

## « Des paysages menacés par le vent ? Réflexion sur une ressource de la Gaspésie touristique (Québec) »

**Anne-Sophie Devanne et Marie-José Fortin**

Chaire de recherche du Canada en Développement régional et territorial  
Université du Québec à Rimouski  
300, Allée des Ursulines, Rimouski (Québec) G5L 3A1  
anne-sophie.devanne@uqar.ca  
marie-jose\_fortin@uqar.ca

### INTRODUCTION

La question des ressources est au cœur de nombreux travaux en développement régional. Un postulat de plus en plus admis consiste à considérer la ressource comme étant construite par le travail de différents acteurs et leurs interactions. C'est donc dire que la ressource peut évoluer. Le problème devient alors de savoir *comment* elle se construit. Certaines ressources posent des difficultés particulières, comme celles qui sont de nature « immatérielle ». C'est le cas du patrimoine (Kebir 2006). C'est aussi le cas du paysage, auquel nous nous intéressons.

Plus exactement, nous cherchons à comprendre comment se construit la ressource paysage, tel qu'envisagée dans l'activité touristique. Pour ce faire, l'étude du cas de la Gaspésie apparaît particulièrement pertinente. En effet, l'industrie touristique constitue un pilier historique de l'économie de cette région de l'est du Québec et le paysage constitue une de ses grandes ressources. Or, l'émergence d'une toute nouvelle industrie, celle de l'éolien, pourrait ébranler la qualité de cette ressource touristique traditionnelle. En effet, les nombreux grands parcs éoliens qui sont construits modifient les paysages, du moins dans leur aspect visible et matériel. Comment ces changements seront-ils perçus par les touristes<sup>1</sup> ? Ceux-ci trouveront-ils toujours l'expérience qu'ils recherchent ? Pourrait-il y avoir un changement de clientèles ? Bref, l'attractivité du territoire pourrait-elle être modifiée par l'implantation de grands parcs éoliens ?

Il y a donc un questionnement social très important à ce sujet en ce moment, et un contexte riche pour enrichir notre compréhension du phénomène de construction des ressources. Ce cas permet en effet de poser la question de la construction de deux ressources (paysage, vent) et, aussi, de leur articulation dans un même territoire.

Comme nous débutons cette recherche, nous aimerions profiter de ce colloque pour soumettre à discussion notre cadre d'analyse. Ce choix est motivé par le fait que ce cadre prend appui sur une perspective développée dans des travaux réalisés par certains chercheurs qui sont aujourd'hui présents, soit celle du « système touristique localisé ». Notre proposition intègre aussi d'autres travaux anglo-saxons. Avant d'exposer ce cadre plus en détail, présentons d'abord brièvement le cas étudié de la Gaspésie.

## **1. LA GASPÉSIE, CONSTRUCTION DE RESSOURCES HISTORIQUES ET ÉMERGENTES.**

La région de la Gaspésie se situe dans la partie Est du Québec. Depuis le début du 20<sup>e</sup> siècle, son économie a surtout reposé sur l'extraction de ressources naturelles. Mais les secteurs des pêches, des forêts et des mines rencontrent de graves difficultés depuis plusieurs décennies, ce qui crée un contexte socioéconomique difficile. Aussi, des efforts sont lancés pour tenter de diversifier l'économie. Les ressources naturelles sont toujours considérées comme un atout, mais il est souhaité que leur exploitation soit faite sur un mode durable, qu'elles créent davantage d'emplois de qualité et de richesses dans les collectivités locales.

Trois secteurs ont ainsi été ciblés dans le cadre de récentes politiques publiques (ACCORD<sup>ii</sup>) signées entre le gouvernement du Québec et des représentants régionaux en 2002<sup>iii</sup>. Parmi eux, le récréotourisme est considéré comme un créneau leader.

### ***1.1. TOURISME DE NATURE EN GASPÉSIE : UN CRÉNEAU HISTORIQUE***

Sans détailler les différentes phases du développement de ce secteur, dont les prémices remontent au XIX<sup>ème</sup> siècle, précisons quelques grandes lignes de l'évolution de l'industrie du tourisme en Gaspésie.

#### **Des acteurs régionaux qui s'organisent.**

Après plusieurs décennies d'un tourisme largement « médiatisé » par les artistes, les intervenants touristiques commencent à s'organiser. Dès les années 40, ils sont réunis en syndicat d'initiatives et œuvrent à la promotion du développement touristique de la région. Si la structure disparaît et si l'État prend le relais de l'organisation du tourisme (publicité et rénovations) après la guerre, les années 70 voient une nouvelle structure se créer : l'Association touristique régionale de Gaspésie (ATRG). Celle-ci porte à la fois les efforts de concertation entre les acteurs touristiques et les actions de promotion touristique, à travers un guide publié tous les ans (*Tourisme Gaspésie*).

