



HAL
open science

Les motivations et représentations des futurs habitants de la montagne

Rémi Le Fur, Emmanuel Roux

► **To cite this version:**

Rémi Le Fur, Emmanuel Roux. Les motivations et représentations des futurs habitants de la montagne: Rapport d'analyse des entretiens réalisés dans le cadre de l'atelier " Habiter la montagne ", 2013/2014. [Rapport de recherche] LabEx ITEM. 2014. hal-00988059

HAL Id: hal-00988059

<https://hal.univ-grenoble-alpes.fr/hal-00988059>

Submitted on 7 May 2014

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

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



LES MOTIVATIONS ET REPRÉSENTATIONS DES FUTURS HABITANTS DE LA MONTAGNE

*Rapport d'analyse des entretiens réalisés dans le cadre
de l'atelier « Habiter la montagne », 2013/2014*





Atelier coordonné par

Maxime LEMAITRE

Chloé GIRIN

Réalisation

Flora BERNARD

Clémentine LAFOUGE

Simon VIOLINO

Thomas TISSOT

Gabriel CONSTANS

Maxime LEMAITRE

Chloé GIRIN

Benjamin LEYRIS

Alexis MERLIN

Carine CASCARO

Gaspard LE GALL

Laure GUERPILLON

Aline DUBUY

Marjolaine PONDARD

TUTEURS PÉDAGOGIQUES

Rémi LE FUR

Emmanuel ROUX





SOMMAIRE





INTRODUCTION	5
ANALYSE	8
S'interroger sur habiter la montagne	9
1. La montagne, un territoire difficile à délimiter	9
2. Habiter, un concept au coeur de notre étude	11
3. Mieux appréhender ce qui signifie « habiter en montagne »	12
4. Présentation du terrain d'étude considéré	13
Zoom sur les enquêtes et les enquêtés	15
1. Le choix des méthodes de travail	15
2. Méthodologie des entretiens.....	16
3. Qui sont les futurs habitants interrogés ?	19
Analyse des entretiens	25
1. Les grandes lignes de l'analyse	25
2. Les massifs, créateurs d'une typologie ?	27
3. La montagne au coeur du projet d'installation	32
4. Les temporalités du projet	
5. Des motivations d'habiter la montagne parfois paradoxales	43
6. Les trajectoires de vie des futurs habitants	47
N VIVO	52
Méthodologie et démarche d'analyse	53
1. Mise en forme du corpus à analyser	54
2. Encodage des entretiens.....	54
3. Analyse du corpus	57
Analyse des discours	58
1. Quelle prédominance des dimensions dans le discours des enquêtés ?	59
2. L'analyse des entretiens par rapport aux nœuds	64
3. La récurrence des arguments en fonction des dimensions de discours	66
4. Profils d'enquêtés par rapport aux dimensions de discours	70
Conclusion et limites	82
CONCLUSION	84
BIBLIOGRAPHIE	86
SOMMAIRE DÉTAILLÉ	89
ANNEXES	93



INTRODUCTION





L'atelier Innovation et Territoires de Montagne (ITEM) s'inscrit dans le cadre d'une commande formulée par le Laboratoire d'Excellence ITEM, dans lequel sept laboratoires partenaires sont représentés. Ces derniers forment une équipe de chercheurs pluridisciplinaires préoccupés par des problématiques environnementales et territoriales, en apportant un regard innovant sur les territoires montagnards. Dans ce cadre, les étudiants de Master 1 et 2 de l'Institut de Géographie Alpine de Grenoble interviennent en appui des travaux du Labex ITEM sur l'axe de travail « co-construction recherche-acteurs ». L'atelier ITEM, est composé de quatorze étudiants du Master Ingénierie du Développement Territorial ayant des compétences techniques (technique d'enquête, informatique, communication, géomatique, cartographie) et des connaissances théoriques (aménagement du territoire, gouvernance, périurbanisation, politiques publiques etc.) adaptées à cette étude. Le contrat passé avec le commanditaire, le laboratoire d'excellence, porte sur une durée de 6 mois environ. Il faut rappeler que cette recherche a été réalisée sur un terrain d'étude bien spécifique et certains éléments socio-économiques ou géographiques peuvent ne pas se retrouver sur un autre espace concerné par les mêmes enjeux.

