Karstologia : revue de karstologie
et de spéléologie physique

La fréquentation des sites naturels de canyoning : une approche socio-culturelle. Etude réalisée dans le département des Pyrénées-Orientales

André Suchet, D. Jorand

Citer ce document / Cite this document :

Suchet André, Jorand D. La fréquentation des sites naturels de canyoning : une approche socio-culturelle. Etude réalisée dans le département des Pyrénées-Orientales. In: Karstologia : revue de karstologie et de spéléologie physique, n°53, 1er semestre 2009. Stalagmites et imageries 3D dans l'aven d'Orgnac. pp. 15-26;

doi : https://doi.org/10.3406/karst.2009.2645

https://www.persee.fr/doc/karst_0751-7688_2009_num_53_1_2645

Fichier pdf généré le 15/03/2019

Résumé
À partir d'une étude socio-culturelle réalisée par questionnaires (N = 237) puis complétée de plusieurs entretiens semi-directifs, le présent article étudie la fréquentation des sites naturels de canyoning en France. Reproduisant en partie les oppositions traditionnelles à l'espace des sports [au sens de Pociello, 1995], les résultats mettent en évidence quatre principaux types d'usagers en canyoning : les touristes-clients, les adeptes hédonistes et les puristes passionnés ainsi que les moniteurs responsables des groupes de clients. L'article discute notamment la place du mécanisme de distinction dans l'activité, le rapport au corps des usagers, ou encore, le partage de la fréquentation des sites entre une logique de consommation et une logique de pratique.

Abstract
Use of Natural Canyoning Sites in France : A Socio-cultural Approach
Based on a socio-cultural study [Pociello 1981 ; Bourdieu, 1979] carried out by questionnaries (N = 237) and completed by several semi-structured interviews, this article studies the use of natural canyoning sites. Following the traditional division to the social space of sports [Pociello, 1995], the results show four principal types of users : the tourist-customers, the hedonistic participants, the purists ; they represent respectively 67 %, 16%, and 8 % of the total users, and also the guides. The tourist-customers are the beginners who are taught by a guide. For the majority of these people, it is the first descent (73 %) and less than 13 % of them have already been canyoning more than five times. For them, canyoning is a holiday activity (39 %) or a natural sport (40 %) or even an activity within nature, but ecological concern is relatively absent. The hedonistic participants are those who practice canyoning without an instructor and do 4 to 40 canyons per season in optimal conditions. The purists are men aged from 35 to 65, who reside in rural areas. Purists, or «passionated» as they are defined, practise all year round. They account for the largest number of trips (from 40 to 100 canyons per year). The article discusses in particular the relation between the person and their own body, the influence of the distinguishing mechanism within the activity, and the separation between consumption and participation in canyoning.

André SUCHET[1] et Dominique JORAND[2]

(1) Laboratoire PACTE (UMR 5194), Université de Grenoble/CNRS, Institut de Géographie Alpine, Grenoble. a.suchet@wanadoo.fr
(2) Laboratoire SENS (EA 3742), Université de Grenoble, dominique.jorand@ujf-grenoble.fr

La fréquentation des sites naturels de canyoning : une approche socio-culturelle

Étude réalisée dans le département des Pyrénées-Orientales

RÉSUMÉ : A partir d'une étude socio-culturelle réalisée par questionnaires (N = 237) puis complétée de plusieurs entretiens semi-directifs, le présent article étudie la fréquentation des sites naturels de canyoning en France. Reproduisant en partie les oppositions traditionnelles à l'espace des sports [au sens de Pociello, 1995], les résultats mettent en évidence quatre principaux types d'usagers en canyoning : les touristes-clients, les *adeptes hédonistes* et les *puristes passionnés* ainsi que les *moniteurs* responsables des groupes de clients. L'article discute notamment la place du mécanisme de distinction dans l'activité, le rapport au corps des usagers, ou encore, le partage de la fréquentation des sites entre une logique de consommation et une logique de pratique.

MOTS CLÉS : canyoning, analyse socio-culturelle, distinction, corps, tourisme, fréquentation.

ABSTRACT : USE OF NATURAL CANYONING SITES IN FRANCE : A SOCIO-CULTURAL APPROACH.
Based on a socio-cultural study [Pociello 1981 ; Bourdieu, 1979] carried out by questionnaries (N = 237) and completed by several semi-structured interviews, this article studies the use of natural canyoning sites. Following the traditional division to the social space of sports [Pociello, 1995], the results show four principal types of users : the tourist-customers, the hedonistic participants, the purists ; they represent respectively 67 %, 16 %, and 8 % of the total users, and also the guides. The tourist-customers are the beginners who are taught by a guide. For the majority of these people, it is the first descent (73 %) and less than 13 % of them have already been canyoning more than five times. For them, canyoning is a holiday activity (39 %) or a natural sport (40 %) or even an activity within nature, but ecological concern is relatively absent.
The hedonistic participants are those who practice canyoning without an instructor and do 4 to 40 canyons per season in optimal conditions. The purists are men aged from 35 to 65, who reside in rural areas. Purists, or "passionated" as they are defined, practise all year round. They account for the largest number of trips (from 40 to 100 canyons per year).
The article discusses in particular the relation between the person and their own body, the influence of the distinguishing mechanism within the activity, and the separation between consumption and participation in canyoning.

KEYWORDS : Canyoning, socio-cultural approach, distinction, body, tourism, demography

Persée creative commons BY: =

Introduction

Activité hybride de randonnée, d'escalade, de spéléologie et de nage en eau vive, le canyoning[1] consiste en la descente à pied et à la nage d'un cours d'eau encaissé appelé canyon comportant ressauts, cascades et toboggans naturels. En relation aux tendances lourdes des nouveaux loisirs sportifs de montagne et de nature, cette activité connaît depuis le début des années 1980 un important développement attribuable notamment *« à son caractère très ludique, qui privilégie un plaisir immédiat »* [Bourdeau, 1994, p. 50].

Sur un plan géologique, l'activité canyoning concerne des sites en milieu sédimentaire (calcaire, grès, conglomérat...), mais aussi en roches intrusives ou éruptives (granite, basalte...) et en roches métamorphiques (gneiss, schistes...). En fait, contrairement aux interprétations situant la descente de canyon comme un *« éloge du calcaire »* [Debarbieux & Delannoy, 1992, p. 68], il semble qu'une majorité d'usagers, notamment les professionnels avec leurs groupes de clients, préfèrent les sites en granite, en basalte ou en gneiss. Effectivement, les roches non-sédimen-

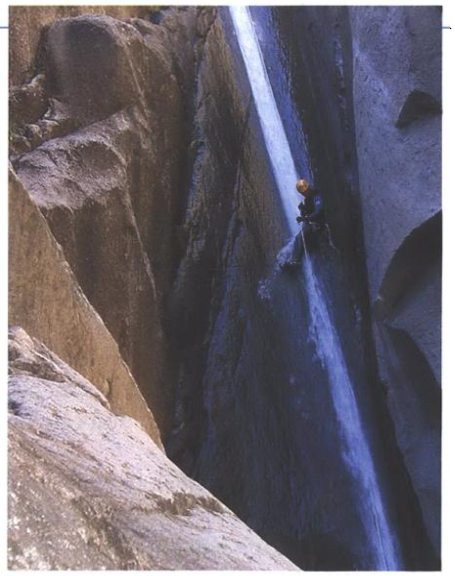

Photo 1 : Le canyon de Fleurs jaunes avec ses grandes cascades creusées dans le basalte, île de La Réunion. Cliché Ivan Perret. *The great waterfalls of Fleurs Jaunes Canyon in basalt, Réunion Island.*

1. L'activité admet plusieurs appellations : canyoning, canyonisme, descente de canyon et antérieurement spéléologie à ciel ouvert ou aquaraid et randonnée aquatique lorsqu'aucune cascade n'impose la descente en rappel. Pour une explication sur le choix du vocable, notamment entre canyoning et canyonisme, se référer à Suchet [2008]. Le terme américain est *canyoneering*.

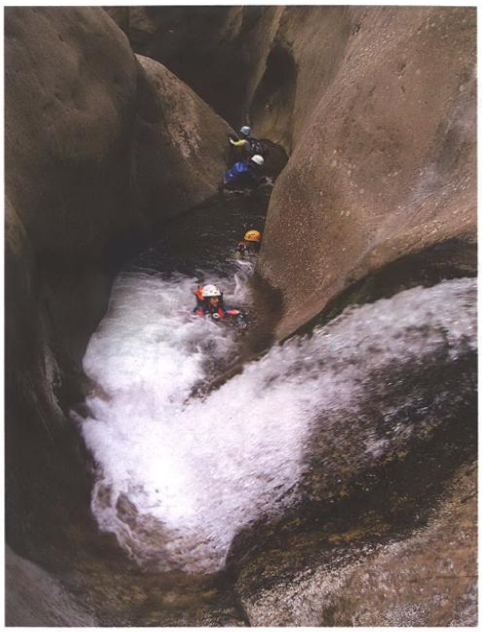

Photo 2 : Le Cady, un canyon de montagne assez long tracé dans le granite, Pyrénées-Orientales. Cliché Ivan Perret. *The Cady, a lengthy mountain canyon carved in granite, Pyrénées-Orientales.*

taires offrent plus souvent de véritables toboggans naturels qui permettent de glisser directement dans la cascade, c'est-à-dire l'une des configurations particulièrement appréciées. La fréquentation des zones calcaires en canyoning reste néanmoins importante, avec notamment la Sierra de Guara en Espagne devenue un haut lieu de l'activité pour l'esthétique de ses vasques d'eau turquoise serties de roches ruiniformes.

Enfin, rappelons que le terme canyon, ne se réduit pas aux environnements sédimentaires. Ainsi que le précise Choppy [1985, p. 14] « *le terme canyon vient de l'espagnol (où il signifie tuyau) [...], il n'est pas spécifiquement karstique* ». Plus précisément, cette notion géomorphologique désigne un creusement lié à l'eau dans une roche devenant encaissante [Palmer, 2007, p. 408], c'est-à-dire l'hydro-formation mécanique et/ou chimique d'une sorte de tuyau dont les parois peuvent être plus ou moins hautes (photos 2, 3 et IV de couverture). Tout au long du présent article, les différentes illustrations dévoilent les techniques de progression utilisées en descente de canyon (descente en rappel, mains courantes, saut, toboggan...), mais aussi la variété des roches marquées par une configuration canyon (photos 1 à 9).