#### **Un tourisme de nature.**

Depuis ses débuts, le tourisme en Gaspésie est résolument un tourisme de nature, « entre mer et montagne ». D'abord partagé entre des pratiques de villégiature en bord de mer ou des pratiques sportives de luxe (chasse et pêche), il se diversifie en se « démocratisant ». À partir de la fin des années 70, les espaces naturels ne sont plus réservés aux seuls membres des clubs de chasse et de pêche. Les parcs nationaux, réserves et ZEC sont créés en ayant pour mission de rendre la nature accessible à tous les Québécois.

#### **Le paysage comme ressource historique qui évolue.**

Il s'agit là aussi d'une caractéristique historique du tourisme en Gaspésie. Les paysages naturels ont toujours été mis en scène, que ce soit par les artistes du XIX<sup>ème</sup> ou par les campagnes promotionnelles plus récentes. En revanche, l'expérience du paysage semble évoluer : d'une expérience stationnaire, depuis des lieux de villégiature, elle devient expérience en mouvement, avec la consécration du « Tour » de la péninsule (une expérience depuis la route 132).

### **Une reconnaissance institutionnelle accrue du secteur touristique.**

Dernier élément de notre portrait rapide du tourisme en Gaspésie, soulignons à nouveau le fait que, depuis 2002, le tourisme – et notamment le tourisme de nature – est reconnu comme le créneau d'excellence leader du développement de la région avec la politique ACCORD du gouvernement du Québec. Cette reconnaissance conduit à l'implication conjointe des acteurs concernés pour orchestrer les priorités de ce développement<sup>iv</sup>, par exemple « la mise en valeur des spécificités régionales des produits Grande nature, Aventure, Culture et Santé ».

Cette même politique reconnaît l'énergie éolienne comme un autre créneau important, qualifié d'émergent. Ces deux secteurs d'activités reposent sur l'exploitation de ressources différentes, le vent et le paysage, mais ils prennent place dans un même espace. Leur rencontre soulève donc des questions<sup>v</sup>. Situons-les rapidement.

### ***1.2. INTERROGATIONS AUTOUR DE L'IMPLANTATION DE GRANDS PARCS ÉOLIENS***

Depuis la fin des années 90, la filière éolienne se développe rapidement et massivement sur le territoire de la Gaspésie touristique. Faute de temps, nous ne nous attarderons pas ici sur les caractéristiques et les conditions de ce développement. Précisons seulement que l'implantation de la filière industrielle autour de l'éolien est vue comme créatrice d'emplois dans un secteur d'activité nouveau et en forte croissance dans le monde. L'implantation d'usines de fabrication est cependant conditionnelle à la création de grands parcs de production d'énergie à proximité. Suite aux différents appels d'offres et autres procédures de montage de projets initiées depuis la fin des années 90, 20 parcs éoliens (dont quatre sont déjà en exploitation) pourraient ainsi être implantés à proximité de la route 132, soit environ 1200 éoliennes.

À partir de 2005, plusieurs projets sont discutés en audiences publiques. Plusieurs acteurs – individuels ou collectifs – prennent alors conscience du nombre important de projets à venir et de leur localisation dans un territoire concentré. Des acteurs locaux, des intervenants touristiques comme des élus ou des citoyens, expriment alors leurs préoccupations, notamment lors des audiences du Bureau des audiences publiques en environnement (BAPE). Ces préoccupations concernent l'impact du développement de parcs éoliens sur l'industrie touristique, eu égard à la transformation et pour certains à la « dégradation » des paysages qu'elle induit. À leurs yeux, le paysage apparaît comme une ressource touristique menacée par la présence de dizaines, voire de centaines de grands moulins à vent, aussi haut qu'un bâtiment de 30 étages. La menace est ressentie d'autant plus vivement que les mesures d'encadrement en matière d'aménagement du territoire apparaissent inadaptés, voire inexistant<sup>vi</sup>.

### ***1.3 RENCONTRE ET NÉGOCIATIONS D'ACTEURS***

On assiste à une rencontre entre deux industries. Tout en reposant sur des ressources différentes, le vent et les paysages, les deux industries peuvent avoir des incidences l'une sur l'autre. Entre autres, le développement de parcs éoliens **pourrait** modifier les paysages, première ressource de l'industrie tourisme.

Même en l'absence de certitudes concernant les impacts des parcs sur les paysages et l'expérience des touristes, des intervenants se mobilisent. En ce sens, ils ne restent pas passifs face aux changements, réels ou perçus, ils tentent de les orienter dans une direction jugée souhaitable. Il est possible de considérer ces stratégies et dynamiques d'acteurs comme une sorte de négociation sociale autour des changements matériels apportés aux paysages.

