

ESAD Pau
Journée d'étude « Rendre visible »
16 novembre 2021

Rendre visible les pratiques et représentations de l'espace

Images (et imaginaires) en géographie

Réflexions à partir d'un programme de recherche sur les sites naturels remarquables

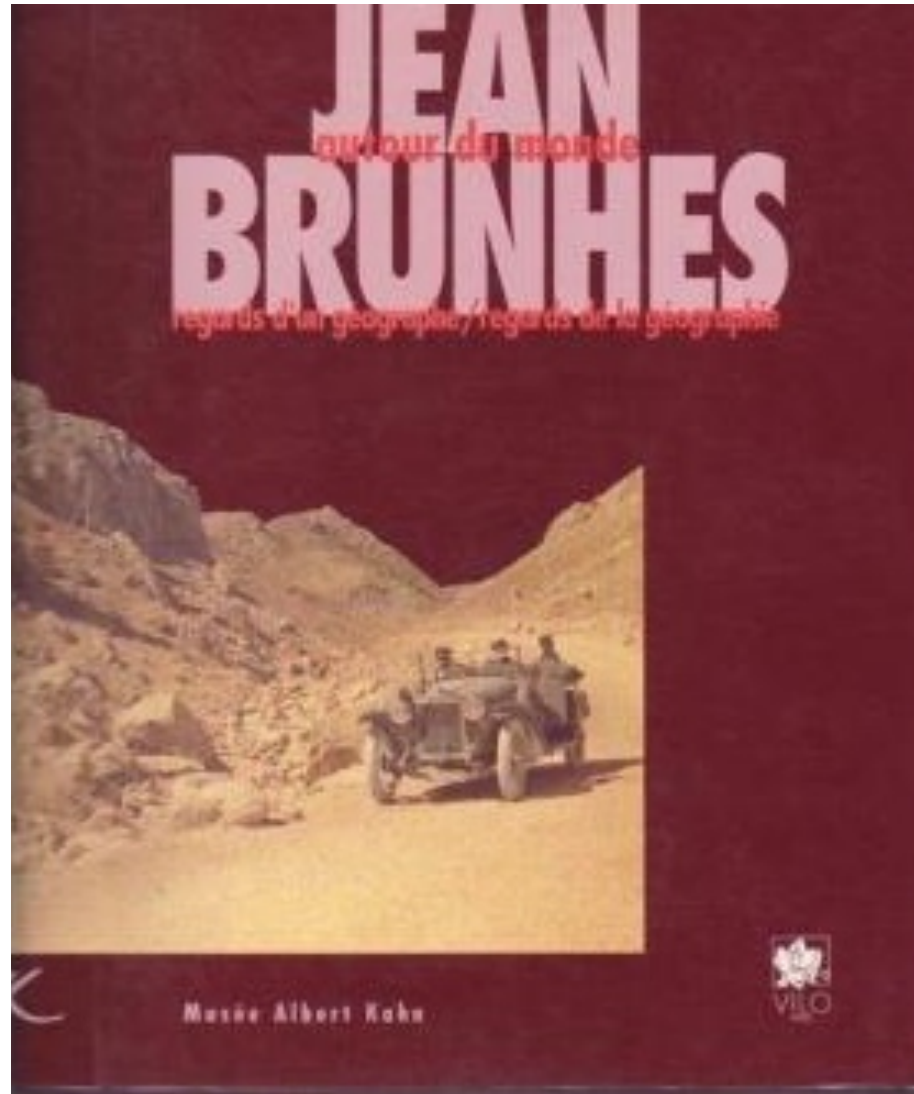
Sylvie CLARIMONT, Professeur des universités en géographie, UMR 6031 TREE

La géo-graphie : une « graphie » de la terre ?

- ▶ Géographie, étymologiquement : du grec *geôgraphia* (description de la terre) - de *gê* (Terre) et de *graphein* (écrire)
- ▶ Plus précisément : « Science qui a pour objet la description de la Terre et en particulier l'étude des phénomènes physiques, biologiques et humains qui se produisent sur le globe terrestre; discipline scolaire, universitaire correspondante. » (Dictionnaire en ligne, CNRTL : <https://www.cnrtl.fr>)
- ▶ Discipline plurielle, mais définition consensuelle de la géographie comme « étude de l'espace, de son organisation et de son fonctionnement » (Gumuchian *et al.*, 2000)