Au plan international, il semble que le canyoning soit présent essentiellement en Europe (Espagne, France, Italie), aux Etats-Unis (Utah, Nevada, Colorado) notamment avec l'American canyoneering association (ACA). En fait, d'autres foyers s'ouvrent également en Océanie, en Amérique du sud et en Amérique centrale, puis récemment en Asie dans le massif de l'Himalaya [Savelli, 2008], mais à chaque fois il s'agit d'une pratique importée par des Nord-américains ou des Européens. En France, l'enquête nationale sur les pratiques sportives [Ministère des Sports & INSEP, 2002, p. 160] comptabilise 330 000 licenciés et un total de 663 000 pratiquants de canyoning, mais ce chiffre n'est pas significatif car il comprend également les pratiquants d'escalade, de via ferrata et de spéléologie. Par contre, localement, des études par recoupement indiquent 11 000 passages annuels pour 9 500 usagers dans le département des Pyrénées-Atlantiques [DRDJS Aquitaine-Gironde, 2006, p. 9] et environ 30 000 passages annuels en Pyrénées-Orientales [DDJS Pyrénées-Orientales, 2008, p. 2], quinze à vingt-cinq départements français ayant une offre développée en canyoning [Mao, 2003]. Cette seconde évaluation se réfère aux chiffres d'un éco-compteur posé par l'ONF depuis 2006 dans le canyon du Llech. Ce site est le plus fréquenté du département des Pyrénées-Orientales avec 12 598 passages en 2007. Et depuis 2008, un autre éco-compteur est présent dans le canyon du Cady (P.-O.). À terme, la multiplication de ce type de dispositif laisse espérer une démographie relativement précise des utilisateurs de parcours canyon en France. Ainsi, même si elle demeure difficilement quantifiable à l'échelle nationale, la pratique du canyoning constitue désormais une composante importante de l'activité marchande et culturelle des territoires de montagne [Perrin, 2003 ; Perrin & Mounet, 2004 ; Pinguet, 1996 ; Greffier, 2002 ; Theiller, 2001]. Institutionnellement, la Fédération française de spéléologie (FFS) est intervenue en premier sur l'activité avec l'ouverture d'une commission canyon en 1988 [Suchet & Raspaud, 2008], puis d'autres fédérations se sont progressivement occupées du canyoning et actuellement la descente de canyon dépend de la Fédération française de la montagne et de l'escalade (FFME) en collaboration avec la FFS et la fédération des Clubs alpins (FFCAM).

Les études socio-démographiques relatives aux pratiques de spéléologie en France [Jovignot, 1997a et b] ou à l'étranger [Wilson, 2005] ne sont assurément pas en nombre suffisant, mais cela est encore plus vrai de celles ayant pour objet la fréquentation des sites naturels de canyoning. En fait, jusqu'à présent, seuls les partenaires de l'industrie touristique se sont préoccupé des usagers en canyoning. On peut citer l'étude réalisée par Altimax & Versant sud [2003] auprès de 160 personnes ou celles, plus générales, du service d'Observation développement et ingénierie touristiques (ODIT, anciennement AFIT, SEATM et ONT) qui comportent parfois des chiffres partiels sur le canyoning mais qui restent strictement descriptives (répartition selon l'âge, le sexe, la durée du séjour...). De plus, ces documents s'intéressent principalement aux touristes et non aux excursionnistes (au sens de l'Organisation mondiale du tourisme), ce qui ne restitue pas réellement la fréquentation des sites. Sur la base d'une étude réalisée pour le compte de la FFS et de la FFME entre 2006 et 2008 [Suchet, Jorand & Mao, 2008], cet article expose les résultats d'un travail sociologique et démographique relatif aux usagers des parcours naturels de canyoning en France.

I. Cadre théorique et hypothèses

Sur un plan théorique, cette recherche utilise le cadre d'analyse du structuralisme génétique, c'est-à-dire la sociologie de Pierre Bourdieu. Dans son œuvre, Bourdieu [1979, 1984] pose un certain nombre de concepts, en particulier la notion de capital, le dessin d'un espace des positions sociales et la formation d'un habitus.

1. La notion de capital : s'appuyant sur les propriétés générales du capital économique (le capital s'accumule au travers d'opérations d'investissement, il se transmet par le biais de l'héritage, il permet de dégager des profits selon les opérations de placements), Bourdieu [1979] fait du terme « *capital* » un concept heuristique, dépassant l'usage strictement économique. Il en détermine alors plusieurs catégories. D'une part, les capitaux spécifiques à un champ (par exemple l'excellence corporelle au sein d'une activité physique) et, d'autre part, quatre principaux types de capitaux dont la possession ou dépossession

caractérisent l'individu dans la société : le capital économique constitué des facteurs de production (usines, terres...) et des biens économiques (revenus, patrimoine...) ; le capital culturel qui rassemble les qualifications intellectuelles produites par le système scolaire ou transmises par la famille et qui peut exister à l'état incorporé (les dispositions durables du corps), à l'état objectif (les biens culturels possédés) ou à l'état institutionnalisé (sanctionné par l'institution, par exemple les titres scolaires), l'utilisation du terme capital culturel légitime indiquant la culture des classes dominantes (savoirs scolaires, beaux-arts, musique classique, cuisine élaborée...) ; le capital social c'est-à-dire les relations dont dispose l'individu dans la société (famille, amis...), et enfin, le capital symbolique qui correspond aux rituels qu'oblige, aux autres individus, la possession des précédentes formes de capitaux.

2. La place de l'individu : selon cette approche, l'individu est un agent dont les conditions d'existence vont structurer et conditionner un habitus. L'habitus étant un *« système de dispositions durables et transposables, structure structurée prédisposée à fonctionner comme structure structurante, c'est-à-dire en tant que principe générateur et organisateur de pratiques et de représentations »* [Bourdieu, 1980, p. 88]. Autrement dit, les structures qu'a intégrées, de façon durable mais non immuable, l'individu vont générer ses préférences (ses goûts) et donc ses actions sans l'intervention d'un calcul ou d'une stratégie consciente.

A partir des deux premières formes de capitaux, Bourdieu [1979] propose une modélisation bi-dimensionnelle de la société. Comme il le précise : *« On peut représenter le monde social sous la forme d'un espace (à plusieurs dimensions) [...] : les agents s'y distribuent ainsi, dans la première dimension, selon le volume global du capital qu'ils possèdent et, dans la seconde, selon la composition de leur capital »* [Bourdieu, 1984, p. 3]. Donnant suite à une conférence de Bourdieu en 1978 à l'INSEP, les études entreprises par Pociello [1981a et b, 1995] diffusent le paradigme dispositionnel dans l'Hexagone. Pociello élabore un *« espace des sports »* où les différentes activités physiques se positionnent dans la société française suivant deux grandes oppositions : d'une part les activités en force (haltérophilie, sports d'affrontement direct) contre les activités à dominante technologique ou informationnelle (vol libre, conduite d'engin) et, d'autre part, les modalités urbanisées, motorisées ou avec prélèvement dans l'environnement (rallyes, chasse, pêche, motonautisme) contre l'écologisation des pratiques de voile, de randonnée ou d'alpinisme [Pociello, 1995]. Au fil de ses publications, cet auteur construit également le champ socio-culturel d'une activité en particulier : le rugby [Pociello, 1983]. Au sein de cette activité, l'auteur montre que les caractéristiques de la pratique ne sont pas uniformes et que les différentes modalités de jeu se distribuent selon les caractéristiques sociales et professionnelles des joueurs, c'est le principe de construction d'un espace socio-praxique. En utilisant la liste des métiers de 500 joueurs de rugby en première division (le rugby français est amateur au moment de l'étude), Pociello distingue ainsi : un *« rugby de*

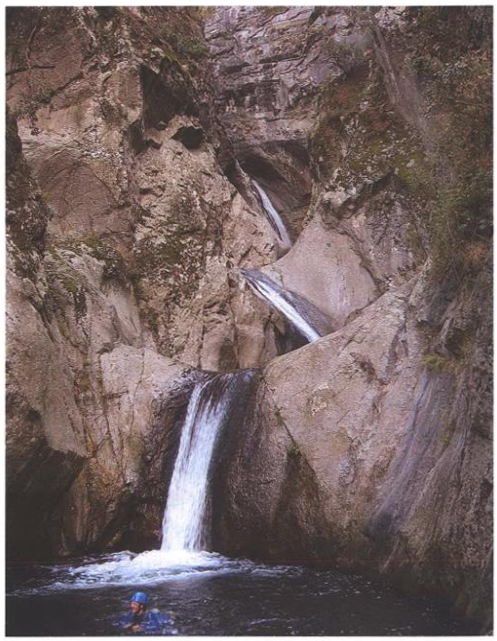

Photo 3 : Avec une succession presque ininterrompue de cascades qui permettent de glisser en toboggan ou de sauter, le canyon du Llech, creusé dans les gneiss du Canigou demeure l'un des plus réputés en France, Pyrénées-Orientales. *With an almost uninterrupted series of cascades, making it possible to slide in toboggans and to jump in the basins, the Llech Canyon, carved in gneisses, remains one of most famous canyoneering sites in France, Mount Canigou, Pyrénées-Orientales.*

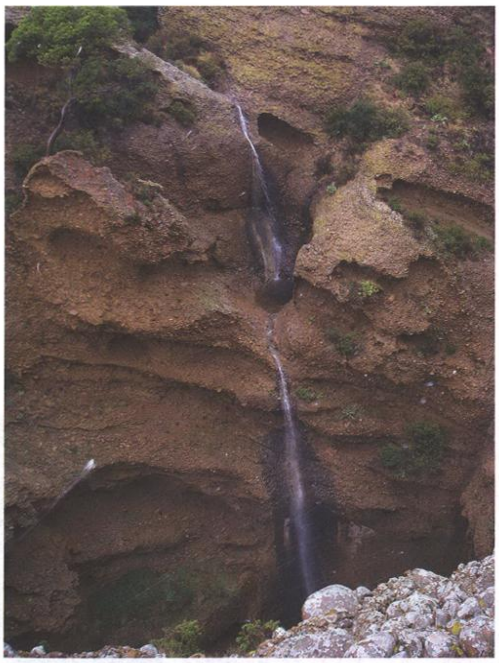

Photo 5 : Les grandes cascades du Canyon de la Janette en conglomérat, Bouches-du-Rhône. Cliché Alain Dumettier. *The great waterfalls of Canyon de la Janette in conglomerate, Bouches-du-Rhône.*

Photo 4 : Une descente en toboggan dans le canyon du Llech, gneiss, Pyrénées-Orientales. *Toboggan in Llech Canyon, Pyrénées-Orientales.*

tranchée » (avec les avants qui poussent dans la mêlée et se caractérisent par une sur-représentation des ouvriers), un « *rugby de décision* » (avec les demis qui pilotent le jeu et dont la plupart sont techniciens supérieurs ou employés) et un « *rugby champagne* » (avec le jeu de vitesse et d'évitement des *trois-quarts*). Depuis, une importante littérature applique ce modèle dans les disciplines de combat [Clément, 1985], en escalade et en canoë-kayak [Lapierre, 1981], chez les motards [Duret, 1985], sur le vol libre [Jorand, 2000], sur les modes de navigation [Falt, 1981 ; Jallat, 2003], dans un autre domaine, sur la fréquentation des zones forestières [Kalaora, 1993], ou encore récemment, sur l'alpinisme [Lefèvre, 2002 et 2004], mais, à notre connaissance, aucune étude sociologique n'a porté à ce jour sur les modalités de pratique en canyoning.