Entourée par des massifs montagneux, l'agglomération grenobloise entretient des relations spécifiques avec ses espaces périphériques en transition, du fait de la construction métropolitaine actuelle. Ces relations, induites par la proximité géographique entre ville et montagne, transparaissent dans les mouvements et les trajectoires de vie des habitants, créant des enjeux pour le développement futur du territoire. En effet, les reliefs environnants qui délimitent cette aire urbaine constituent une contrainte physique mais n'empêche pas pour autant le phénomène de périurbanisation et de migrations d'agrément. Il est entendu, à travers ces termes, une avancée de l'urbain sur le rural entraînant l'artificialisation des sols ou encore l'augmentation des émissions de gaz à effet de serre, associés à un changement des dynamiques territoriales et des activités observées jusqu'alors. Tandis que les politiques mènent une lutte contre l'étalement urbain, ce phénomène persiste et gagne les montagnes. C'est la raison pour laquelle le Labex ITEM s'intéresse particulièrement à la périurbanisation montagnarde, en d'autres termes, au départ des populations des centres urbains vers des territoires ruraux de montagne ou perçus comme montagnards par les individus.

La présente étude est donc réalisée sur le territoire bordant l'agglomération concernée par la réforme territoriale avec la construction intentionnelle d'une « Métropole » intégrant 49 communes et plus de 437 000 habitants. Ce territoire présente de forts enjeux économiques et démographiques avec notamment une augmentation progressive de l'habitat en plaine mais aussi sur les reliefs.



Ainsi, en considérant qu'habiter dans les montagnes autour de Grenoble est une manière de faire la métropole grenobloise appelée « métropole alpine », notre travail s'est porté sur les sept massifs les plus proches de l'espace métropolitain : Chartreuse, Vercors, Trièves, Matheysine, Taillefer, Oisans et Belledonne.

Afin de mieux saisir ces dynamiques et enjeux territoriaux, il est nécessaire d'être attentif aux représentations associées à la montagne, qui sont propres à chaque individu selon sa sensibilité, ses perceptions et son expérience. Notre travail s'est donc attaché à analyser et comprendre ces représentations, ainsi que de connaître les motivations des futurs habitants à venir s'installer sur ce type d'espace. Il apparaît intéressant de vérifier si les raisons évoquées sont caractéristiques du phénomène de périurbanisation, ou si elles sont spécifiquement liées au milieu montagnard. Nous avons émis l'hypothèse que le discours des futurs habitants est effectivement influencé par la situation géographique de la région grenobloise. Nous avons également émis l'hypothèse qu'il y a plus d'arrivées que de départs dans les massifs montagneux de la région grenobloise.

Ainsi, mieux connaître les territoires montagnards qui bordent l'agglomération permet alors de comprendre quels sont les enjeux endogènes et exogènes qui se posent. La première question, comprendre ce qui se passe au sein même des territoires (Quelles spécificités ? Quels acteurs ? Quelles actions ? Quels projets ?), est ici confrontée à une seconde interrogation qui constitue le fil conducteur de cette étude : « quelles sont les représentations, les motivations, les aspirations des futurs arrivants sur ces territoires ? ». Cette mise en perspective à la fois *intra* et *extra muros* a pour but de mieux appréhender les enjeux de ces territoires, en insistant davantage sur la vision des futurs habitants ayant un nouveau point de vue dû à leur inexpérience du lieu.

Ce rapport va s'attacher à répondre aux questions qui ont été posées, en se penchant en premier lieu sur des éléments d'ordre méthodologique. Il présentera la méthodologie générale ainsi que l'échantillon retenu dans ce travail. Nous entrerons davantage au cœur de l'analyse dans une seconde partie, centrée sur le discours des enquêtés, celle-ci sera structurée autour d'éléments qui nous semblait pertinent de développer. Nous terminerons cette analyse par la présentation des résultats issus de l'analyse réalisée grâce au logiciel N'vivo.