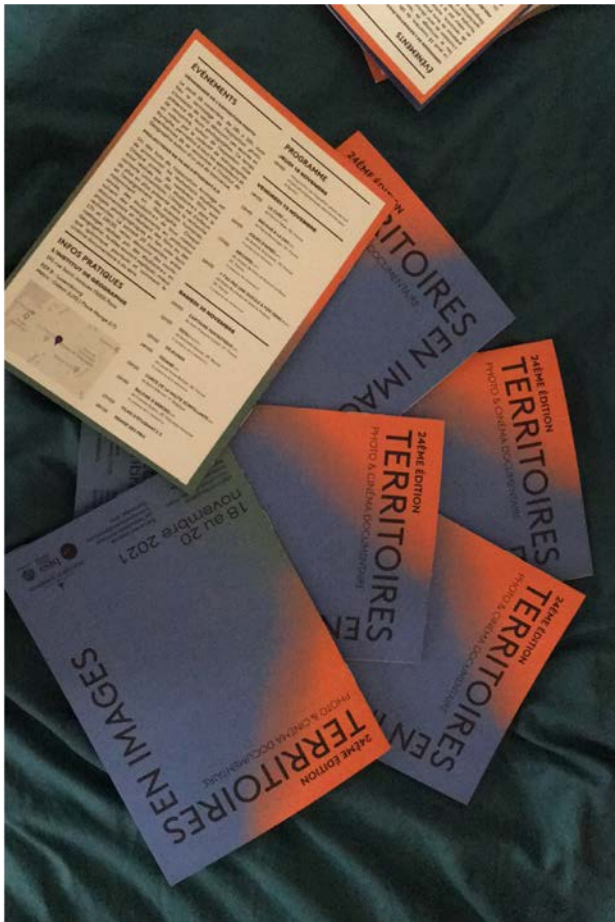
La géo-graphie : un intérêt pour l'image ancien...

- Une discipline attachée au « terrain » avec la pratique des « excursions », des « sorties terrain »
- Une discipline attachée à la description des paysages et de leurs transformations prenant appui sur :
 - le dessin, les croquis, la photographie...
 - ... puis sur les vues aériennes : E. de Martonne, 1948. *Géographie aérienne*, Paris : Albin Michel
- Participation active du géographe Jean Bruhnes (1869-1930) au projet d'Albert Kahn, d'Archives de la planète (autochromes et films)
- 1993, exposition au Musée Albert Kahn rend hommage au travail des deux hommes



... et renouvelé

Festival TERRITOIRES EN IMAGES,
Paris, Institut de géographie, 24^{ème}
édition (nov. 2021)



Festival GÉOCINÉMA, Bordeaux, ciné
Utopia, festival thématique, porté par
des EC de l'UBM, depuis 2006



Edition de 2018 couplée à un colloque

La géo-graphie : de l'image à l'imaginaire de l'espace

- Image : « Représentation (ou réplique) perceptible d'un être ou d'une chose » (CNRTL)
- Une discipline très tôt en quête des facteurs explicatifs des faits humains qui, selon Jean Brunhes (1913 : 30), s'organisent en deux types :
 - le matériel et le visible que l'on peut appréhender par « l'observation directe » et « la classification positive » : *tous les faits “visibles et photographiables”*
 - l'immatériel et l'invisible : « *nos désirs, (...) nos conceptions, (...) nos illusions changeantes* »

« L'homme porte dans son œil et dans son cerveau une certaine représentation de l'univers qui, partiellement, dépend de lui. Non seulement nous façonnons la surface terrestre, mais nous la voyons et pouvons l'interpréter d'une manière très différente de l'interprétation qu'en ont donnée ceux qui furent nos prédécesseurs sur cette même parcelle de la surface. Parce que nous la voyons autrement, elle est une vérité autre pour nous. (...). L'essence et l'objet de la géographie humaine ce sont, en fin de compte, la notation, l'analyse et l'explication de ces doubles et incessantes transformations de notre planète habitée qui devient tour à tour et souvent tout à la fois : autre pour nous, autre par nous ». (Brunhes, 1913 : 39)

Une discipline de la « mise en visibilité » de l'espace et des rapports de l'homme à l'espace

- ▶ Le recours à l'image - fixe ou animée - pour « rendre visible »
- ▶ L'utilisation de la méthode de l'enquête photographique (ou vidéographique)
 - ▶ Une méthode fondée sur la présentation d'images
 - ▶ Réception des images excellente dans nos sociétés
 - ▶ L'appareil photographique et l'image sont des attributs du touriste
 - ▶ L'image facilite l'échange : « un embrayeur de communication »
 - ▶ « L'image appelle l'image »
 - ▶ Une méthode souvent utilisée pour cerner la « demande sociale » en amont du projet d'aménagement

Deux modalités principales

Modalité 1 : prise de vue confiée aux habitants (Michelin, 1998)

- ▶ Formulation de 5 questions présentées aux habitants et remises par écrit
- ▶ Distribution d'un appareil photo jetable
- ▶ Entretien individuel à partir des photos pour localiser les prises de vue, analyser le contenu de chaque cliché, faire s'exprimer les auteurs des clichés sur leur choix
- ▶ Restitution collective des résultats de travail auprès des élus et discussion

Modalité 2 : prise de vue réalisée par le chercheur

- ▶ Choix et qualité des images déterminants
 - ▶ Définir les critères de sélection des images (objectifs visés)
 - ▶ Limiter le nombre d'images (éviter de saturer l'interviewé) ou la durée des séquences vidéos (de quelques secondes à 1 mn)
 - ▶ Veiller à la cohérence et à la qualité du corpus
- ▶ Donner des consignes d'entretien claires
- ▶ Relancer en permanence l'interviewé
 - ▶ Éviter trop de temps morts
 - ▶ Éviter les jugements binaires : « j'aime » / « j'aime pas », « c'est beau ! », « c'est laid ! »

L'enquête photographique appliquée dans le cadre d'une recherche sur la fréquentation touristique de sites naturels remarquables