Dans le cadre de cette recherche sur les utilisateurs des parcours naturels de canyoning, et s'appuyant sur le propos déjà largement étudié, selon lequel « *une véritable homologie s'établit entre l'espace [...] des différentes modalités finement analysées de la pratique des différents sports, et l'espace des positions sociales* » [Bourdieu, 1987, p. 205], on formule l'hypothèse générale d'une segmentation des usagers en plusieurs groupes en fonction des dispositions socialement acquises par les individus. A partir d'une approche en idéal-type, qui distingue plusieurs groupes d'usagers, puis, après une seconde partie socio-démographique consacrée à préciser le taux de pratique des femmes, le lieu de résidence et l'âge des usagers, c'est-à-dire la présence éventuelle d'un « *effet d'âge* » [Lefèvre, 2004] ou d'un « *effet d'ancienneté* » [Pociello, 1995, p. 66], l'interprétation générale des résultats s'attachera à définir l'influence des oppositions inhérentes à l'espace des sports [Pociello, 1995, 1981b] tout en interrogeant les nouvelles avancées de la sociologie dispositionnaliste qui énonce la possibilité de « *dissonances* » dans les consommations culturelles [Lahire, 2004a]. Autrement dit, quel recrutement social compose le canyoning ? Quelles sont les caractéristiques socio-démographiques des utilisateurs de l'espace ? Mais aussi, quelle est la place du mécanisme de distinction [Bourdieu, 1979] dans l'activité ? Puis dans quelle mesure le rapport au corps socialement acquis par les individus influence-t-il leur engagement au sein des pratiques de canyoning ?

II. Méthodologie de l'étude en Pyrénées-Orientales

Cette étude s'appuie sur une enquête par questionnaire réalisée pendant les étés 2006 et 2007 directement auprès des usagers de 14 sites naturels de canyoning en France, dans le département des Pyrénées-Orientales (N = 237, Q = 44, avec N soit le nombre de questionnaires et Q le nombre de questions ouvertes et fermées qui le composent). Plusieurs discussions informelles et quatre entretiens préparatoires [2] ont été réalisés au préalable. Pendant l'enquête, les personnes étaient sollicitées sur le parking des sites après l'activité par un enquêteur leur présentant le questionnaire (questionnaire auto-administré) et 38 entretiens complémentaires ont été réalisés au cours de la passation.

Le choix des sites de passation a été guidé par leur représentativité de l'offre française en lieux de pratique (tableau 1).

En effet, un échantillonnage spatial sur la base des travaux de Deborde [1996], a permis d'isoler 14 sites naturels pour lesquels de 16 à 20 questionnaires ont été traités (tableau 2). L'ensemble de cette étude a été réalisé dans le département des Pyrénées-Orientales qui comporte plus de 35 sites naturels caractérisés par une grande diversité hydro et géomorphologique (altitude, roche encaissante, débit...), une pluralité des types d'habitat (urbain, rural, saisonnier) à moins d'une heure des sites [durée moyenne consentie par les pratiquants en temps de trajet selon Altimax & Versant sud, 2003, p. 30] et quatre bases de loisir offrant la possibilité d'un stage canyoning. Plusieurs de ces canyons ont été volontairement retenus pour l'étude alors qu'ils faisaient l'objet d'un arrêté municipal ou préfectoral d'interdiction de l'activité canyoning. Leur fréquentation n'est pas nulle, néanmoins l'interprétation de cette fréquentation n'est pas l'objet du présent article, voir notamment à ce sujet Bion-Thomas [2007] et Suchet [2003].

Afin de reproduire au mieux la pluralité de l'offre française en parcours de canyoning présentée par Deborde [1996], trois critères géo-sportifs ont été sélectionnés et reproduits en même proportion dans l'échantillon local de passation : la longueur, la typologie (afin de compenser une éventuelle préférence socialement acquise par les individus pour l'un ou l'autre des styles de

Photo 6 : Descente en rappel dans les cascades finales de la clue d'Amen, pélites rouges du dôme de Barrot, Alpes-Maritimes. Cliché Ivan Perret. *Rappelling in the final set of waterfalls of Clue d'Amen, red lutites, dôme de Barrot, Alpes-Maritimes.*

2. Deux pratiquants néophytes découvrant l'activité en site naturel, un moniteur de canyoning et responsable de la structuration de l'activité au début des années 1990, un moniteur indépendant, et un adepte de l'activité pratiquant été comme hiver depuis près de 10 ans.

Critères	Classe et répartition par classe de ces critères dans les canyons recensés en France				
Longueur (en mètres)	30-1000		1000-3000	> 3000	
Répartition	45 %		37 %	18 %	
Typologie	Randonnée aquatique, corde inutile	Canyon technique	Aspect vertical prédominant	Aspect aquatique prédominant	Canyon mixte (vertical et aquatique)
Répartition	8 %	24 %	37 %	6 %	24 %
Cotation (difficulté)	F	PD	AD	D ou TD	
Répartition	3 %	23 %	44 %	29 %	

Tableau 1 : L'offre française en parcours de canyoning. *Sites of canyoning in France [adapté de Deborde, 1996].*

parcours) et la cotation (sous la forme en vigueur au moment de l'étude de référence). L'équation générale d'un échantillonnage spatial n'admettant aucune solution réelle dans notre cas (x R), on a procédé sous la forme d'un tableau de proportionnalités itératives. Pour chacun des critères, nous considérons le pourcentage en France comme étant le nombre de questionnaires à distribuer, puis ajoutons successivement le pourcentage des autres critères sur le même principe. Sur cette base, seuls les cas pondérés au-dessus de 2,0 % (P > 2,0 %) ont été retenus (s = 14) et rapportés à nouveau sur 100. Enfin, ce pourcentage a été converti en nombre de questionnaires distribués sur les sites locaux[3].

Sur un plan temporel, une plage horaire importante a été choisie : de 11 h à 20 h. Ce qui signifie, respectivement pour les sites du Cady et du Gourg des Anelles, un départ des pratiquants à 7 h le matin ou à 18 h le soir. La période de passation s'échelonne de la haute saison à fin août où la fréquentation touristique diminue et où commencent les pluies qui favorisent l'augmentation du débit des cours d'eau. La nécessité de ces précautions méthodologiques a été soulignée par les entretiens préparatoires qui décrivent empiriquement d'importantes différences entre le public du week-end dans les parcours facilement accessibles et celui de fin de journée ou hors-saison dans les parcours difficiles.

Dans l'élaboration du questionnaire[4], puis dans l'analyse des données, on a retenu des indicateurs concernant le rapport objectif au canyoning (statut dans l'activité, adhésion en club, nombre, difficulté et localisation des parcours déjà réalisés, niveau technique, matériel possédé, période, fréquence et temps de pratique, relation aux médias spécialisés) et le rapport vécu (sentiments concernant sa pratique et les risques encourus, sources de plaisir, pratique rêvée) ; des indicateurs relatifs aux opinions politiques, écologiques et spécifiques (opinion sur la pêche, sur les barrages hydroélectriques, sur les freins à l'activité, notamment les interdictions d'accès aux sites) ; des indicateurs concernant les préférences culturelles en matière de loisirs (activités favorites, goûts musicaux, lectures et médias) et notamment sportifs (autres activités montagnardes ou non, sports en club et hors club, niveau de pratique, relation au sport dans les médias) ; et enfin les indicateurs sociodémographiques classiques (âge, sexe, diplômes, profession, situation familiale, revenu financier, lieu de résidence et type d'habitation).

	Sites naturels de canyoning (département des Pyrénées-Orientales)
1	Gorges de Grounells
2	Gorges de Taurinya (par l'échappatoire)
3	Salt de l'Aigue
4	Canyon du Llech
5	Gorges de Lliscou
6	Hautes gorges du Cady
7	Canyon de Can Guillet
8	Canyon du Nyer
9	Salt Maria Valenta
10	Gorges de Galamus (sur le rapport livré à la FFS et FFME est indiqué Clue de Terminet)
11	Gorges du Cady
12	Canyon de Saint Vincent (par l'échappatoire)
13	Cascades de Baoussous
14	Clue de Finestret

Tableau 2 : Détail de l'échantillon des sites. *The sample of sites.*

III. Résultats de la typologie des usagers

A partir des résultats de l'enquête et des tris croisés significatifs, un découpage fin en idéaux-types, partiellement basé sur une analyse de partitionnement de données, permet d'identifier trois principaux groupes d'usagers : *les touristes-clients*, *les adeptes hédonistes* et *les puristes passionnés* (qui représentent respectivement 67 %, 16 % et 8 % de la fréquentation des sites, figure 1). Il est possible également de replacer ce résultat dans les catégories de sens commun qui séparent les pratiquants autonomes des clients dépendants d'un professionnel (figure 2). A ce sujet, un quatrième type d'usagers fréquente également l'espace : les moniteurs responsables des groupes de clients. Leur moindre représentativité statistique sur plusieurs indicateurs de l'étude oblige cependant à une présentation plus succincte de leur position.

