grandes métropoles ?

4.2. Est-ce que vous pensez que les accompagnateurs et autres prestataires d'activités outdoor pourraient s'emparer de ce concept ?

- 4.2.1. Si oui, de quelles façons ?
- 4.2.2. Est-ce que la micro-aventure ne pourrait-elle pas constituer un levier pour replacer leur rôle de « sécurisation » des parcours / expériences (physique, psychologique et réglementaire) et de sensibilisation / apprentissage des bonnes pratiques en milieu naturel ?
- 4.2.3. Est-ce que la micro-aventure pourrait offrir des opportunités aux accompagnateurs de se positionner sur une approche plus « expérientielle » et être plus attractifs ?

4.3. A votre avis, est-ce que la micro-aventure ne pourrait pas offrir une opportunité pour développer les « aménagements doux » du territoire destinés aux pratiques outdoor ? (réseau de sentier, qualité du balisage, présence de camp de bivouac, de cabanes et de refuge non gardé, etc...)

- 4.3.1. Pour mieux absorber et encadrer la croissance de la demande de nature et d'activités outdoor de la part des citoyens ?
- 4.3.2. Pour faciliter le développement d'une offre de micro-aventure ?
- 4.3.3. En l'associant à des outils de sensibilisation aux bonnes pratiques ?

4.4. Est-ce que la micro-aventure ne constituerait pas une opportunité pour développer un « tourisme de proximité » mieux encadré sur les activités outdoor ? Et générateur de retombées économiques pour le territoire ?

- 4.4.1. A l'inverse de l'excursionniste, le participant à un micro-aventure ne serait-il pas plus susceptible de dormir et de s'approvisionner sur le territoire ?
- 4.4.2. Ne serait-ce pas une opportunité pour enrichir l'offre de « court-séjour » sur le territoire ?

4.5. Est-ce que la micro-aventure ne permettrait pas aussi de s'adresser aux habitants du territoire et de répondre à des attentes « récréatives » de proximité ?

5. Les enjeux du secteur du tourisme et de transition :

- 5.1. A votre avis, est-ce que la micro-aventure peut répondre à des enjeux et des problématiques qui se posent plus largement au secteur du tourisme ?
- 5.2. Est-ce que la micro-aventure peut participer à la transition sociale et écologique dans le tourisme ? Si oui, comment ?

6. Le modèle économique :

6.1. Est-ce que le développement d'une offre de micro-aventure vous semble économiquement intéressante pour votre territoire ?

- 6.1.1. Si oui, dans quelle mesure ? Selon quel modèle économique ?
- 6.1.2. Dans la mesure où elle est co-construite et intègre le recours à un accompagnateur ou prestataire du territoire ?
- 6.1.3. Dans la mesure où cela implique un séjour d'au moins une nuit sur le territoire ?
- 6.1.4. Dans la mesure où les parcours / expériences proposées mettent en avant et/ou flèchent les visiteurs vers des acteurs locaux ?