Contexte de la recherche

- ▶ Une **recherche-action** en réponse à l'appel à projets de recherche, lancé en 2014, par le ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer (au titre du PUCA-DGALN) : « Les sites exceptionnels : quelle contribution au développement local ? »
- ▶ Une proposition formulée par l'UMR Passages (Pau) et l'UMR CERTOP (Toulouse) portant sur « l'impact des mesures de préservation de **sites naturels remarquables** » avec deux volets :
 - ▶ Analyse des politiques publiques de gestion de ces sites à forte notoriété
 - ▶ Analyse de la fréquentation
- ▶ Une gestion des sites naturels confrontée à de nombreuses difficultés
 - ▶ Confrontation entre logique de conservation / logique d'exploitation
 - ▶ Vulnérabilité des sites face aux risques naturels notamment

Problématique

- ▶ **Comment assurer une meilleure articulation entre la gestion des flux et la nécessaire ouverture au public de ces hauts-lieux ?**
 - ▶ Où en est-on dans la mise en œuvre d'expériences d'optimisation des flux dans ces sites ?
 - ▶ Comment les gestionnaires des sites appréhendent-ils l'atteinte ou le dépassement de la « capacité de charge » ?
 - ▶ Comment les mesures de gestion des flux sont-elles perçues par les visiteurs et vécues par les habitants de ces hauts-lieux ?

Terrains retenus : critères

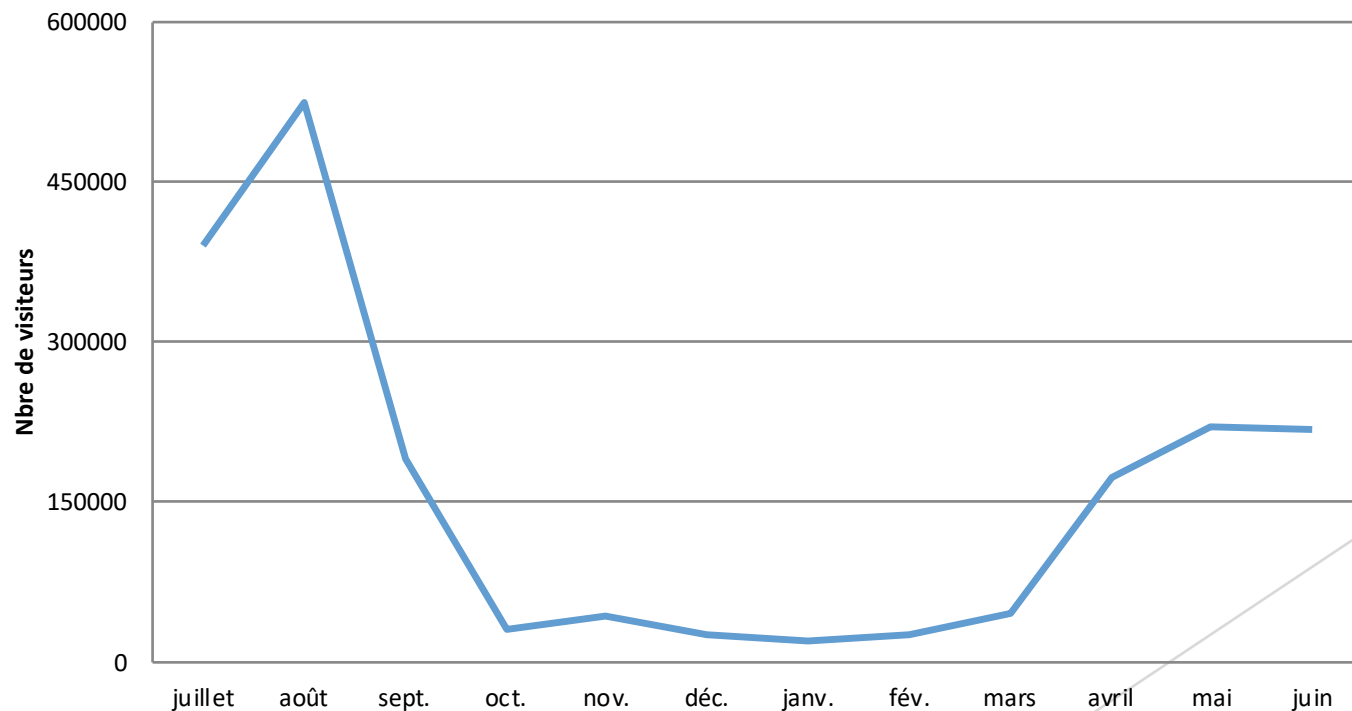
- ▶ Variété des situations
- ▶ Variété des itinéraires de labellisation GSF :
 - ▶ Labellisation ancienne : Sainte Victoire, 2004
 - ▶ Labellisation visée : Pilat
 - ▶ Itinéraire de labellisation singulier : Gavarnie (Patrimoine mondial de l'UNESCO transfrontalier, 1997)
- ▶ Une forte notoriété



Terrains : des traits communs

- Des sites classés au titre de la loi de 1930
- Des sites à forte notoriété caractérisés par :
 - Une fréquentation forte et concentrée spatialement
 - Une fréquentation à la saisonnalité marquée
 - Des mesures de maîtrise des flux présentes, mais à l'ambition variable