A. Les touristes-clients

Les *touristes-clients* correspondent aux personnes encadrées par un professionnel de l'activité[5]. Majoritairement non-résidants (74 %), il s'agit d'utilisateurs des sites qui ne choisissent ni le parcours ni ses caractéristiques et ne manifestent pas d'investissement continu dans l'activité (location du matériel,

3. Remerciements à Sébastien Desbiens (Université de Toulouse 3) pour son aide dans le calcul de l'échantillonnage.
4. On a fait le choix d'un traitement des seules personnes résidant en France et pouvant remplir le questionnaire rédigé en français. La fréquentation étrangère dans le département est toutefois très importante.
5. Le prix moyen d'une journée ou demi-journée de canyoning avec un moniteur breveté d'État (BE) dans le département se situe entre 35 et 65 €

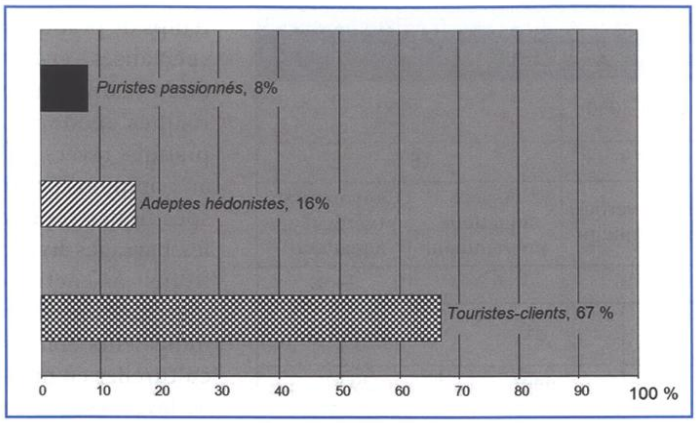

Figure 1 : Proportion des trois idéaux-types d'usager. *Proportions of the three ideal user end-members. (N = 237).*

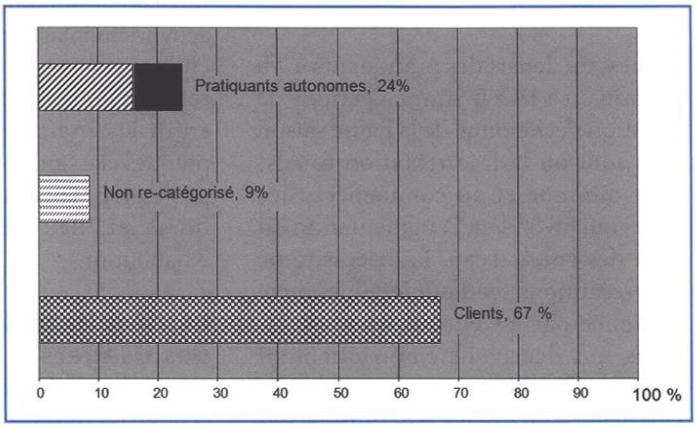

Figure 2 : Répartition des usagers selon le critère : pratiquants autonomes/clients d'un professionnel. *Independent participants and customers with a professional guide : two user categories in natural canyoning sites. (N = 237).*

méconnaissance des forums internet et de la littérature spécifique, peu d'adhésions en clubs relatifs aux activités de montagne). Pour la majorité de ces personnes, il s'agit de la première descente (73 %) et moins de 13 % d'entre elles ont déjà réalisé plus de cinq canyons. Sans connaissance du milieu ni compétences techniques, ils se déclarent « *débutants* », « *découvrir* » et faire l'activité « *pour voir* ». L'item « *faire un canyon pour rigoler avec des copains sportifs* » recueille 49 % de réponses. Proportionnellement, le taux de passage d'une activité encadrée payante à une modalité autonome est inférieur à 5 % (à l'inverse, l'initiation par la famille ou en structure associative représentent les voies privilégiées d'accès à une pratique autonome). Il s'agit pour eux d'une activité de vacances (39 %), d'un sport nature (40 %), voire d'une pratique de nature, mais le discours écologique est relativement peu présent, avec une préférence pour l'aspect hédoniste et ludique de la pratique « *on est venu pour les sensations* », « *les frissons* », « *c'est sportif* », « *c'est amusant* » [6]. Dans les entretiens complémentaires, un effet de mode est également évoqué : « *C'est vrai qu'avoir fait du canyoning pendant les vacances ça fait bien, mais il n'y a pas que ça...* », « *On était allé à La Réunion, alors on a voulu essayer le canyoning...* ». Pour ce type d'usager, l'adhésion en structure associative reste très faible. Premièrement, 77 % des personnes ne sont licenciées à aucune des fédérations sportives délégataires d'une activité de nature, et les 12 % d'adhésions à la FFME sont principalement liées à une pratique *indoor* de l'escalade sans aucune référence à une passion pour la montagne ou la nature. Comme en témoigne cette jeune femme : « *en fait, on est licencié à la FFME pour la réduction à la salle d'escalade* », pour d'autres, « *la licence FFME... heu... ben pour aller grimper à un gymnase qui est géré par une association... sinon il y a des salles mais c'est vraiment cher* ». Dans ce cadre, l'escalade *indoor* semble remplacer une séance de fitness, de Moving et autre Gymnase club.

Malgré un taux général de satisfaction important, avec valorisation de l'activité « *ça fait longtemps que je voulais faire du canyoning* », « *c'était génial* » et 84 % de réponses positives à la question « *avez-vous envie de refaire du canyoning ?* », ces personnes déclarent lors d'entretiens complémentaires vouloir se tourner vers d'autres activités et s'inscrivent dans la culture des vacances polyvalentes plutôt haut de gamme (sportives, festives mais aussi culturelles avec la visite d'un musée ou d'un lieu d'histoire). Deux exemples :

Enquêté A : « *Cet été, je voulais essayer le canyoning [...]. L'été prochain, si on repart en montagne, il y a le saut à l'élastique, on voudrait en faire* ».

Enquêteur : «... *Et la via ferrata, par exemple est ce que ça vous attire également ?*

Enquêté B : *Non, la via ferrata on en a déjà fait avec... quand on était allé dans les Alpes, c'est plutôt le rafting, ou le kayak que je voudrais essayer maintenant* ».

En dehors d'un goût général pour la randonnée, le canyoning fait donc suite au rafting à 14 %, au canoë-kayak à 13 %, ou à la via ferrata mais toujours avec la location du matériel et/ou l'encadrement d'un moniteur ; seule l'escalade, citée à 34 %, est pratiquée avec plus d'investissement et d'autonomie, mais en salle. On retrouve par ailleurs le VTT (14 %), le ski en station (31 %) ainsi que le tennis, le golf ou la plongée sous-marine pour les activités non montagnardes ; mais la part de réponses « *aucune activité physique* » est non négligeable (11 %).

Si le contexte est familial, la pratique elle-même concerne les 28-45 ans, c'est-à-dire le couple parental (32 %), ou à l'inverse les 15-25 ans (60 %) dont le reste de la famille attend proche des voitures ou dans un parcours de randonnée à proximité du site. Caractérisées par une réussite familiale [7], professionnelle [8] et scolaire, ces personnes déclarent une préférence pour le théâtre, la lecture, la musique mais aussi le bowling, le cinéma ou encore « *faire les boutiques* ». Enfin, une orientation politique centre droite (40 %) à extrême droite, une légère prédominance du capital économique sur le capital culturel légitime, une certaine culture de la compétitivité (plus

6. Cette citation et les suivantes sont extraites des réponses à différentes questions ouvertes du questionnaire ou des entretiens complémentaires.
7. 25 % de personnes mariées, souvent avec enfants, 48 % de jeunes couples en union libre.
8. Revenu mensuel moyen des ménages déclaré dans un groupe situé entre 2 600 et 3 800 €/mois (62 %) ou entre 3 800 et 6 000 €/mois (27 %).

on fait de choses et plus les vacances sont réussies) avec une sous-représentation des enseignants au profit des cadres d'entreprise marquent ici les traces d'une « *culture du privé* » [de Singly & Thélot, 1989].

Photo 7 : Ici la nage se fait dans une eau encombrée par la glace dans des conditions extrêmes (température de l'eau entre – 1°C et + 1°C, température de l'air à l'ombre – 5° C). Canyon du Ga, Hautes-Alpes. Cliché Laurent Felder.
In extreme conditions, the strokes are done in a water encumbered by ice (the water temperature is between -1°C and + 1°C, shade temperature -5° C). Canyon du Ga, Hautes-Alpes.

B. Les adeptes hédonistes

A la croisée des orientations « *hedo-montagnarde* » et « *performeur-compétiteur* » analysées par Corneloup [2003], cette seconde catégorie regroupe les pratiquants autonomes, dit aussi pratiquants indépendants. Ces usagers parcourent de 4 à 40 canyons par saison en conditions optimales, c'est-à-dire en début/milieu de journée, dans un parcours équipé, avec un débit en eau « *suffisant pour s'amuser, sans toutefois prendre de risque* ». Il s'agit d'hommes jeunes (24-30 ans) à la recherche de sensations, quelques fois en couple « *pour une sortie sportive* », ou sinon, d'amis masculins (30-45 ans) venus dans une attitude plus contemplative. On retrouve également les bénévoles des structures associatives avec leurs groupes (le CAF, la FFME), ou encore des adeptes réguliers venus initier les enfants, de la famille ou des amis en relation avec des loisirs non sportifs tels que : « *apéro* », « *repas convivial* ».

Techniquement, lorsqu'un saut est délicat ou un toboggan trop vertical, ils n'hésitent pas à descendre en rappel, voire à poser une corde débrayable pour un débutant (instrumentation). Pour eux, « *l'essentiel est de se faire plaisir* ». Résidant à moyenne distance des sites, ils réalisent peu de déplacements supérieurs à deux ou trois heures de route pour une pratique qu'ils considèrent toutefois comme « *un sport à part entière* » (82 %). Pour ce type de pratiquants, le canyoning est « *assez dangereux* », et constitue une « *pratique sportive de nature* » ; 22 % indiquent « aller faire un canyon pour rigoler avec des copains sportifs ». Dans tous les cas, il y a polyvalence dans les activités de montagne (la randonnée, l'escalade, l'alpinisme puis la spéléologie et le canoë-kayak), mais la voile, la plongée ou d'autres activités de mer non motorisées figurent également dans les réponses. Avec une surreprésentation des enseignants (24 %), des techniciens (environ 20 %), mais aussi des employés (souvent dans les grandes entreprises françaises : EDF, La Poste...), ces pratiquants se situent majoritairement dans les classes moyennes cultivées ; l'orientation politique centre-gauche (53 %) venant alors confirmer les traces d'une certaine « *culture du public* » [de Singly & Thélot, 1989].