ANALYSE





S'INTERROGER SUR «HABITER LA MONTAGNE»

1. LA MONTAGNE, UN TERRITOIRE DIFFICILE À DÉLIMITER

La montagne s'identifie par un zonage basé sur des critères physiques tels que le climat, le relief et le degré de pente mais également par la forte présence de milieux naturels, d'activités agricoles ou encore des contraintes physiques ou naturelles. Comme l'explique Raoul Blanchard en 1934 dans la préface de « L'homme et la Montagne » de Jules Blache, « *réaliser une définition même de la montagne, qui soit claire et compréhensible, est à elle seule à peu près impossible à fournir* ». De la même manière, Paul et Germaine Veyret estiment dans leur ouvrage « Essai de définition de la montagne » publié en 1962, que « *les mots 'mont', 'montagne,' qui désignent des choses si dissemblables, manquent de la plus élémentaire précision* ». Ces deux auteurs affirment en effet que « *ces mots sont venus trop tôt dans la langue, quand le berceau du français ignorait les vraies montagnes et que personne n'éprouvait le besoin de mettre un ordre de grandeur parmi les aspérités de la surface terrestre* ». Quant à Bernard Debarbieux, à travers son article « La montagne : un objet géographique » (2001), il précise que « *la géographie n'est jamais parvenue à produire une définition précise et indiscutable de la montagne* », ce qui rend d'autant plus compliqué de définir les conditions précises pour qu'un lieu corresponde tout à fait à ce qu'« est ou n'est pas montagne ». Certains ajoutent même une certaine « *incapacité des spécialistes à produire une définition rigoureuse de portée universelle* » (MESSERLI B., IVES J., 1997).

Toutefois, s'il est complexe de définir concrètement et précisément ce qu'est la montagne, certains scientifiques proposent des éléments nécessaires et indispensables pour la construction de sa définition. En 1974, selon Pierre George la montagne correspond à une « *partie saillante ou relief de l'écorce terrestre à la fois élevé [...] et occupant une grande étendue* ». En 2003, Lévy et Lussault, dans « Le dictionnaire de la géographie », définissent la montagne comme « *une forme de relief saillante caractérisée par des altitudes, des formes et des volumes qui font l'objet de conventions variables selon les contextes* ».



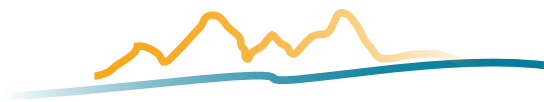
On retrouve d'ailleurs cette notion de « saillant » au sein de l'article « La montagne, les géographes et la géographie » publié par Catherine Bras, Maryvonne Le Berre et Anne Sgard, expliquant que les géographes accordent au « mot montagne » 3 sens différents :

- l'élévation isolée de terrain nettement délimité, généralement par des vallées périphériques
- une portion d'espace formée par un ensemble de reliefs saillants
- un milieu pris dans sa globalité : la montagne par excellence, c'est-à-dire ce qui fait référence à la topographie, au paysage mais aussi à toute forme d'activité humaine.

Ainsi, comme le résume Bernard Debarbieux la montagne correspond à « *un objet qui se différencie pour des raisons essentiellement topographiques* » et « *désigne des éléments d'une structure paysagère différenciée, éléments situés en contrehaut du lieu* » (Les montagnes : représentations et constructions culturelles, 2001). Par ailleurs, il ajoute que la montagne véhicule également pour les individus des « *valeurs, images, représentations [...] qui conditionnent l'appréhension et la pratique de chacune de ses occurrences* » et qu'elle constitue l'objet d'un « *véritable enjeu social et culturel, parfois politique* ».

Comme le souligne Jean-Louis Cazaubon dans le rapport « Agriculture et montagne : une relation à haute valeur ajoutée » publié en février 2010, la notion de « zone de montagne » est « *apparue en France dans les années 60 et a ensuite été précisée par la directive du Conseil des Communautés européennes du 28 avril 1975* ». Celle-ci définit « *des critères de classement du territoire* » dans le but de prendre en considération « *des communes ou des parties de communes* » caractérisées par une « *altitude minimale de 700 mètres* » (excepté pour les Vosges et les montagnes méditerranéennes pour lesquelles les altitudes minimales sont respectivement de 600 m et 800 m) mais aussi par « *des conditions climatiques très difficiles traduisant une période de végétation sensiblement raccourcie* ». Par ailleurs, ces territoires de montagne peuvent être également définis par « *la présence, à une altitude moindre, dans la majeure partie du territoire (au moins 80%), et de fortes pentes (supérieures à 20 %)* ». Il est cependant possible de combiner ces deux critères.