Figure 1 : La fréquentation mensuelle de la Dune du Pilat, en 2013-2014



(d'après SMGDP, 2014)

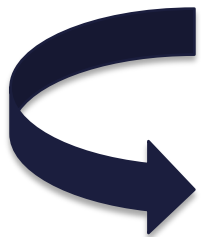
L'enquête auprès des visiteurs

▶ Cible de l'enquête : les visiteurs au sens large

- ▶ Excursionnistes, touristes en séjour, habitants (même si guère présents dans l'échantillon)
- ▶ Une fréquentation de « masse » trop souvent stigmatisée et assimilée à une fréquentation « sans qualité » à qui il s'agissait de donner la parole pour dépasser le clivage pratique de masse / pratique d'élite (Déprest, 1997)

▶ Objectifs initiaux de l'enquête

- ▶ Prendre en compte les 3 composantes de l'espace touristique :
 - ▶ Espace concret de la visite
 - ▶ Espace imaginé
 - ▶ Espace idéal
- ▶ Connaître les pratiques et perceptions de l'espace naturel afin d'éclairer l'action publique



Cerner les forces et faiblesses des aménagements
Faire émerger le souhaitable ou, au contraire,
l'indésirable, l'inutile ou l'inadapté

Intérêt et limites de l'enquête par photo-questionnaire auprès d'un public touristique

Photo-questionnaire avec plusieurs questions ouvertes :

- ▶ Photo permet d'introduire une dimension ludique et de capter plus aisément l'attention de l'enquêté
- ▶ Photo est un médiateur qui rassure et « met en confiance »
- ▶ Photo permet d'intégrer la dimension spatiale et paysagère, absente du questionnaire classique
- ▶ Photo permet de pallier la pauvreté lexicale ou le déficit de connaissance sur l'environnement et/ou le lieu (Le Lay *et al*, 2005)

Limites et biais méthodologiques

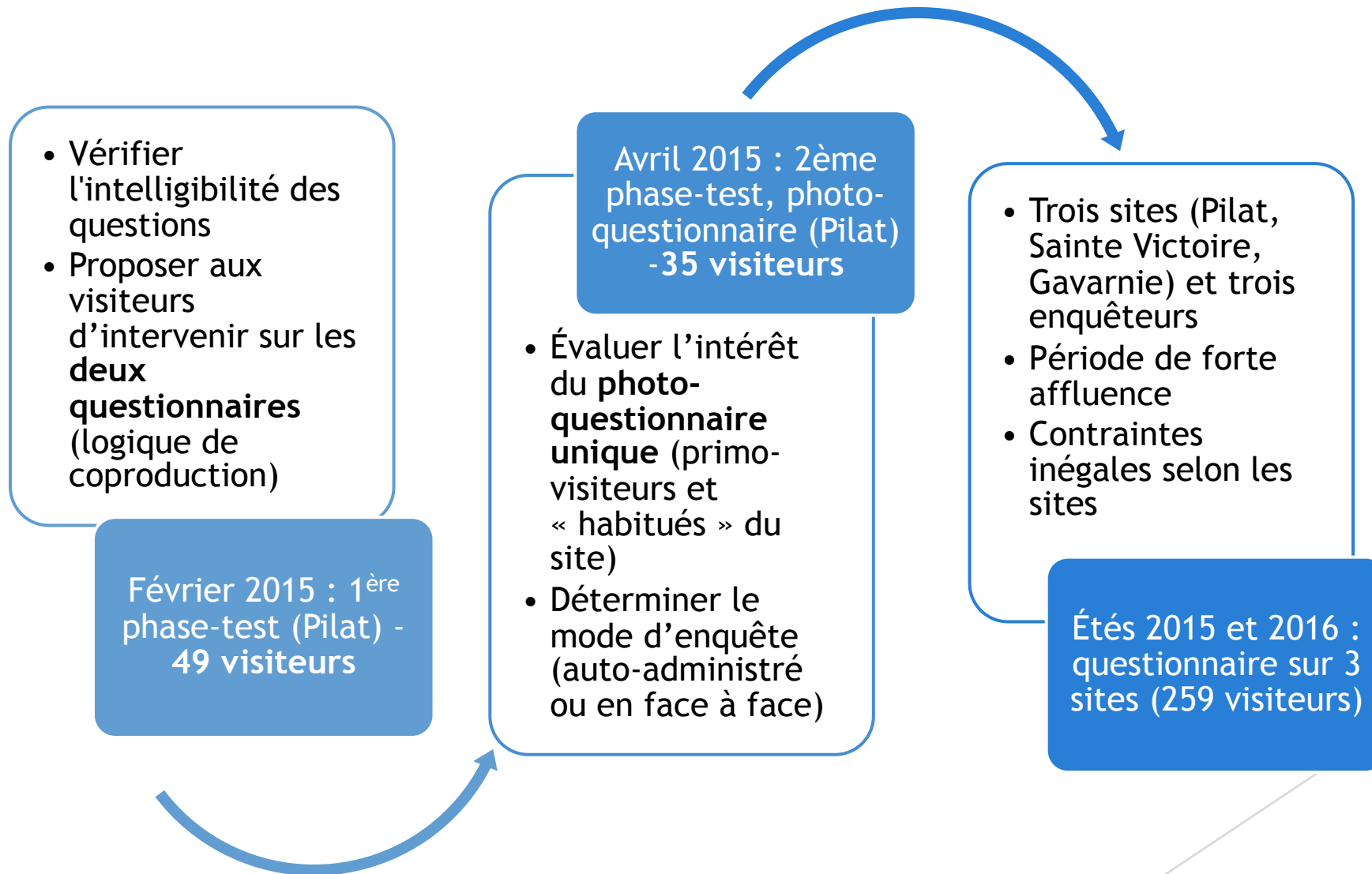
- Non-exhaustivité et problèmes d'échantillonnage liées à la connaissance fragmentaire des populations de référence, à l'absence de base de sondage
- Généralisation difficile des résultats malgré le choix de jours, d'heures et de périodes d'enquête (basse, moyenne et haute saison) variés
- Influence de la variété des enquêteurs sur la qualité des données récoltées
- Problèmes inhérents à la passation d'un questionnaire, long, à l'extérieur, *in situ* tributaire des aléas climatiques