C'est dans cette négociation que se construirait et/ou se maintiendrait la qualité des paysages et l'attractivité touristique des territoires. Dans la recherche, il s'agit alors de comprendre **la façon dont se construit la ressource paysage et, aussi, à quelles conditions sa pérennité serait assurée**. Pour aborder ce questionnement, nous adoptons un cadre d'analyse fondé entre autres sur le système touristique localisé (STL), dont nous décrivons les caractéristiques et les composantes dans le point suivant.

## **2. LE SYSTÈME TOURISTIQUE LOCALISÉ : TROIS GROUPES D'ACTEURS AUTOUR DU PAYSAGE**

### ***2.1. LA PERSPECTIVE DU STL ET LA RESSOURCE PAYSAGE***

Envisager le tourisme à travers la perspective théorique des «systèmes touristiques localisés» (STL), tel que développée par H. François (2008) et J. Perret (1992) notamment, invite à porter attention aux **dynamiques d'acteurs** qui se jouent sur un territoire, à la fois par les liens entre les acteurs touristiques et les rapports entre des acteurs et le territoire. Ce sont en effet ces différentes interactions qui participeraient à la régulation du système de création et de coordination de ressources. À l'intérieur du STL, il y aurait donc un certain nombre d'acteurs publics et privés qui, à travers leurs interactions, visent à optimiser les conditions de développement de l'industrie régionale. Entre autres, ils participeraient à mettre en place des normes et des règles qui visent à valoriser les ressources touristiques dont ils disposent.

#### **La ressource paysage au cœur du système**

Parmi les ressources touristiques, nous nous intéressons particulièrement à celle du paysage que, à la suite de V. Peyrache-Gadeau (2006), nous posons comme une ressource spécifique du territoire. La construction d'une telle ressource peut s'inscrire dans des démarches et des projets de territoire. Ces processus collectifs reposent entre autres sur la capacité qu'ont les acteurs d'identifier et de négocier, ensemble, les enjeux du territoire. Ils révéleraient donc leur capacité d'accompagner et non de subir les changements que connaît ce territoire, incluant ceux apportés par les parcs éoliens depuis moins de 5 ans.

Dans cette perspective, le paysage peut être envisagé, sur le plan conceptuel, comme un des cadres d'interactions et de négociation entre les acteurs. C'est pourquoi nous situons la ressource paysage au centre de notre système touristique localisé. C'est elle qui lie les différents groupes d'acteurs entre eux et au territoire. Trois catégories d'acteurs sont ainsi retenues et qui structurent notre cadre d'analyse. Nous les présentons tour à tour, en essayant de montrer entre autres que le paysage apparaît comme une **ressource spécifique particulière**, qui revêt un rôle différent selon le groupe d'acteurs considéré, que nous décrirons plus avant.

## 2.2. LA COMPOSANTE « INTERVENANTS TOURISTIQUES » : LE PAYSAGE MIS EN SCÈNE

Les intervenants touristiques rassemblent tous les acteurs ou groupes d'acteurs qui construisent l'offre touristique sur le territoire, à partir d'actions de types différents qui s'inscrivent dans des pratiques touristiques normées.

Un premier type d'actions concrètes correspond à l'**organisation spatiale des sites touristiques**, autrement dit la nature, la forme et la mise en scène des attractions, des infrastructures et des animations. Deux caractéristiques de cette organisation nous semblent particulièrement intéressantes. Premièrement, les attractions ne fonctionnent pas seules mais **en système** (Laplante 1996: 155), par exemple sur un parcours. La question du lien entre ces attractions est alors primordiale et on peut avancer l'idée que le paysage participe à ce lien, à cette cohérence entre les attractions touristiques. Deuxièmement, par la façon dont ils organisent les sites, les intervenants touristiques instaurent **des limites** – tant symboliques que matérielles. Ce faisant, ils contraignent l'expérience des touristes (Markwell 2001), en choisissant par exemple tel ou tel endroit pour installer un belvédère ou un panneau d'interprétation ; en proposant des sentiers aménagés ou encore des routes thématiques (la route des phares en Gaspésie par exemple). Autant d'installations qui participent à la façon dont les personnes construisent leur rapport à la nature et aux paysages : une nature et des paysages mis à distance et pré-interprétés. Mais qui dit limites dit aussi possibilité de les transcender. On retrouve là la capacité d'agir des touristes, l'idée qu'ils ne sont pas de simples consommateurs passifs d'un produit touristique.