Néanmoins, un territoire peut aussi être considéré comme montagnard en fonction des représentations et des perceptions que chacun des individus possèdent. Il est important de comprendre, qu'au-delà de ce panel de définition complexe, la montagne n'est pas une simple entité mesurable à la lumière de délimitations administratives ou bien de l'altitude, du relief, des paysages etc. C'est pourquoi nous tenions à souligner la complexité de définir quels sont précisément les territoires dits « de montagne ».

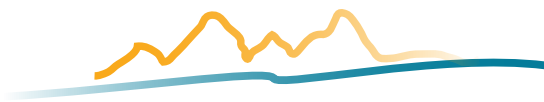


Après s'être arrêtés sur les définitions attribuées à l'objet « montagne », qui constitue un élément majeur de notre étude, nous souhaitons désormais nous pencher sur la notion d'« habiter », qui nous permettra de mieux appréhender ce que nous entendons par « habiter la montagne ».

2. HABITER, UN CONCEPT AU COEUR DE L'ETUDE

Nous désirons introduire cette notion par une citation de Mathis Stock, dans son article « Faire avec de l'espace : pour une approche de l'habiter par les pratiques » paru en 2012, qui énonce que « *le concept d'habiter pose problème, car il peut être utilisé de multiples manières en sciences humaines et sociales* ». A partir de ce postulat, nous avons décidé de considérer une définition qui a été établie par l'atelier « Terrhab, l'habitabilité dans le péri-urbain » (2012-2013), qui avait pour objectif de comprendre les motivations des individus à s'installer dans ce type d'espace. Ils ont ainsi associé la notion d'habiter « *au domicile, au lieu de vie et d'habitation* ». En effet, comme le précise Mathis Stock dans « Théorie de l'habiter : questionnements » paru en 2007, « *habiter n'est pas une activité, à l'instar d'aller au travail ou d'aller chercher les enfants à l'école, mais un concept qui englobe l'ensemble des activités humaines* ».

Afin de compléter notre argumentation, nous prenons en compte la notion de « l'habitat » qui se lie directement à celle de « l'habiter ». Comme Roger Brunet l'explique en 1992, dans le dictionnaire « Les mots de la géographie », l'habitat « *est l'ensemble et l'arrangement des habitations dans un espace donné* ». Lévy et Lussault ajoutent également dans le « Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés » (2003) que « *l'habitat engendre des actions qui concourent à la formation d'un espace de l'habitat, les valeurs, savoirs et imaginaires qui les accompagnent* ». On retrouve donc à travers ces définitions une certaine appropriation d'un espace de la part des individus. Jean-François Thémines évoque même lors d'une conférence que l'habiter s'associe avec la notion de « *mobilité spatiale* ». Il fait référence à un lien qui existe « *entre les pratiques et les lieux distincts du ou des lieux de résidence* », se caractérisant notamment par les « *circulations entre un grand nombre de lieux pour un plus grand nombre de personnes* ». Jean-François Thémines précise même que « *l'habitat n'est pas seulement une forme, il est lié à un mode de vie ; ça engage l'individu à des niveaux différents (équipements, vies de relation, rapports conjugaux, vie sociale de l'individu etc.)* ». Toutefois, si certains affirment que le lieu de résidence n'est pas lié à certaines pratiques et au lieu professionnel, cette théorie n'est pas indissociable.



En effet, Martin Vanier présente dans « Manifeste des montagnes 2040 », que par exemple, pour les jeunes Rhônalpins « *il ne doit plus y avoir 'la montagne pour travailler' distincte de 'la montagne pour résider' ou de 'la montagne pour se récréer', mais une seule et même montagne par laquelle réunir ses projets personnels et familiaux* ». Il ajoute également que « *les jeunes rhônalpins ne séparent pas les montagnes des villes qui les bordent et les desservent* » et explique « *qu'il faut donc construire à la fois plus d'autonomie et plus d'interdépendance, pour que les montagnes de demain puissent pleinement jouer leur rôle* ».