C. Les puristes « passionnés »

Hommes âgés de 35 à 65 ans, résidant sur le département en zone rurale, les *puristes*, ou « *passionnés* », ainsi qu'ils se définissent, pratiquent toute l'année, c'est-à-dire aussi en conditions difficiles : canyons partiellement gelés l'hiver, encombrés après les crues au printemps ou à l'inverse complètement secs l'été. Ils totalisent le plus grand nombre de sorties (de 40 à 100 sorties par an), à des horaires parfois particuliers (le soir « *après le travail* », la nuit...), les raisons évoquées sont alors : « *éviter la fréquentation* » ou « *la magie des lieux* ». Issus des activités de montagne (escalade, alpinisme) ou des sports sous-marins et de la spéléologie, ces pratiquants considèrent le canyoning comme une activité physique à part entière, mais contestent le qualificatif de « *sport* » ainsi que le vocable « *canyoning* » au profit de « *canyon* » jugé moins « *commercial* ». Pour 76 % d'entre eux, c'est une activité de nature peu risquée. Attachés à la notion de milieu naturel « *grandiose* », ils rejettent fortement le thème « *aller faire un canyon pour rigoler avec des copains sportifs* », pour eux : « *en canyon, on ne rigole pas* ». Ils sont souvent les ouvreurs et premiers équipeurs de parcours, réalisent des voyages consacrés à l'activité (Sierra de Guara, Andalousie...) et disposent d'une importante connaissance du milieu. Techniquement, ils préfèrent les franchissements en libre (réalisation de sauts à plus de 20 mètres de hauteur, toboggans difficiles, désescalades exposées...). En l'absence d'une structure familiale forte (divorce, séparation...), ils s'investissent grandement dans l'activité : « *depuis mon divorce, je ne fais plus que du canyon* ». Retraités, sans emploi, techniciens ou employés, ils s'inscrivent socialement dans les classes populaires. Parfois en club (principalement le CAF), ils refusent l'engagement administratif, critiquent les « *excès de réglementation* » et déclarent rechercher « *l'évasion* », l'ailleurs. Lors des entretiens, les puristes considèrent que les interdictions devraient viser uniquement les groupes de clients avec un professionnel de l'activité [voir à ce sujet, Suchet, 2003 ; Bion-Thomas, 2007]. Certains présupposés environnementaux ou la considération d'un partage entre lieu travail, lieu de vie, et lieu de passage pour un loisir servent de justifications :

Enquêté C : « *Oui, s'ils doivent interdire pour l'environnement, la pollution... Moi, je ne suis pas opposé en fait, mais faudrait différencier, [...]. Parce que les 5 ou 6 pratiquants individuels, ils n'ont aucun impact, en comparaison avec les pleins mini-bus qui montent (au canyon du Llech). Tous les problèmes qu'il y a sur les sites... c'est les SARL canyoning-machin-chouette qui en sont cause. [...]. Oui, c'est vrai, devrait y avoir des interdictions, des réglementations spécifiques contre la fréquentation commerciale* ».

Enquêté D : « *On peut comprendre le proprio qui veut interdire son terrain. Quelque part, un Breveté d'Etat qui se fait de l'argent dans la propriété de quelqu'un... Par contre faut autoriser les pratiquants indépendants, là c'est autre chose, ce n'est pas professionnel, c'est quasiment de la libre circulation. D'ailleurs, il y avait certains textes qui considéraient que l'eau appartient à tout le monde... [...]. Tant que tu ne l'exploites pas. [...] Mais c'est*

vrai : que le champ d'un mec devienne la ressource professionnelle d'un autre, ça pose problème [...], c'est un peu comme si tu vendanges une vigne qui ne t'appartient pas, ça pose problème ».

Enfin, des opinions écologiques affirmées, un rejet marqué des groupes sur les sites, voire une orientation politique extrême droite[9], semblent désigner une culture de la « *dramatisation* » [Corneloup, 2004]. Il s'agit pourtant majoritairement d'anciens sympathisants de gauche, et d'extrême gauche, qui donnèrent à l'activité son caractère *fun* au sens de Loret [1995] dans les années 1980. Ces traces d'une culture hippie se retrouvent dans la gestion informelle du temps lors de voyages *entre passionnés* sur les spots étrangers dans des voitures ou des fourgonnettes aménagées en camping-car. Ces idéologies utopiques aujourd'hui déçues laissent alors place au repli et à un vote contestataire bien étudié par Duret [2004].

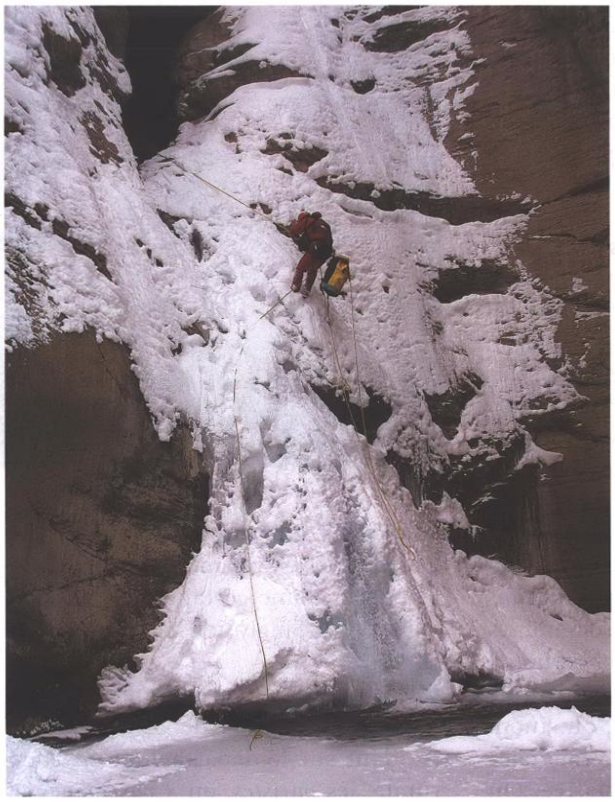

Photo 8 : Parfois considérées comme un des canyons les plus risqués d'Europe, les gorges glaciaires quasiment souterraines de Trümmelbach en Suisse obligent à descendre un mélange de neige et de glace pendant l'hiver pour éviter le débit estimé à 20 000 litres d'eau par seconde en saison, c'est-à-dire les eaux de fonte de la Jungfrau, du Mönch et de l'Eiger. Cliché Stéphane Noll. *The semi-underground canyon of Trümmelbach in Switzerland is considered as one of the riskiest canyons in Europe. Canyoneers descend in a mixture of snow and ice during the winter to avoid the water splashes estimated at 20 000 liters per second in the summer, i.e. the water melted from the mountains of Jungfrau, Mönch and Eiger.*

D. Les moniteurs de canyoning

Sur l'ensemble des sites, un dernier type d'usagers fréquente également l'espace : les *moniteurs responsables* des groupes de clients. Leur pourcentage non significatif sur plusieurs indicateurs de l'enquête par questionnaire ne permet pas de prendre en compte ces personnes dans la suite de l'article avec le même niveau d'analyse. Néanmoins on peut noter quelques-unes de leurs caractéristiques principales et proposer leur positionnement au sein de l'espace socio-praxique de l'activité. Le vocable de *moniteur* pour désigner l'idéal-type constitué par les professionnels de l'activité permet volontairement de s'écarter des catégories légales détaillées *infra*.

Vingt à quarante professionnels exercent dans le département des Pyrénées-Orientales. Un nombre beaucoup plus important est inscrit sur les listes de la DDJS, 105 exactement, mais tous n'exercent pas. Selon l'étude DDJS Pyrénées-Orientales [2008, p. 1], « *42 exercent effectivement, dont 30 assidûment en saison* », et par nos recoupements, on pense que 20 à 30 professionnels fréquentent régulièrement les parcours du département. Ces moniteurs de canyoning sont des hommes âgés de 30 à 50 ans, comme le précise l'un d'entre eux « *c'est une population vieillissante, il y a peu de jeunes qui s'engagent. [...] Les meilleures années sont passées, actuellement (depuis quelques années) l'encadrement canyon c'est un secteur en déclin, économiquement, même en pleine saison, ça tourne plus à plein régime* » (extrait d'entretien avec un moniteur indépendant). Le plus souvent issus du milieu commerçant local où ils ont appris à « *rentabiliser leur passion* », ils dirigent une entreprise unipersonnelle sur deux activités (le canyoning plus leur discipline d'origine : randonnée, escalade...) ou bien travaillent, hors saison, dans un magasin de sport. Une assez grande permissivité les oppose parfois aux puristes qu'ils rejoignent pourtant par d'autres aspects (niveau technique et expérience). Professionnellement, ils sont issus d'une validation d'acquis d'expérience VAE AQA 1996 à 38 % (dont la majorité se compose de B.E. Accompagnateur en Moyenne Montagne et quelques-uns, d'un B.E. Canoë-kayak), d'un B.E. escalade à 34 %, d'un B.E. aspirant-guide ou guide[10] de haute montagne à 11 %, et d'un B.E. spéléologie à 9 %.

Enfin, notons que pour la DDJS Pyrénées-Orientales [2008, p. 3] : « *le nombre de pratiquants individuels reste stable, mais la fréquentation du public encadré [...] est en nette diminution (moins 34 %)* ». Effectivement, les enregistrements de l'ONF au Llech donnent : 13 086 passages en 2006, 12 598 en 2007 et 10 498 en 2008 : « *cette baisse de fréquentation s'explique par la baisse du pouvoir d'achat des touristes susceptibles de pratiquer cette activité. Cette tendance se retrouve dans toutes les activités sportives de pleine nature* » [idem]. En réalité, d'autres paramètres devraient certainement être pris en compte, par exemple le développement du tourisme culturel, la concurrence des voyages à l'étranger et les faveurs de la mode pour d'autres loisirs de vacances.

IV. Visualisation d'un espace socio-praxique du canyoning

Afin de résumer ce travail, un traitement des données par Analyse factorielle des correspondances (AFC), après repérage des indicateurs discriminants par étude des pourcentages de l'écart maximum [Cibois, 1991], permet de visualiser l'espace socio-praxique de l'activité (figure 3), c'est-à-dire la

9. Selon cette étude, 68 % des puristes se déclarent à l'extrême droite, sachant que les zones rurales concernées dans le département des Pyrénées-Orientales accusent l'un des taux de vote à l'extrême droite parmi les plus élevés en France.
10. La faible présence de professionnels guides ou aspirants-guides dans le département d'étude ne permet pas de considérer ce pourcentage représentatif.

juxtaposition des modalités de pratique avec la position sociale et culturelle des individus [Pociello, 1981b; 1995]. Informatiquement, l'AFC a été réalisée en deux axes. Les pourcentages d'explication de 12,54 % et 35,83 % sont satisfaisants dans la mesure où les contributions les plus fortes sont majoritairement celles des variables principales qui structurent ces deux axes, à savoir, les variables des questions relatives au nombre de parcours déjà réalisés, au niveau technique, aux sentiments concernant les risques, aux préférences culturelles en matière de loisirs, ainsi que les variables de lieu de résidence et de caractérisation sociodémographique excepté l'âge. Dans l'AFC présentée (figure 3), l'ajout des données de 180 questionnaires identiques mais issus d'une autre étude dans une aire de loisirs du département avec des personnes n'ayant, pour la grande majorité, jamais réalisé de descente en canyon [Suchet & Jorand, 2008] permet de recueillir la position de non-pratiquants ainsi que le recommande Lahire [2004b] ; cet échantillon n'ayant par contre aucune représentativité de la population totale des non-pratiquants. Matériellement, après construction de l'AFC, les variables spécifiques à cette autre étude n'ont pas été rendues visibles, autrement dit l'AFC se compose de N = 417, avec 237 individus dont les variables sont visibles.