Un autre volet de l'action des intervenants touristiques correspond à la **médiatisation touristique** du territoire. Cet aspect renvoie par excellence à la notion de paysage ressource : une ressource mise en valeur localement, mais « transportée », sous forme d'images, auprès de ceux qui sont censés venir la « consommer » sur place, les touristes. Différents types d'objets marketing existent et ont été étudiés :

- guides et brochures touristiques (Bonin 2001, Daugstad 2008, Hopkins 1998, Hunter 2008, Scarles 2004) ;
- cartes postales (Markwick 2001) ;
- films (Hudson et Ritchie 2006, Kim et Richardson 2003, Riley *et al.* 1998) ;
- livres (Herbert 2001) ; etc.

Il s'agit, dans ces travaux, de souligner la façon dont ces objets **mettent en scène un territoire et ses paysages et comment ils attirent les touristes** en suscitant chez eux un désir d'expérience du paysage. Pour illustrer cet aspect, on peut rapidement se pencher sur la page de garde des guides touristiques édités chaque année par l'Association touristique régionale de Gaspésie. Il s'agit toujours de paysages naturels, de mer, de montagne, etc., mais dont l'image évolue. Depuis quelques années, on remarque en effet deux grands changements. D'abord, l'image montrée est plus active : ce sont des pratiques qui sont montrées : jeux sur la plage, visite de phare, observation des baleines, randonnées, etc. Ensuite, les images ne sont plus situées (y compris dans la légende des photographies à l'intérieur du document) et deviennent des représentations génériques de la Gaspésie : on ne montre plus quelques lieux emblématiques comme le Rocher Percé ou le Cap Bon Ami, mais la Gaspésie dans son ensemble.

En plus de nous intéresser à la nature et à la signification de ces actions menées par les intervenants touristiques (organisation physique du site, médiatisation), nous voulons comprendre la façon dont elles sont mises en œuvre. On retrouve là tout l'intérêt du cadre d'analyse des STL, qui repose sur les **dynamiques d'acteurs** et sur la capacité de ces derniers à mobiliser et à valoriser les ressources présentes sur le territoire, notamment le paysage (François 2008, Marcelpoil et Boudières 2006, Peyrache-Gadeau *et al.* 2006). Les différents intervenants touristiques, publics et privés, s'organiseraient afin de partager leurs savoirs et leurs compétences et pour organiser un projet touristique collectif innovant de développement du territoire. En Gaspésie, l'Association touristique régionale a ainsi tenté de rassembler les intervenants touristiques et les élus autour d'un projet de protection des paysages. Il s'agissait, dans le contexte du développement de la filière éolienne, de questionner les conditions de la « sauvegarde de l'intégrité des paysages » gaspésiens (ATRG 2007), pour le maintien de l'activité touristique. Des paysages, déjà reconnus par la politique de développement du récréotourisme dans la région, étaient alors proposés pour faire l'objet de mesure de protection vis-à-vis du développement éolien :

« l'accent est mis sur l'éolien parce que ces structures rassemblées ont un impact majeur sur le paysage en plus de s'y établir de façon permanente. Les territoires visés et les paysages concernés par l'arrivée de ces installations ne seront plus jamais comme avant. Les décisions, qui ont été prises ou qui le seront, auront un impact majeur sur l'environnement visuel de la Gaspésie. Cette seule considération justifie une planification conséquente et la consultation plus formelle de la population de tout le territoire » (ATRG 2007).

Ainsi, à travers leurs actions et leurs négociations, les intervenants touristiques marqueraient le territoire et s'organiseraient pour accompagner les changements qui interviennent sur ce territoire. Ils ne sont cependant pas seuls à construire l'attractivité touristique : y participent aussi les touristes et de différentes manières.

### **2.3. LA COMPOSANTE « TOURISTES » : UNE EXPÉRIENCE MULTIDIMENSIONNELLE DU PAYSAGE**

La troisième composante de notre cadre d'analyse est celle des touristes. Comme le soulignent entre autres M. Laplante (1996) et J. Corneloup *et al.* (2004), les touristes participent à part entière à la culture touristique. C'est pourquoi il nous semble pertinent d'intégrer ce groupe dans le cadre d'analyse des STL. Nous nous sommes pour cela concentrées sur les travaux qui abordent le concept d'expérience touristique. Cette notion est envisagée comme un processus au cours duquel le touriste s'engage certes dans un déplacement mais aussi dans quelque chose de plus subtil et de plus pérenne, qui implique une relation construite à un territoire et ses paysages (imaginés ou rencontrés). Précisons ce que nous avons retenu de ce qu'implique le concept d'expérience touristique, en parcourant la littérature qui le mobilise. Six points peuvent être dégagés :

1. Dé-différenciation entre le quotidien et l'expérience touristique (imbrications, mise en tension entre les deux) : le monde du tourisme pénètre le quotidien, qu'il s'agisse de publicité et de culture populaire ou de tout autre signe qui donne des « avant-goûts du voyage » (Devanne et Le Floch 2008, Laplante 1996, Markwell 2001, Urbain 2002, Uriely 2005).
2. Importance de l'imaginaire des touristes dans la construction de ce désir d'expérience. Un désir d'expérience qui repose sur des **représentations** du territoire touristique, construites

à la fois à travers une « **consommation symbolique** » (d'images notamment) et par le fonctionnement des « **réseaux sociaux** » qui permettent l'échange, la discussion, le partage (avec des proches comme avec d'autres touristes) (Devanne 2005, Laplante 1996).