Le photo-questionnaire : un moyen d'interagir avec les visiteurs



(Gavarnie, juillet 2016)

Enquête par photo-questionnaire auprès des visiteurs : une co-construction



Structure photo-questionnaire

- ▶ **Visite et conditions de visite du site**
 - ▶ Mode d'accès
 - ▶ Lieu de stationnement
 - ▶ Nombre et fréquence de visites
 - ▶ Motif de la visite
- ▶ **Perception du site**
 - ▶ Appréhension « Grand site »
 - ▶ Propriété du site
 - ▶ Aménagement du site
 - ▶ Degré de satisfaction / visite site
 - ▶ Sensibilité paysagère (photos)
- ▶ Point de vue sur la **préservation du site et les mesures de maîtrise de la fréquentation**

Dites ce que vous suggère chacune de ces photos du site du Pilat. Utilisez le cercle blanc pour classer les photos de 1 (celle que vous préférez) à 8 (celle que vous aimez le moins).



Quelques résultats

La reconnaissance du caractère exceptionnel du site visité

« Qu'est-ce qu'un Grand site, pour vous ? » :
« *un site que l'on doit voir et qui est exceptionnel* »

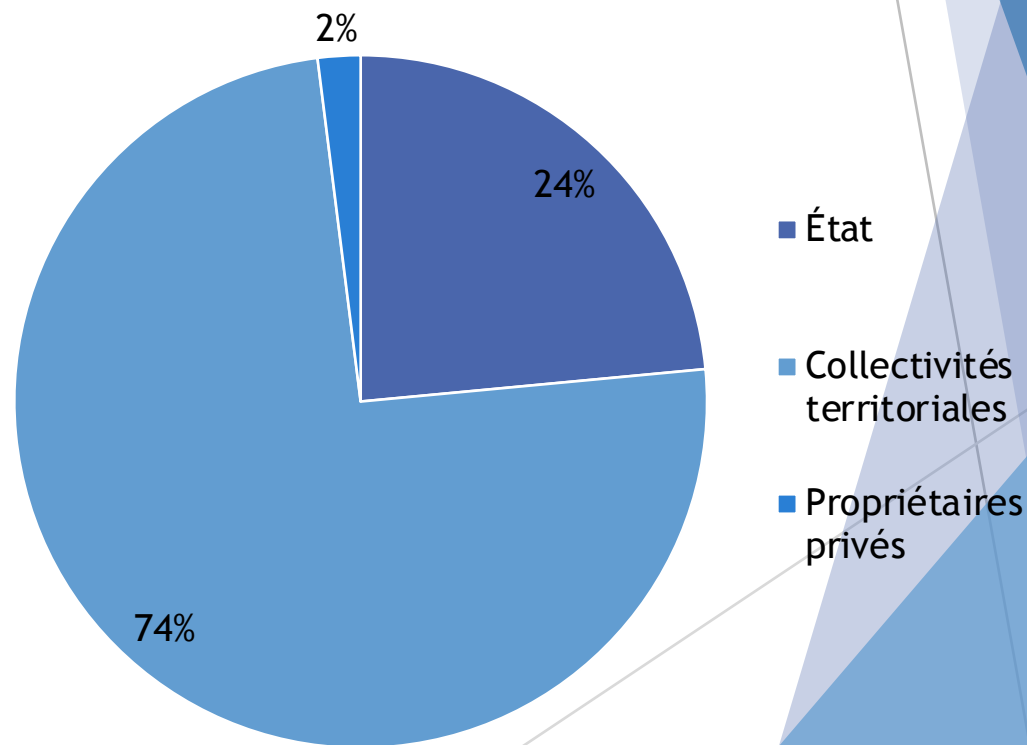
- ▶ Des réponses à la question renvoyant :
 - ▶ Au caractère **singulier et exceptionnel** des lieux :
« *quelque chose de rare dans le monde qu'on ne trouverait pas ailleurs* » (G23), « *quelque chose qui sort de l'ordinaire, différent, unique* » (G50)
 - ▶ A la **notoriété** des lieux : , un site qui « *attire beaucoup de monde* » (DP 26), « *quelque chose de très visité et de très connu* » (DP 2), « *un site célèbre et populaire* » (DP 94) « *un site qu'on connaît tous par sa notoriété* » (SV38), « *un site qu'il faut voir et visiter* » (SV20)
 - ▶ A l'**immensité** des lieux : « *se sentir dans un lieu qui nous dépasse* » (DP 87), « *la beauté du site, on se sent tout petits par rapport à l'immensité du site* » (Pilat, 14/04/2015)
 - ▶ A la **protection** : un site protégé ou à protéger