Visuellement on remarque une sorte de continuum d'expertise entre *« Mon premier canyon »* et *« 40 à 100 canyons par an »* qui semble aller avec un vieillissement (mais sans représentativité statistique) et avec une localisation proche des sites (figure 3). Sur le même axe, on observe une baisse des revenus et des liens familiaux. Les clients d'un professionnel avoisinent *« 2 600 à 6 000 €/mois »* le plus souvent en couple, tandis que le pratiquant toutes saisons, veuf ou divorcé, gagne le *« SMIC ou moins »*. Le mot *« nature »* et *« TV »* se situent par contre au centre de l'AFC, ce qui signifie qu'ils concernent quasiment autant chacun des usagers. L'espace socio-praxique du canyoning, tel que visualisé par cette AFC, donne à voir également une perception du risque différente selon le degré d'expertise dans l'activité. Le dessin des trois principaux types d'usagers des sites transparaît alors. Les non-pratiquants (coin supérieur gauche de la figure 3) et, dans une moindre mesure, les *touristes-clients* qui débutent avec un moniteur (quart inférieur gauche), ont l'impression d'une activité *« très risquée »*. *Les adeptes hédonistes* (sous le centre) dont le niveau technique permet de descendre les parcours en autonomie considèrent l'activité *« assez risquée »*. Enfin, les puristes (vers la droite en remontant) qui s'engagent parfois dans des canyons de grande difficulté, déclarent leur activité *« peu risquée »*. Pendant les entretiens, ces personnes justifient leur faible perception du risque par un sentiment de maîtrise et de connaissance du milieu.

V. Eléments de socio-démographie

Sur un plan général, les usagers des parcours naturels de canyoning sont à 74 % des hommes, les 26 % de femmes étant majoritairement liées aux groupes de *touristes-clients* (38 % des *touristes-clients* sont des femmes). Il s'agit de débutantes, souvent vacancières, très peu investies dans l'activité. A l'inverse, les pratiquants autonomes sont à 85 % des hommes, et le groupe des *puristes* est exclusivement masculin. A ce sujet, une étude qualitative genrée permet de mettre au jour deux formes différentes de masculinité en jeu dans l'activité : la masculinité des *puristes* et la masculinité des *moniteurs* dont plusieurs critères rapprochent de la masculinité hégémonique [Suchet, 2009 avec référence au concept de Connell]. On note cependant le cas singulier de trois pratiquantes régulières, lectrices assidues de revues de montagne, qui s'investissent

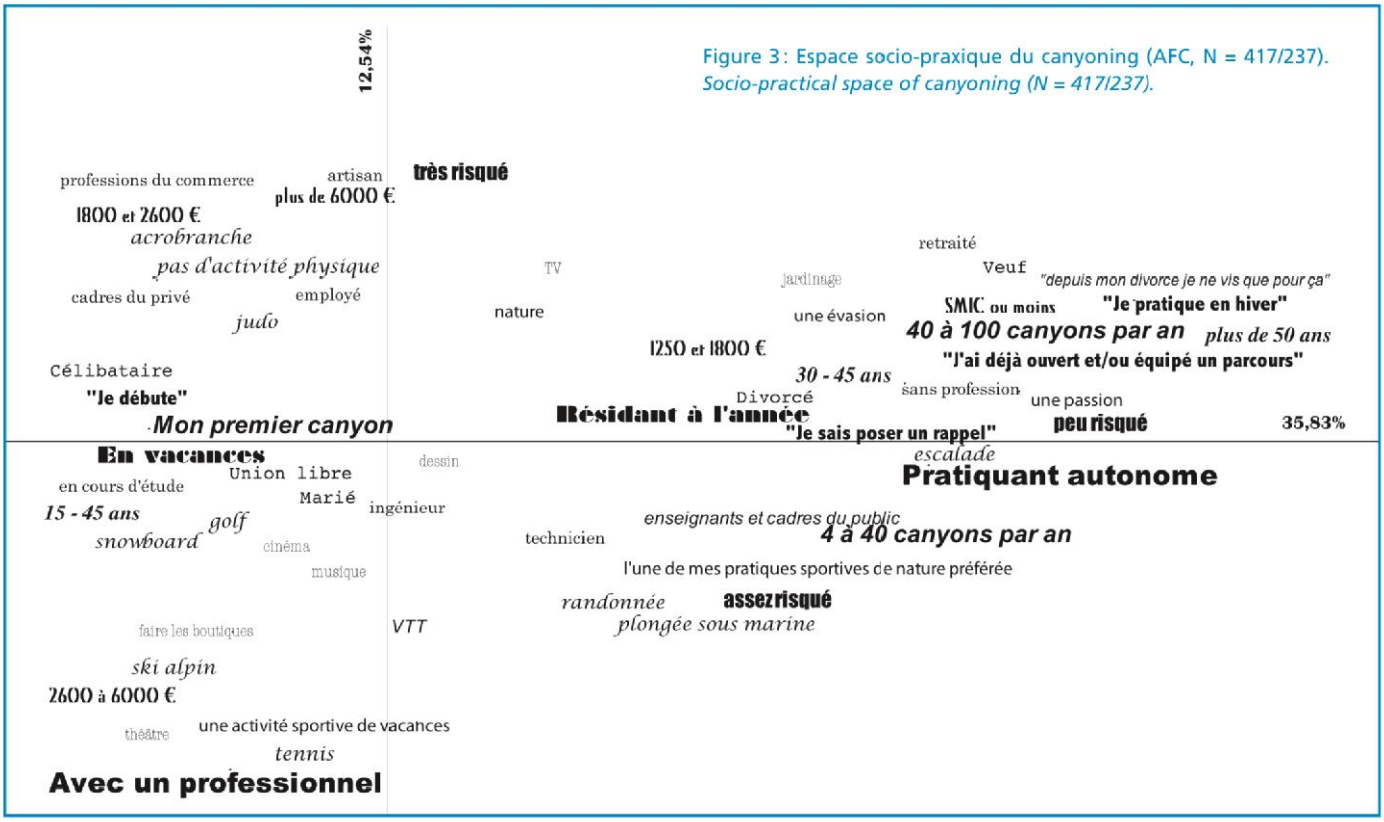

Figure 3 : Espace socio-praxique du canyoning (AFC, N = 417/237).
Socio-practical space of canyoning (N = 417/237).

fortement sur un plan associatif et social (direction ou secrétariat de club, rôle politique, activité sur les sites Web consacrés à l'activité...). Ces profils atypiques esquissent ainsi une sorte de contrepoids aux analyses précédentes.

Avec une moyenne d'âge, tous groupes confondus, de 28 ans (16 % des personnes entre 8 et 18 ans, 60 % entre 18 et 36 et 15 % entre 36 à 54), le canyoning apparaît comme une pratique de jeunes adultes. Si quelques enfants et adolescents intègrent occasionnellement les sorties d'un parent, lui-même pratiquant, les mineurs sont souvent éloignés de cette activité physique jugée « *trop dangereuse* ». Restrictions renforcées par la dépendance des mineurs aux adultes pour ce type d'activité (impossibilité de se rendre sur les sites, achat du matériel...), d'autres pratiques aussi risquées pouvant être réalisées sans l'accord des parents avec plus de facilité (pratiques urbaines...). Sur un plan général, on constate une augmentation du taux des 36-54 ans parmi les pratiquants autonomes (*hédonistes et puristes*). Mais entre ces deux groupes, cet « *effet d'ancienneté* » [Pociello, 1995], ou même un présumé « *effet d'âge* » [Lefèvre, 2004], ne semblent pas être statistiquement discriminants : certains rejoignent l'idéal-type puriste après seulement quelques années de pratique, alors que d'autres restent sur une éthique hedo-sportive et contemplative malgré une ancienneté dans l'activité et/ou un âge relativement avancé. La nouveauté relative du canyoning et l'absence d'un long et nécessaire apprentissage [Bourdeau, 1994] en comparaison à l'alpinisme ou à la spéléologie, semblent quelques-uns des éléments explicatifs de cette absence de lien entre l'âge, l'expérience et les modalités de pratique. Sinon, dans plusieurs cas, une bifurcation de vie (divorce, séparation, perte d'emploi...) est à l'origine d'une intensification de l'engagement en canyoning.

Un dernier critère concerne le lieu de résidence : près de 75 % des pratiquants autonomes sont résidants à l'année sur le département, tandis que seulement 24 % des touristes-clients le sont. Sur ces résultats, on peut d'abord évoquer un facteur matériel : les moniteurs des structures commerciales diffusent largement leur offre auprès des vacanciers, tandis qu'il est plus difficile de connaître et de s'engager en autonomie sur un site naturel si l'on ne connaît pas le département, c'est-à-dire en l'absence de données fiables [11] sur sa localisation, sa difficulté ou encore l'équipement en place. Mais, un facteur géo-touristique peut également être évoqué dans la mesure où l'objet principal du séjour d'un vacancier, en ce département méditerranéen, est majoritairement lié aux activités nautiques et il n'existe pas, du moins, pas autant que dans les Alpes [Altimax & Versant sud, 2003], une clientèle venue pour le canyoning ou d'autres activités de montagne. Cela constitue une spécificité du tourisme de montagne en zone rétro-littorale.

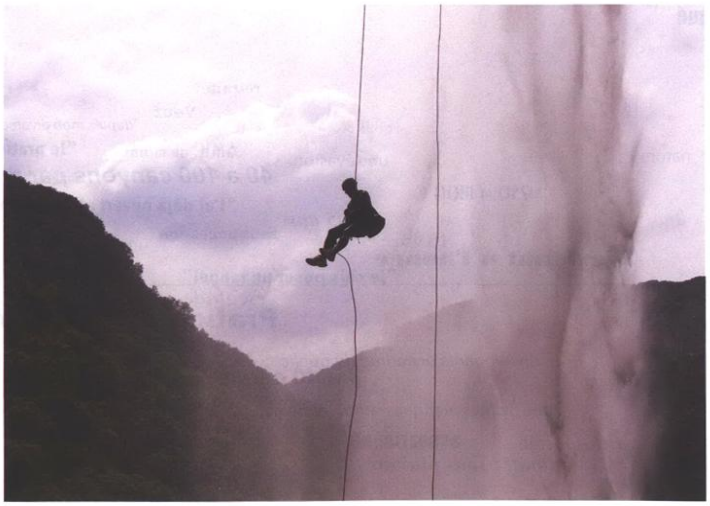

Photo 9 : Presque 80 m de descente en rappel dans le vide, descente dite en fil d'araignée, dernière cascade du canyon de Saint-Remèze, Ardèche. Cliché Pierre Nivon. *80 m of rappelling with only a rope for support, the final waterfall of Saint-Remèze Canyon, Ardèche*

VI. Canyoning et position dans l'espace social

A partir de ces données sociodémographiques et du regroupement par idéal-type des différents usagers, il est possible d'esquisser une analyse générale des résultats (figure 4) en replaçant les contours de cette microanalyse dans la structure de l'espace des positions sociales établi par Bourdieu & de Saint-Martin [1976], puis Bourdieu [1979] et décliné dans le domaine des pratiques physiques par Pociello [1981a ; 1995]. Les limites de cette construction, qui ne repose pas directement sur une projection statistique, doivent néanmoins être soulignées [Duret, 1999 ; Bodin, Héas, & Robène, 2004, p. 189-190]. L'objectif consiste davantage à visualiser et imager qu'à ordonner ou hiérarchiser.