3. **Pluralisme de l'expérience touristique** : non seulement différentes personnes qui voyagent de la même façon vivent-elles des expériences différentes, mais une même personne peut mobiliser différents modes d'expériences y compris au cours d'un même voyage (Cohen 1979, Wickens 2002). Ainsi, concrètement, une attraction peut plaire à certains mais pas à d'autres, peut satisfaire une première fois mais décevoir une seconde (ou inversement), puisque sans cesse une expérience s'enrichit de la précédente.
4. Importance de la **subjectivité des touristes** et de leur **capacité à interpréter** les significations attribuées à ce qui les entoure, à travers leurs pratiques<sup>vii</sup> (Crouch *et al.* 2001, Uriely *et al.* 2002). Autrement dit, même si le marketing touristique participe à forger l'expérience des touristes, la canalise et la contraint (*cf.* plus haut), ces derniers ne sont pas de simples consommateurs passifs d'images et d'objets. Ils font leur propre interprétation et leur propre évaluation des paysages qui les entourent.
5. L'**engagement corporel** des touristes (Adler 1989, Edensor 2000, Harrison 2001, Markwell 2001). Si l'expérience visuelle peut être primordiale, c'est l'ensemble des sens qui participe à la façon dont les personnes attribuent des significations au paysage. Le tourisme ne peut donc être réduit à une « collection de regards » ; c'est une expérience corporelle où l'on peut ressentir la fatigue, la force du vent, des blessures, entendre le bruit de la mer, sentir et goûter ce qui nous entoure<sup>viii</sup> ...
6. En lien avec cet engagement corporel, soulignons enfin l'importance de l'idée de **rencontre** à travers l'expérience touristique, une rencontre avec un ou plusieurs types d'espaces autant qu'avec des personnes, que l'on connaît ou que l'on ne connaît pas (Crouch *et al.* 2001)<sup>ix</sup>.

#### **2.4. LA COMPOSANTE « COMMUNAUTÉ LOCALE » : LE PAYSAGE HABITÉ**

La dernière composante de notre système est la « communauté locale ». Si son étude n'est pas au cœur de notre recherche, il nous semble néanmoins nécessaire de reconnaître son rôle et son importance. En effet, en dehors de sites touristiques complètement artificialisés (tels les parcs d'attraction), elle est nécessairement en interaction avec les deux autres groupes d'acteurs. Outre les travaux anthropologiques sur les rapports touristes / hôtes, l'intérêt pour les communautés locales dans les travaux sur le tourisme apparaît principalement de deux façons. Des auteurs se sont intéressés aux **impacts sociaux** du tourisme sur les communautés locales – sous l'angle de l'évaluation de ces **impacts** (Besculides *et al.* 2002, Fortin et Gagnon 2002, Tosun 2002, Williams et Lawson 2001). Autrement dit, comment les communautés locales perçoivent-elles le tourisme ? Si le paysage est une ressource touristique, il est aussi le cadre de vie des communautés locales et peut participer à la construction de leur identité locale. Celles-ci sont donc directement concernées par la façon dont sont organisés les produits et sites touristiques sur un territoire... et la façon dont ils évoluent.

D'autres auteurs, notamment M. Cawley et D. Gillmor (2008), T. Oliver et T. Jenkins (2003) ou G. Saxena et B. Ilbery (2008), proposent le concept de « tourisme rural intégré » (IRT), assez proche du STL dans l'idée de s'intéresser aux interactions territorialisées entre les acteurs

impliqués. Ces auteurs s'intéressent au processus d'intégration du tourisme dans les dynamiques et l'économie locales. Plusieurs notions sont alors utilisées pour évaluer cette intégration : notamment celles de réseaux et d' « **empowerment** », autrement dit la capacité qu'ont les communautés locales de participer au développement touristique et d'en maîtriser les impacts.

Enfin, précisons que les communautés locales entrent en interaction directe avec les touristes, puisqu'elles habitent le territoire qu'ils visitent. Elles participent ainsi à l'expérience des touristes et, ce faisant, à l'**image qu'une région peut véhiculer en termes d'accueil** – et donc à son attractivité.