Le site exceptionnel : un patrimoine commun devant relever d'une propriété publique

- ▶ Une nette préférence pour une propriété publique de ces sites, mais aux mains des collectivités territoriales
- ▶ Taux de réponse en faveur de l'État :
 - ▶ Plus fort à Gavarnie (31,1 %)
 - ▶ Plus faible à la Sainte Victoire (16,8 %)
 - ▶ En position intermédiaire à la dune du Pilat (21,1 %)

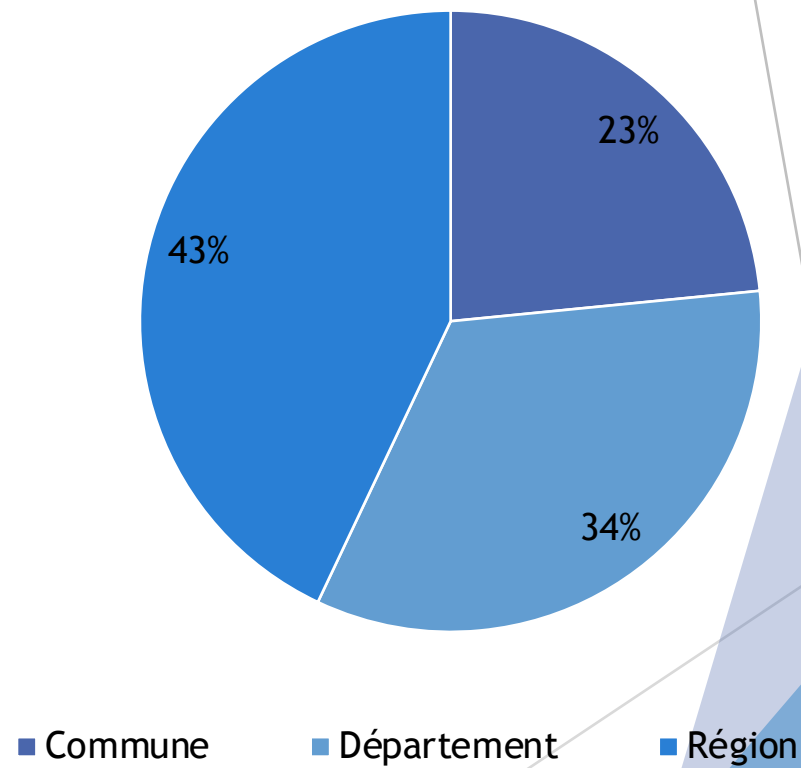
« Selon vous, à qui devrait appartenir le site de... ? »



Une propriété publique pour une gestion patrimoniale et « désintéressée »

- ▶ Caractère « désintéressé » de l'acteur public par rapport au propriétaire privé : « pas à des privés qui en ferait un acte commercial » (DP6) ; « Il faut pouvoir protéger au mieux ce site c'est l'Etat à mon avis qui peut le faire le mieux sans considérations économiques » (DP1)
- ▶ Des hésitations sur la bonne distance, entre proximité et éloignement : « Il ne faut pas le local, car ils vont faire dans leur intérêt » (DP5) ; « c'est au niveau local qu'on est le plus à même de voir les dangers qui peuvent détériorer le site, depuis Paris on ne peut rien voir » (DP 25).

Le choix d'une échelle intermédiaire : la région



Une nette préférence pour les paysages emblématiques

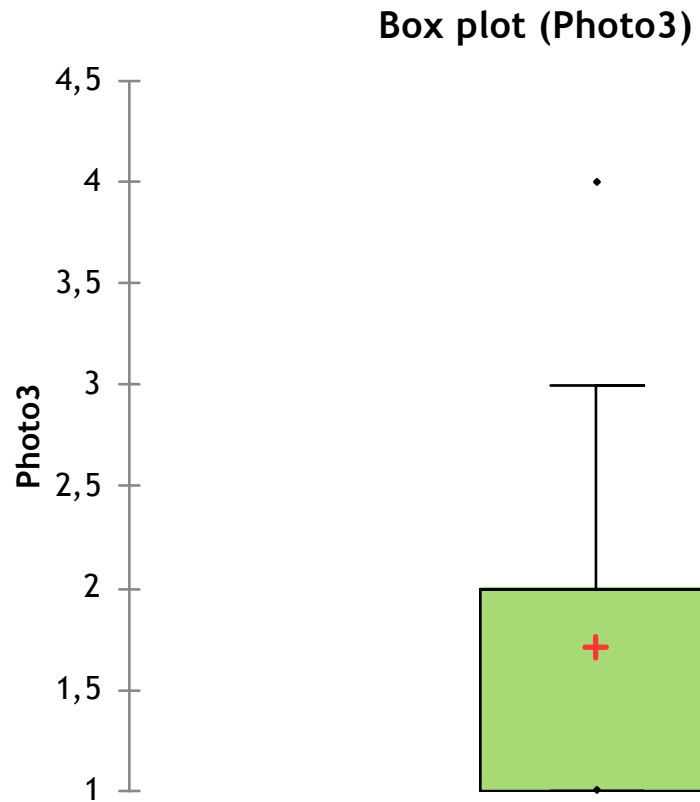


Photo 3 : « la Sainte Victoire que l'on aime tous », « C'est la carte postale de la Sainte Victoire comme on l'imagine », « C'est une vue classique de la Sainte Victoire, ça rappelle le territoire de Cézanne »