A. Consommateurs « lourds » et pratiquants « légers »

Indépendamment des professionnels, dont le positionnement est cohérent avec plusieurs résultats de la littérature [Lefèvre, 2002, 2004 ; Lapierre, 1981], en suivant l'axe horizontal de cet espace socio-praxique du canyoning (figure 3, 4), un double système d'opposition peut être mis en évidence concernant les autres usagers de l'espace [12].

Premièrement, l'ensemble des données retraduit un partage entre une logique de consommation au sein de l'industrie des loisirs et du tourisme (avec le cas des touristes-clients) et une logique de pratique dans le cas des usagers autonomes (*adeptes hédonistes* et *puristes*). Pour les uns, le canyoning représente une possibilité offerte sur la destination de séjour au même titre qu'une visite ou qu'un spectacle, tandis que les deux autres groupes s'inscrivent dans un investissement continué sur le modèle des pratiques sportives. Autrement dit, la fréquentation des sites de canyoning se partage entre un positionnement dans l'espace des sports [Pociello, 1995] et une inscription dans l'espace des consommations de loisir en vacances [Potier & Zegel, 2003, p. 79].

Deuxièmement, il est possible de retrouver les traces d'une opposition entre « *lourd* » et « *léger* » [Pociello, 1981a, p. 221-222 ; Pociello, 1981b ;

11. Il n'existe pas de topo-guide du département, les photocopies du précédent (en rupture de stock depuis 1995) et d'un ouvrage espagnol similaire circulant entre les habitués ; seul les sites internet consacrés à l'activité demeurant dès lors sources de renseignements.
12. Ce texte ne s'inscrit volontairement pas dans la civision entre acteurs (professionnels de l'encadrement, responsables de club...) et publics de l'activité (fréquentation des sites) dans la mesure où nous avons montré antérieurement la situation intermédiaire des groupes de puristes qui participe à la découverte des sites puis à une première génération d'équipement du parcours [Suchet, à paraître].

Boutroy, 2004] en fonction du rapport entre le capital culturel légitime et les ressources économiques. En l'occurrence (figure 4), il y a d'un côté une pratique encadrée, avec une location du matériel, pour les touristes-clients et, d'un autre côté, pour les *adeptes hédonistes* ou *les puristes*, une autonomie de pratique à travers la possession du matériel, le choix du site et la réalisation des manœuvres techniques[13]. De plus, ces deux dernières modalités de pratique nécessitent un équipement fixe minimum (ancrages en haut des cascades les plus difficiles) à la différence de l'équipement adapté aux groupes de *touristes-clients* qui multiplie les amarrages sur des passages de faible difficulté, ajoute des mains-courantes câblées et laisse des possibilités de se longer à des boucles de corde pendant les moments d'attente en haut des cascades.

Néanmoins, une étude de l'aménagement des sites [Suchet, à paraître] met en évidence les multiples installations mises en place par les *puristes* (corde pour atteindre une vire de saut, bout permettant de penduler au-dessus d'une vasque de saut, main-courante pour remonter le long d'un toboggan...). Ce constat révèle que, indépendamment des considérations socio-culturelles entre « *lourd* » et « *léger* », chaque population d'usagers aménage tout autant l'espace mais de façon différente.

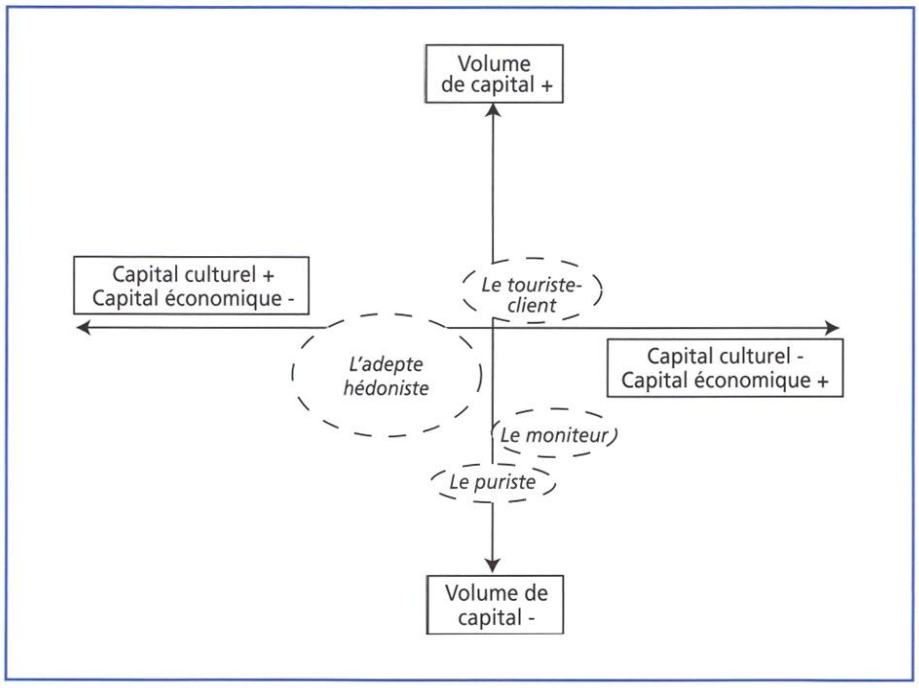

Figure 4 : Positionnements des modalités de pratique en canyoning sur l'espace des positions sociales. *The modalities of canyoning in the space of social positions.*

B. Une logique distinctive inversée ?

En s'attachant ensuite à l'axe vertical de la figure qui échelonne le volume de capital (figure 4), on peut interroger la place du mécanisme social de distinction au sein de l'activité. Comme le montre Lefèvre [2004] pour les territoires de haute montagne, la logique distinctive pousse généralement les plus dotés en capitaux à s'investir fortement dans la pratique ou à rechercher les courses prestigieuses et difficiles. Cependant, en dépit de ces résultats, le traitement des données révèle un investissement dans l'activité inversement proportionnel au volume de capital économique et culturel du pratiquant. Par exemple, les *puristes passionnés*, qui représentent le haut de la hiérarchie dans l'activité (plus grand nombre de sorties par an, voyage dans les spots étrangers, meilleur niveau technique...), s'inscrivent socialement dans les classes populaires.

Questionnant les nouvelles approches dispositionnalistes, il est possible d'attribuer ces résultats à une dissonance de consommation culturelle [Lahire, 2004a]. L'hypothèse est d'ailleurs renforcée par un taux de déplacements sociaux importants chez les *puristes* qui ont souvent multiplié les relations et donc les influences, mais aussi les situations professionnelles et donc les expériences sociales.

Néanmoins, l'hypothèse que nous retenons est celle d'une correspondance entre modalités de pratique et positions de classe en mobilisant les principes du rapport au corps socialement acquis par les individus. En effet, outre le prestige, la distinction [Bourdieu, 1979] qu'apporte un haut degré de pratique, le canyoning se traduit par une mise en difficulté du corps : endurance à l'eau froide, pénible descente ou remontée dans les éboulis, lourdeur des sacs contenant le matériel d'équipement[14]... En fait, ce n'est pas l'effort physique en lui-même qui éloigne les catégories socio-professionnelles élevées d'un investissement important au sein de l'activité canyoning, mais plutôt les conditions de cet effort. Effectivement, la littérature scientifique sur les marathons [Denzler, 1991 ; Lapeyronie, 2007] ou sur les raids [Kay & Laberge, 2002] montre une sur-représentation des cadres dans les pratiques énergétiques, mais à chaque fois il s'agit d'une pratique compétitive où l'esprit d'entreprise retrouve une place, ce qui n'est pas le cas en canyoning. La descente de canyon hors saison et la découverte de nouveaux sites obligent parfois de pénibles passages dans la boue, le débroussaillage du parcours envahi de ronces, la traversée de vasques d'eau croupissante. Plusieurs entretiens révèlent que les ouvreurs de canyon rencontrent également parfois un animal mort coincé ou noyé... autant d'éléments qui correspondent finalement davantage à un habitus de classe populaire qu'à celui des fractions socialement dominantes [Boltanski, 1971 ; Bourdieu, 1979 ; Pociello, 1981a].

Autrement dit, un premier éclairage repose sur les principes du rapport au corps sociologiquement définis par le structuralisme génétique et les formes de relation à la compétition élaborées socialement. Ces dispositions culturelles viennent ici contrarier, puis s'imposer au mécanisme de distinction.

13. A la différence des clients d'un moniteur, le pratiquant autonome installe les cordes de rappel, décide le passage en désescalade, ou encore évalue le fond d'une vasque avant de sauter.
14. L'équipement fixe nécessite un perforateur sur batterie transporté en sac étanche ou un ensemble marteau et tamponnoir, des cordes supplémentaires, des sangles et des maillons métalliques qui, une fois dans l'eau, peuvent devenir un fardeau extrêmement lourd.

Conclusion

Activité hybride de randonnée, d'escalade, de spéléologie et de nage en eau vive, le canyoning se prête bien au jeu de l'espace social [Bourdieu, 1979, 1987 ; Pociello, 1981a, 1995] tout en dévoilant une certaine spécificité. Validant largement notre première hypothèse, *« une véritable homologie »* apparaît entre les modalités de pratique et la position sociale. Premièrement, l'analyse reproduit les oppositions traditionnelles à l'espace des sports, et montre que l'activité canyoning ne comporte plus actuellement la signification alternative qui définissait cette activité dans les années 1980. Au contraire, d'une part les anciens représentants de cette contre-culture sportive revenus de leurs idéologies déçues se replient aujourd'hui dans la *« dramatisation »*, et d'autre part, les clients des structures commerciales consomment l'activité en tant que loisir de vacances, c'est-à-dire suivant une orientation ludique mais non contestataire. Deuxièmement, cette recherche dévoile une concurrence entre le mécanisme de distinction et le rapport au corps imposé par un haut degré de pratique.