### **CONCLUSION : COHÉRENCE ET PÉRENNITÉ DU STL**

Ainsi, le «système touristique localisé» tel que nous le concevons élargit la perspective souvent adoptée dans la théorie des SPL, qui se concentre sur les intervenants de la filière considérée. De notre point de vue, le système touristique naît en effet de la rencontre entre trois groupes d'acteurs, les intervenants touristiques, les touristes et les communautés locales, entre autres à travers le paysage. Il s'agit alors pour nous d'interroger la **cohérence** entre les représentations et les pratiques de chacun : entre, par exemple, les images véhiculées par les uns et les représentations du paysage des autres ; ou entre les installations touristiques et les pratiques des touristes... En effet, cette cohérence est selon nous une des clés du fonctionnement et de la pérennité du système touristique localisé.

Une autre clé reposerait sur le fait que le STL n'est jamais statique. À l'inverse, c'est un système dynamique, en changement, avec des petites ou des grandes sources de changement (grandes et rapides dans le cas étudié). La capacité d'agir des acteurs, de se mobiliser et de réagir aux changements, est alors primordiale. Elle est en partie déterminée par leur capacité à construire un projet de territoire collectif sans cesse renouvelé.

Finalement, la pérennité de ce STL reposerait en partie sur l'attractivité touristique des territoires, autrement dit sur une image construite, cohérente, révélatrice d'une culture touristique partagée et perméable aux changements. À condition que les acteurs impliqués se mobilisent pour négocier les impacts de ces changements. C'est en tout cas un essai de définition que nous nous proposons de tester dans notre recherche.



## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ADLER, Judith (1989) Travel as performed art. *American Journal of Sociology*, 94 (6): 1366-1391.
- ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE LA GASPÉSIE (ATRG) (2005) *Le tourisme éolien à la croisée des chemins. Mémoire présenté au BAPE le 15 juin 2005*. Sainte-Flavie: ATRG, 13 p. Accessible sur <http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/eole%2Dvalleau%2Dsables/documents/DM33.pdf>.
- ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE LA GASPÉSIE (ATRG) (2007) *Consultation sur les territoires touristiques de la Gaspésie désignés dans la stratégie des pôles de destination du plan d'action récréotouristique 2006-2010. Rapport de consultation préparé par la direction de l'ATR Gaspésie*. Saint-Flavie: Conseil d'administration de l'ATR Gaspésie, 11 p.
- BERNATCHEZ, Francis (2005) *Impacts négatifs des parcs éoliens prévus sur le tourisme et l'environnement gaspésien. Mémoire présenté au BAPE le 16 juin 2005*. 13 p. Accessible sur <http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/eole%2Dvalleau%2Dsables/documents/DM34.pdf>.
- BESCUUIDES, Antonia, Martha E. LEE et Peter J. MCCORMICK (2002) Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29 (2): 303-319.
- BONIN, Sophie (2001) Paysage et représentations dans les guides touristiques. La Loire dans la collection des Guides-Joanne, Guides Bleus (1856 à nos jours). *L'Espace Géographique*, 2: 111-126.
- CAWLEY, Mary et Desmond A. GILLMOR (2008) Integrated rural tourism: Concepts and Practice. *Annals of Tourism Research*, 35 (2): 316-337.
- COHEN, Erik (1979) A phenomenology of tourism experiences. *Sociology*, 13 (2): 179-201.
- CORNELOUP, Jean, Philippe BOURDEAU et Pascal MAO (2004) Le marquage culturel des territoires touristiques de nature. *Revue de géographie alpine*, 92 (4): 11-32.
- CROUCH, David, Lars ARONSSON et Lage WAHLSTROM (2001) Tourist encounters. *Tourist Studies*, 1 (3): 253-270.
- DAUGSTAD, Karoline (2008) Negotiating landscape in rural tourism. *Annals of Tourism Research*, 35 (2): 402-426.
- DEVANNE, Anne-Sophie (2005) *Marcheurs en montagne et expérience de l'espace. Une analyse de la construction du rapport à l'espace, à travers la pratique de la marche dans les Pyrénées*. Thèse de doctorat, Sciences de l'environnement, ENGREF, Paris, 348 p.
- DEVANNE, Anne-Sophie et Sophie LE FLOCH (2008) L'expérience esthétique de l'environnement: une tension socio-politique entre l'ordinaire et l'extra-ordinaire? *Natures Sciences Sociétés*, 16 (2). (à paraître).
- EDENSOR, Tim (2000) Walking in the British Countryside: Reflexivity, Embodied Practices and Ways to Escape. *Body and Society*, 6 (3-4): 81-106.
- FORTIN, Marie-José et Christiane GAGNON (2002) An assessment of social impacts of national parks on communities in Quebec, Canada. *Environmental Conservation*, 26 (3): 200-211.
- FRANÇOIS, Hugues (2008) Durabilité des ressources territoriales et tourisme durable: vers quelle convergence? *Géographie Économie Société*, 10 (2008/1): 133-152.
- HARRISON, Julia (2001) Thinking about Tourists. *International Sociology*, 16 (2): 159-172.
- HERBERT, David (2001) Literary places, tourism, and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28 (2): 312-333.