Box plot (Photo6)

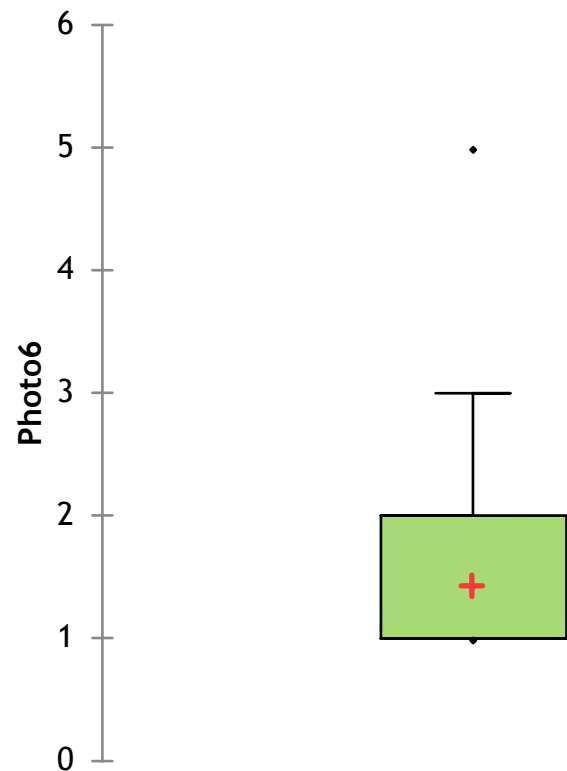


Photo 6 : « C'est vraiment l'image qu'on se fait de la dune »
« Là, l'étendue est magnifique avec les couleurs de l'horizon maritime »
« C'est vraiment l'image qu'on se fait de la dune »

Les vues les plus répulsives : des espaces ordinaires



Photo 1 : des appréciations divergentes

« Les commerces et le parking, c'est plus vraiment la dune, mais j'aime bien ce qu'ils en ont fait quand même » ; « le parking est bien aménagé et puis à l'ombre » ; « Le parking est bien organisé. avec une bonne signalétique »

« C'est trop petit comme parking au vu de la fréquentation » ; « Il est payant donc c'est quand même dommage pour accéder à un site naturel qui appartient à tous »



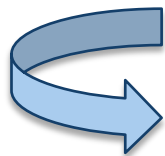
Photo 8 : « un paysage banal et sans émotion »

« C'est pas la Sainte Victoire ça, on aime moins »

: « C'est pas des paysages ça ! »

« C'est dégueulasse, les habitations devraient pas être là »

« C'est un paysage dégradé »



Un paysage de périphérie urbaine méditerranéenne, ordinaire et sans qualités

Des vues en position intermédiaire, inégalement appréciées



Photo 3 : « C'est l'épreuve du site »

Box plot (Photo3)

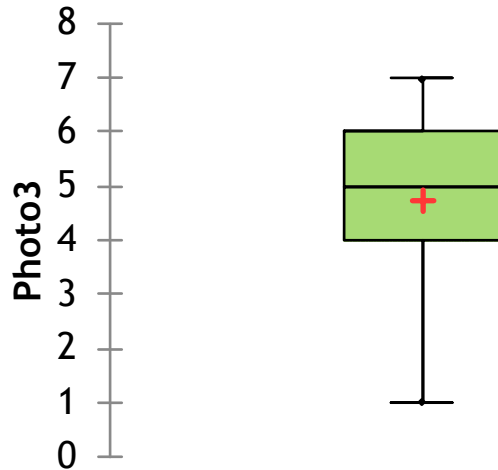
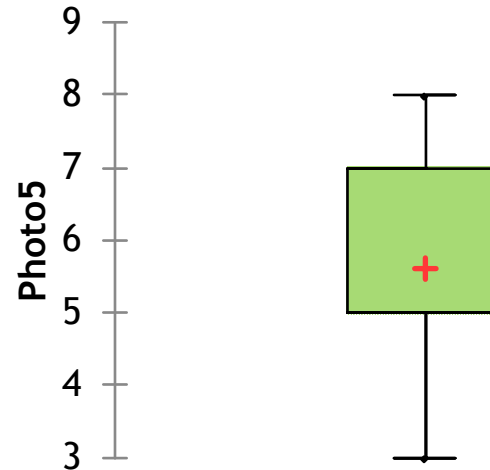


Photo 5 : « un petit point de vue où se poser »