Au final, l'ensemble de ces éléments permet de comprendre la fréquentation des gorges et canyons qui restent des espaces naturels moins étudiés que les milieux souterrains ou les altitudes en montagne. Les limites de ce travail doivent néanmoins être soulignées dans la mesure où les formulations en idéaux-types, restent, par définition, *« une construction intellectuelle obtenue par accentuation délibérée de certains traits de l'objet »* [Weber, 1922, cité par Coenen-Huther, 2003, p. 532]. Enfin, d'autres échantillons de l'offre française en sites naturels de canyoning permettraient de consolider cette tripartition, puis de l'affiner en d'autres sous-groupes et en fonction des massifs. Pour des recherches futures, on pense au département de l'Isère (zone urbaine marquée par une culture montagne) et à la Haute-Savoie (tourisme en montagne et stations de ski en phase de diversification).

Bibliographie

Altimax & Versant sud, 2003 - *Étude sur les activités de pleine nature dans les Alpes françaises : Via Ferrata - Canyoning - Parcours Acrobatique Forestier - Escalade.* Rapport de recherche réalisée pour le compte de l'AFIT et de la DATAR.

BION-THOMAS F., 2007 - Réception des normes juridiques et pratique des loisirs sportifs de nature, un exemple : le canyonisme. In J. Corneloup (Ed.), *Sciences sociales et loisirs sportifs de nature* (pp. 147-155). L'Argentière la Bessée : Éditions du Fournel.

BODIN D., HÉAS S. et ROBÈNE L., 2004 - Les goûts sportifs : entre distinction et pratique élective raisonnée. *Sociologie & Sociétés*, 36 (1), 187-207.

BOLTANSKI L., 1971 - Les usages sociaux du corps. *Annales*, 26 (1), 205-233.

BOURDEAU P., 1994 - D'eau et de rocher : le canyoning. *Cahier Espaces*, 35, 49-54.

BOURDIEU P., 1979 - *La distinction.* Paris : Éditions de Minuit.

BOURDIEU P., 1980 - *Le sens pratique.* Paris : Éditions de Minuit.

BOURDIEU P., 1984 - *Questions de sociologie.* Paris : Éditions de Minuit.

BOURDIEU P., 1987 - *Choses dites.* Paris : Éditions de Minuit.

BOURDIEU P. & SAINT-MARTIN M. de, 1976 - Anatomie du goût. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 5, 2-81.

BOUTROY É., 2004 - *Le Lourd et le Léger. Les cultures sportives de l'alpinisme himalayen.* Communication orale au 3ème Colloque de la 3SLF, Paris, 25-27 octobre.

CHOPPY J., 1985 - *Dictionnaire de spéléologie physique et karstologie.* Autoéd.

CIBOIS P., 1991 - *L'analyse factorielle.* Paris : Presses universitaires de France.

CLÉMENT J.-P., 1985 - *Sur les sports de combat : Étude de trois disciplines de combat et de leurs usages sociaux.* Th. de 3ème cycle, Université de Paris 7.

COENEN-HUTHER J., 2003 - Le type idéal comme instrument de la recherche sociologique. *Revue française de sociologie*, 44 (3), 531-547.

CORNELOUP J., 2003 - Les cultures sportives de la montagne d'aujourd'hui et de demain. In F. Bartczak & J. Rage (Eds.), *Les Pyrénées entre deux mondes* (pp. 133-158). Presses universitaires de Perpignan.

CORNELOUP J., 2004 - L'enquête d'opinion dans l'étude des pratiques sportives de montagne. *Bulletin de méthodologie sociologique*, 83, 19-42.

DDJS Pyrénées-Orientales, 2008 - Document non publié remis à l'Agence départementale de l'ONF des Pyrénées-Orientales.

DEBARBIEUX B. & DELANNOY J.-J., 1992 - Représentations paysagères et représentations médiales des montagnes calcaires : le touriste, le paysage et les éléments. In J.-P. Guérin et J.-C. Lévy, *Nature de la santé, santé de la nature*, Revue de géographie alpine, coll. Ascendances, 63-77.

DEBORDE C. ,1996 - *L'offre française des parcours de canyoning.* Mém. Maîtrise, Université de Grenoble 1.

DENZLER R., 1991 - Le marathon : une pratique de classe ? *Sociétés contemporaines*, 5, 163-165.

DRDJS Aquitaine-Gironde, 2006 - *Canyonisme. État des lieux & perspectives en Aquitaine.* Rapport non publié.

DURET P., 1985 - Les usages sociaux de la moto. *Travaux et Recherches en EPS*, 8, 137-139.

DURET P., 1999 - Penser les outils de la sociologie du sport : à propos du système des sports et de sa logique de la preuve. *Science & Motricité*, 38-39, 5-11.

DURET P., 2004 - *Les larmes de Marianne. Comment devient-on électeur du FN ?* Paris : Armand Colin.

FALT P., 1981 - Les usages sociaux de la croisière. In C. Pociello (Ed.), *Sports et Société. Approche socio-culturelle des pratiques* (pp. 261-284). Paris : Vigot.

GREFFIER L., 2002 - La descente de canyon, des territoires en concurrence. *Sud-Ouest Européen*, 13, 77-84.

JALLAT D., 2003 - Étude sociologique des modalités de pratique de la voile légère. *Revue européenne de management du sport*, 10, 131-157.

JORAND D., 2000 - *Histoire et sociologie du vol libre français. Structure, oppositions, enjeux.* Th. Doctorat, Université de Paris 11.

JOVIGNOT F., 1997a - *Étude des aptitudes, des motivations, des profils socio-démographiques des spéléologues.* Th. Doctorat, Université de Bourgogne, Dijon.

JOVIGNOT F., 1997b - Les caractéristiques socio-démographiques des spéléologues français. *Karstologia*, 30, 1-14.

KALAORA B., 1993 - *Le musée vert : radiographie du loisir en forêt.* Paris : L'Harmattan.

KAY J. & LABERGE S., 2002 - The Corporate Habitus in Adventure Racing. *International Review for the Sociology of Sport*, 37 (1), 17-36.

LAHIRE B., 2004a - *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi.* Paris : La Découverte.

LAHIRE B., 2004b - Sociologie dispositionnaliste et sport, généralistes et spécialistes. In *Dispositions et pratiques sportives* (pp. 23-36). Paris : L'Harmattan.

LAPEYRONIE B., 2007 - *Analyse socio-économique des processus de développement des pratiques sportives : l'exemple des marathons en France.* Th. de Doctorat, Université de Paris 11.

LAPIERRE A., 1981 - *Sports de pleine nature et pratiques sociales, Analyse socio-culturelle du canoë-kayak et de l'escalade.* Mém. pour le Diplôme de l'INSEP, Paris.

LEFÈVRE B., 2002 - *"Par monts et par vaux" : Contribution à l'analyse sociologique de l'alpinisme à travers la théorie de "l'espace des sports". L'exemple des usagers de la haute montagne dans le massif du Mont-Blanc.* Th. Doctorat, Université de Paris 11.

LEFÈVRE B., 2004 - Contribution à l'étude de la structuration sociale des pratiques de haute montagne : l'exemple des usagers dans le massif du Mont-Blanc. *Revue de géographie alpine*, 92 (4), 67-85.

LORET A., 1995 - *Génération glisse.* Paris : Autrement.

MAO P., 2003 - *Les lieux de pratiques sportives de nature dans les espaces ruraux et montagnards.* Th. Doctorat, Université de Grenoble 1.

Ministère des Sports & INSEP, 2002 - *Les pratiques sportives en France.* Paris : INSEP.

PALMER A. N., 2007 - *Cave Geology.* Dayton, OH : Cave Books.

PERRIN C., 2003 - *La pratique du canyoning dans les parcs naturels régionaux du Vercors et des Bauges : une gestion spécifique de l'activité au sein de chaque territoire.* Th. Doctorat, Université de Grenoble 1.

PERRIN C. & MOUNET J.-P., 2004 - L'insertion de l'offre de canyoning dans l'industrie touristique : une étude comparative entre le massif des Bauges et le Vercors. *Loisir et société*, 27 (1), 143-172.

PINGUET A., 1996 - Le cadre socio-économique du canyoning : points de repères. *Cahiers du CSSM*, 6, 20-25.

POCIELLO C., 1981a - "La force, l'énergie, la grâce et les réflexes". Le jeu complexe des dispositions culturelles et sportives. In C. Pociello (Ed.), *Sports et Société. Approche socio-culturelle des pratiques* (pp. 171-237). Paris : Vigot.

POCIELLO C., 1981b - Pratiques sportives et demandes sociales. *Travaux*, 32, 163-182.

POCIELLO C., 1983 - *Le rugby ou la guerre des styles.* Paris : Métailié.

POCIELLO C., 1995 - *Les cultures sportives.* Paris : Presses universitaires de France.

POTIER F. & ZEGEL P., 2003 - *Exclusions et Inégalités d'accès aux loisirs et au tourisme.* Rapport sur convention PUCA. INREST.

SAVELLI N., 2008 - *Tourisme d'aventure durable et innovation culturelle. L'exemple de l'émergence du canyoning au Népal.* Communication orale à la Journée du tourisme de la Kirghizie en Rhône-Alpes. Grenoble, le 1er mars.

SINGLY de F. & THÉLOT C., 1989 - *Gens du privé, gens du public.* Paris : Dunod.

SUCHET A., 2003 - *Les pratiques d'escalade et de descente de canyon au sein du Club alpin français de Perpignan.* Rapport d'étude pour le compte du CAF de Perpignan.

SUCHET A., 2009 - Relations de genre et masculinités dans les pratiques de canyoning. In C. Ottogalli-Mazzacavallo & J. Saint-Martin (Eds.), *Femmes et hommes dans les sports de montagne* (pp. 391-408). Grenoble : Maison des Sciences de l'Homme des Alpes.

SUCHET A. (à paraître) - Cultures sportives de nature et optimisation des espaces de pratique. *Géopoint.*

SUCHET A. & JORAND D., 2007 - Les usagers des parcours naturels de canyoning et de la structure artificielle Canyoning Park (France) : une approche socio-culturelle. *Loisir et société*, 30 (2), 417-441.

SUCHET A. & RASPAUD M., 2008 - L'institutionnalisation du canyoning par la Fédération française de spéléologie dans les années 1980. In L. Munoz (Ed.), *Usages corporels et pratiques sportives aquatiques du XVIIIe au XXe siècle*, vol. 1, pp. 183-195. Paris : L'Harmattan.

SUCHET A., JORAND D. & MAO P., 2008 - *Les usagers des parcours naturels de canyoning en France.* Rapport de recherche pour le compte de la FFS et de la FFME.

THEILLER D., 2001 - *Pratiques et représentations : les enjeux du canyonisme.* Communication orale au Colloque « L'observation des sports de nature : quelles méthodes, quels outils, quels résultats ? ». CERMOSEM, Le Pradel, les 29 et 30 novembre.

WILSON J. M., 2005 - Recreational caving. In D. Culver & W. White (Eds.), *Encyclopedia of Caves* (pp. 469-475). Amsterdam : Elsevier.