- HOPKINS, Jeffrey (1998) Signs of the post-rural: marketing myths of a symbolic countryside. *Geografiska Annaler: Series B, Human geography*, 80B (2): 65-81.
- HUDSON, Simon et J. R. Brent RITCHIE (2006) Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. *Journal of Travel Research*, 44 (4): 387.
- HUNTER, William Cannon (2008) A typology of photographic representations for tourism: Depictions of groomed spaces. *Tourism Management*, 29 (2): 354-365.
- KEBIR, Leïla (2006) Ressource et développement régional, quels enjeux? *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, 5: 701-723.
- KIM, Hyounggon et Sarah L. RICHARDSON (2003) Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30 (1): 216-237.
- LAPLANTE, Marc (1996) *L'expérience touristique contemporaine. Fondements sociaux et culturels*. Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, 167 p.
- MARCELPOIL, Emmanuelle et Vincent BOUDIÈRES (2006) Gouvernance touristique des grandes stations et durabilité. Une lecture en termes de proximité. *Développement durable et territoire*, Dossier 7: Proximité et environnement. Accessible sur <http://developpementdurable.revues.org/document2648.html>, consulté le 01 août 2008.
- MARKWELL, Kevin (2001) 'An intimate rendezvous with nature?' Mediating the tourist-nature experience at three tourist sites in Borneo. *Tourist Studies*, 1 (1): 39-57.
- MARKWICK, Marion (2001) Postcards from Malta: Image, Consumption, Context. *Annals of Tourism Research*, 28 (2): 417-438.
- OLIVER, Tove et Tim JENKINS (2003) Sustaining Rural Landscapes: the role of integrated tourism. *Landscape Research*, 28 (3): 293-307.
- PERRET, Jacques (1992) *Le développement touristique local. Les stations de sports d'hiver*. Thèse de doctorat, Économie du développement, Université Pierre Mendès France, Grenoble, 338 p.
- PEYRACHE-GADEAU, Véronique, Alain BÉDÉCARRATS et Sylvie VANPEENE (2006) La dimension environnementale de la ressource territoriale: Paysages et vulnérabilité des destinations touristiques de montagne. *Les cinquièmes Journées de la Proximité, Bordeaux*, 28-30 juin.
- RILEY, Roger, Dwayne BAKER et Carlton S. VAN DOREN (1998) Movie induced tourism. *Annals of Tourism Research*, 25 (4): 919-935.
- SAXENA, Gunjan et Brian ILBERY (2008) Integrated rural tourism a border case study. *Annals of Tourism Research*, 35 (1): 233-254.
- SCARLES, Caroline (2004) Mediating landscapes: The processes and practices of image construction in tourist brochures of Scotland. *Tourist Studies*, 4 (1): 43-67.
- SOCIÉTÉ DES ÉTABLISSEMENTS DE PLEIN AIR DU QUÉBEC (SEPAQ) (2004) *Mémoire sur le projet de construction d'un parc éolien à Murdochville par Énergie éolienne du Mont Copper Inc. Mémoire présenté au BAPE le 15 janvier 2004*. 12 p. Accessible sur [http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/eoliennes-copper-miller/documents/liste\\_documents-DT.htm#DM](http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/eoliennes-copper-miller/documents/liste_documents-DT.htm#DM).
- TOSUN, Cevat (2002) Host perceptions of impacts: A Comparative Tourism Study. *Annals of Tourism Research*, 29 (1): 231-253.
- TOURISME BAIE-DES-CHALEURS (2006) *Tourisme, paysage et développement éolien dans la Baie-des-Chaleurs. Mémoire présenté au BAPE le 14 novembre 2006*. Carleton-sur-Mer: Tourisme Baie-des-Chaleurs, (non paginé) p. Accessible sur [http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/eole\\_carleton/documents/DM9.pdf](http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/eole_carleton/documents/DM9.pdf).