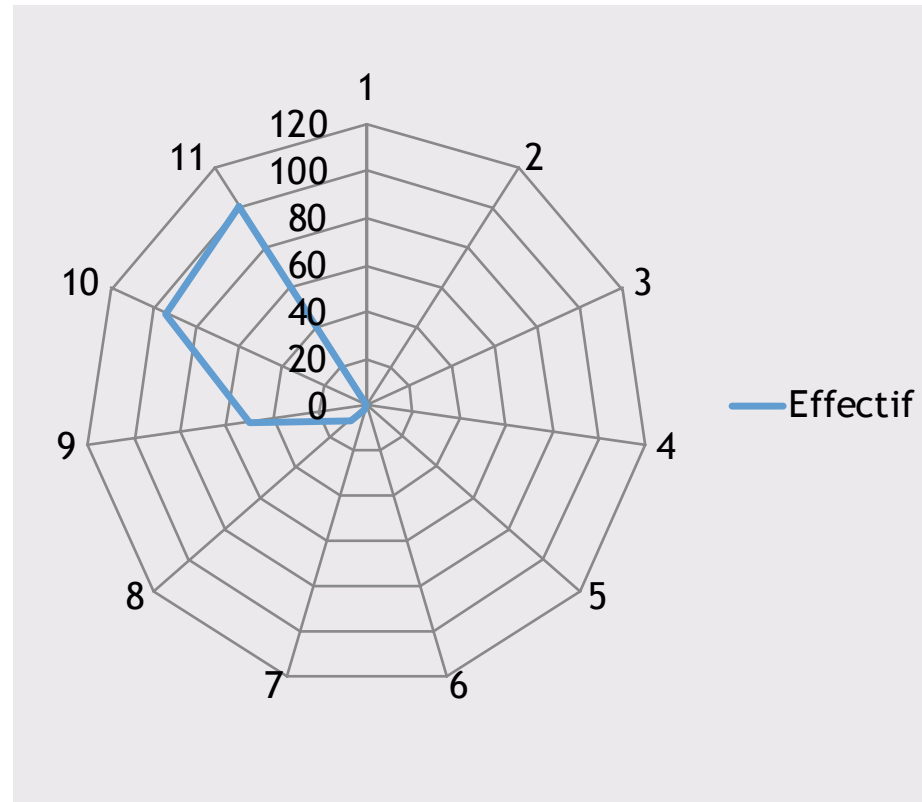
Box plot (Photo5)



Un très haut niveau de satisfaction

- ▶ La plupart des visiteurs sont ravis de leur visite :
 - ▶ 55 % se disent comblés et 45 % satisfaits
 - ▶ Pour près de 60 % d'entre eux, le site est mieux qu'ils ne l'imaginaient
- ▶ La plupart recommanderait le site à des amis et lui attribue une note moyenne de 9,11/10 avec un faible écart-type (0,89)

Note attribuée aux sites visités



Les éléments les moins aimés

Nuage de mots communs aux trois sites (réalisé avec le logiciel libre Voyant Tools)



Les éléments les moins appréciés

- ▶ « **Le monde** » : une fréquentation excessive en haute saison induisant des difficultés d'accès et de stationnement. Mais « foule » peut aussi être appréciée positivement.
- ▶ **Le stationnement payant** : une mesure impopulaire, assimilée à un péage :
 - ▶ « *Les péages doivent pas avoir lieu dans un site naturel* » (DP 48) ; « *Ah oui ! Le péage ! C'est quand même pas super, les sites naturels doivent pas être aussi chers pour les familles* » (DP 49) ; « *Ça m'emmerde tout de même que le parking soit payant, c'est pas un musée non plus !* » (DP 54)
- ▶ **Le stationnement supposé anarchique**
 - ▶ La photo stationnement le long de la chaussée, à l'entrée du canyon d'Añiscló : rejet quasi unanime (10,8)
 - ▶ « *Ça on n'aime pas les gens se garent n'importe comment* » ; « *De tels stationnements rendent l'accès difficile et dangereux* »



(Clichés S. Clarimont, juin 2016)

Pour conclure...

- ▶ Des hauts-lieux « que l'on doit voir » du fait de leur caractère « exceptionnel »
 - ▶ Constituant un patrimoine commun de la nation.
 - ▶ Considérés par la quasi-totalité des visiteurs comme des biens patrimoniaux à intégrer au domaine public de l'État ou des collectivités territoriales.
- ▶ Une qualité perçue du site qui n'est pas toujours inversement corrélée à la densité de visiteurs conduisant à nuancer les propos d'Alldredge (1972)
 - ▶ Perceptions divergentes de la « foule »
 - ▶ Difficultés d'accès au site en haute saison : principal point de crispation
- ▶ Une expression d'un désir de nature paradoxal : « sauvage », mais accessible, entretenue et sûre
- ▶ Une conception du site naturel comme un lieu d'accès libre et gratuit



GRAND SITE
24 FRANCE
Grand Site Sainte-Victoire
Ensemble préservons

Avis au Public

Pour la tranquillité des espèces protégées,
accès temporairement interdit.

En franchissant cette barrière vous vous exposez à une contravention de quatrième classe (135 euros).
Article R.415-1 du code de l'environnement, perturbation intentionnelle d'espèce protégée.

POUR TOUTES INFORMATIONS :
• Grand Site Sainte-Victoire
04 92 64 60 90
www.grandsitesantevictoire.com