De plus, selon Martin Vanier, les futurs habitants qui s'installent en montagne recherchent des éléments typiques à ces territoires, qui s'opposent à ceux des villes comme par exemple l'environnement, la sérénité, la convivialité, etc. Il affirme en effet que les néo-habitants de montagne recherchent « *les aménités environnementales et la qualité de la nature* » spécifiques au territoire de montagne et « *celles-ci ne s'exportent pas, ni ne s'exploitent, mais se cultivent et se soignent* ».

Suite à la clarification des définitions de « montagne » nous allons dès à présent nous arrêter sur la thématique principale de l'étude « habiter la montagne ».

3. MIEUX APPRÉHENDER CE QUE SIGNIFIE « HABITER EN MONTAGNE »

En retenant la définition de l'atelier Terrhab nous considérons qu'habiter fait largement référence à l'intimité, mais c'est aussi se trouver dans un milieu que l'on marque de son empreinte, de ses pratiques. Le milieu n'est porteur de sens que dans la mesure où il fait référence à des pratiques. Dans cette appropriation des lieux, la notion de représentation est très déterminante. Ces représentations sont conditionnées par les pratiques antérieures, les trajectoires de vie, ce sont elles qui rendent les lieux attractifs pour les uns et répulsifs pour les autres. Ces pratiques sont l'occasion d'interfaces, de relations avec les lieux mais aussi avec les autres pratiquants de l'espace. Habiter comprend donc plusieurs dimensions que sont : le domicile, le travail, les pratiques, les relations avec l'extérieur, le milieu, ainsi que les représentations du milieu. Afin de compléter cette définition, il paraît désormais important de souligner QUI sont les individus considérés comme des futurs habitants de la montagne. Ainsi, nous avons établi la définition suivante :

« Un nouvel habitant est un acteur de 16 ans ou plus ayant un projet d'habiter la montagne dans le futur ».