- URBAIN, Jean-Didier (2002) *L'idiot du voyage. Histoire de touristes*. Paris: Payot et Rivages, 354 p.
- URIELY, Natan (2005) The tourist experience: Conceptual Developments. *Annals of Tourism Research*, 32 (1): 199-216.
- URIELY, Natan, Yuval YONAY et Dalit SIMCHAI (2002) Backpacking experiences: A Type and Form Analysis. *Annals of Tourism Research*, 29 (2): 520-538.
- VILLE DE GASPÉ (2005) *Mémoire sur le projet de parc éolien à l'Anse-à-Valleau. Mémoire présenté au BAPE le 10 juin 2005*. Gaspé: Ville de Gaspé, 5 p. Accessible sur <http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/eole%2Dvalleau%2Dsables/documents/DM27.pdf>.
- WICKENS, Eugenia (2002) The sacred and the profane. A Tourist Typology. *Annals of Tourism Research*, 29 (3): 834-851.
- WILLIAMS, John et Rob LAWSON (2001) Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28 (2): 269-290.

---

<sup>i</sup> Nous nous intéressons aussi aux perceptions de groupes locaux mais dans le cadre d'autres travaux, dont ceux menés avec Sophie Le Floch (Cemagref de Bordeaux), à l'intérieur du programme de recherche «paysage et développement durable».

<sup>ii</sup> Action concertée de coopération régionale et de développement (ACCORD)

<sup>iii</sup> Source : [Hhttp://www.mdeie.gouv.qc.ca/index.php?id=2482H](http://www.mdeie.gouv.qc.ca/index.php?id=2482H)

<sup>iv</sup> Un développement organisé autour de quatre pôles touristiques régionaux, sur lesquels se concentre le Plan d'action récréotouristique (2006-2011), dont l'un des objectifs prioritaire est de faire de la Gaspésie une destination qui se « distingue clairement [...] des autres destinations à caractère récréotouristique dans le monde » (Comité de créneau Récréotourisme Accord Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (2008) *Créneau récréotourisme. Plan d'action révisé* : 8).

<sup>v</sup> Le 3<sup>ème</sup> créneau, exploitation des ressources marines, est évidemment beaucoup plus tourné vers la mer.

<sup>vi</sup> « L'ATR s'inquiète du risque que ces plantations anarchiques [les parcs éoliens] entraînent une banalisation du paysage (...) pour les touristes terriens et croisiéristes qui nous visitent principalement dans le but de contempler la majesté de ces paysages » (ATRG 2005: 2)

« (...) il serait déplorable que l'implantation de façon inappropriée de structure industrielle éolienne vienne fragiliser le développement de l'industrie touristique de la Baie-des-Chaleurs. L'harmonisation du parc éolien de Carleton-sur-Mer avec les paysages touristiques environnants est une condition sine qua non de son acception par notre organisme. » (Tourisme Baie-des-Chaleurs 2006: 5)

« La présence d'éoliennes au mont Copper serait également susceptible d'avoir un impact négatif pour la clientèle du parc national de la Gaspésie qui est aussi sous la gestion de la Sépaq. En effet, les éoliennes risquent d'être visibles à partir de lieux stratégiques de ce territoire tel le mont Jacques-Cartier où des milliers d'adeptes de plein air vont y contempler la beauté des paysages naturels du massif des Chic-Chocs. La présence d'éoliennes dans le panorama sera jugé inacceptable par une partie de la clientèle qui fréquente le parc même si ces dernières sont localisées à l'extérieur de ce territoire puisqu'elles auront un impact négatif sur ce que recherche la clientèle : l'observation de la nature et de beaux paysages » (SEPAQ 2004: 7-8).

« Au niveau de l'industrie touristique, le principal impact à considérer en lien avec le réseau de parcs éoliens est la question des paysages. En fait, la base de l'industrie touristique gaspésienne repose sur la qualité des paysages. En conséquence, les produits touristiques centrés sur l'observation du paysage (croisières, promenade en voiture, observation, randonnées sous toutes ses formes, etc.) sont à divers degrés vulnérables si les parcs éoliens ne tiennent pas compte de leur présence » (Ville de Gaspé 2005: 5).

« Nous considérons que les éoliennes qu'on désire y planter [...] détruiront irrémédiablement la beauté et la quiétude des lieux et, par conséquent, tout son attrait touristique et le bien être des résidents » (Bernatchez 2005: 4)

<sup>vii</sup> « By practice we mean the actions, movements, ideas, dispositions, feelings, attitudes and subjectivities the individual possesses and uses in being a tourist » (Crouch *et al.* 2001: 254).

---

<sup>viii</sup> « the body is a site of mediation within the context of tourism and, to some extent, the relationships between nature and culture played out within naturebased tourism are themselves being played out on the tourist body » (Markwell 2001: 44).

<sup>ix</sup> « Tourist sites, destinations, cultures and places are (at least in part) made significant through the way we encounter them, and the encounter happens in an embodied way » (Crouch *et al.* 2001: 259).