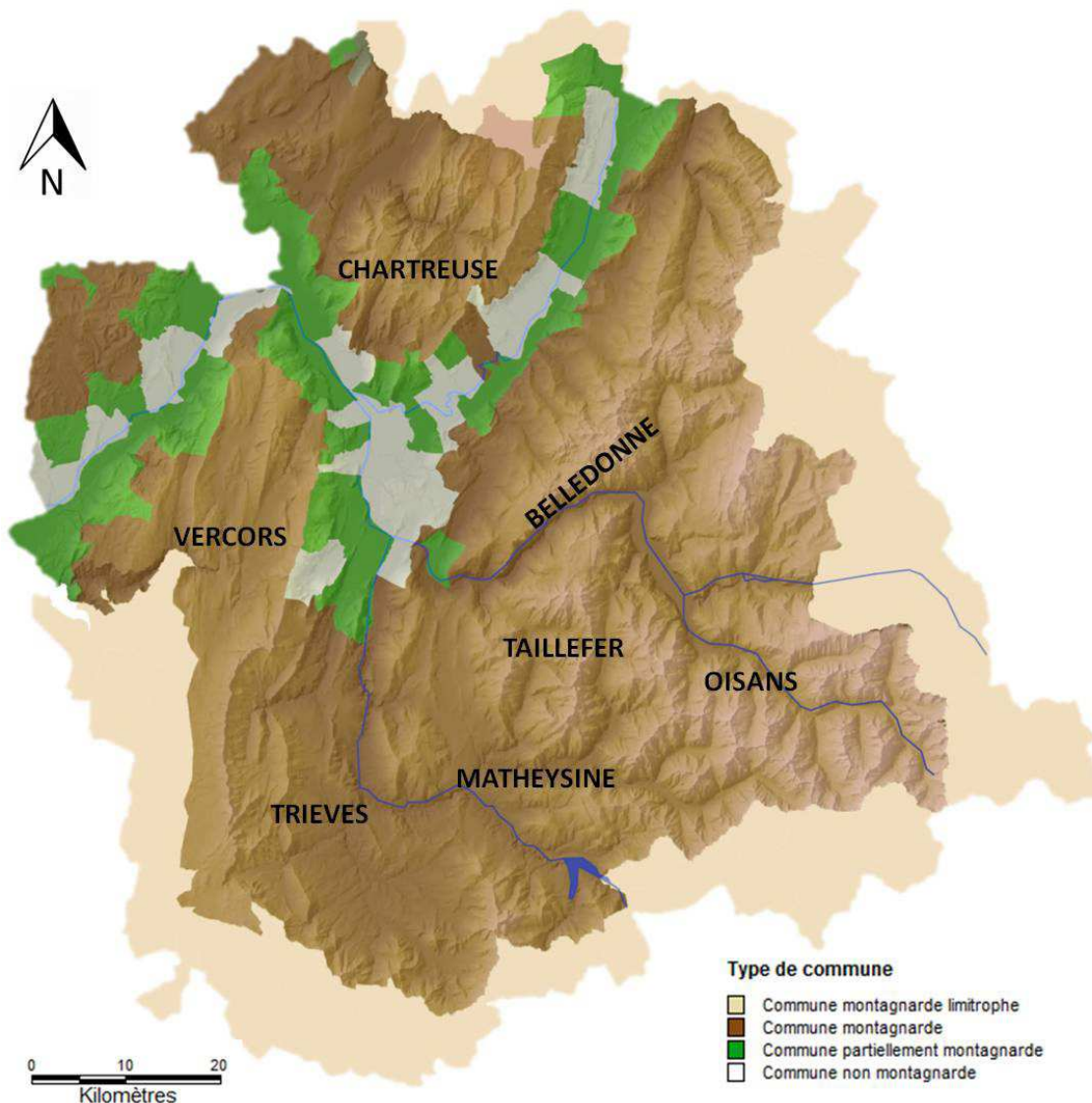


Nous avons souhaité conserver cette définition que nous avons établi au début de l'étude dans la mesure où, malgré son caractère général, elle nous permet de ne pas nous fermer à des cas particuliers comme les saisonniers qui sont à la montagne seulement pour quelques mois, les personnes qui achètent ou font construire une résidence secondaire ou encore les personnes qui habitent en montagne et qui souhaitent changer de massif. Les trajectoires de vie et les projets des individus sont bien spécifiques à chacun et il paraissait pertinent de ne pas être hermétique à des catégories de personnes qui peuvent sans aucun doute faire partie de notre étude.

Les définitions développées ci-dessus nous ont permis de définir un terrain d'étude qui nous semblait pertinent pour capter les futurs habitants de la montagne.

4. PRÉSENTATION DU TERRITOIRE D'ÉTUDE CONSIDÉRÉ

Carte 1 : Le territoire d'étude



Source : Atelier « Habiter la montagne », réalisée sur Qgis le 18/11/2013 par les étudiants de Master Ingénierie du Développement Territoriale, Institut de Géographie Alpine



L'étude est ainsi centrée sur sept massifs que sont la Chartreuse, Belledonne, le Vercors, l'Oisans, le Taillefer, la Matheysine ainsi que le Trièves. Nous avons considéré uniquement les parties iséroises de ces massifs, en effet, notre terrain d'étude ne s'étend pas au-delà du département. De plus, nous avons fait le choix de ne pas considérer le nord Isère étant donné qu'aucun des massifs du terrain d'étude n'est concerné.

Au regard de la multitude de définitions données dans la partie 1 (La montagne, un territoire difficile à délimiter) et de la complexité qu'il en résulte, nous avons considéré qu'il était plus judicieux de s'attacher à un zonage déjà existant, c'est pourquoi nous nous sommes appuyés sur la classification de la Direction Départementale des Territoires (DDT) de l'Isère, réalisée en 2007. Cette classification s'appuie sur la définition donnée par l'article 3 de la loi montagne du 9 janvier 1985 « *Les zones de montagne se caractérisent par des handicaps significatifs entraînant des conditions de vie plus difficiles et restreignant l'exercice de certaines activités économiques [...]* ». Cependant, si le terrain d'étude correspondant aux destinations des néo-habitants a été délimité, ce n'est pas le cas pour les territoires de provenance des futurs habitants, la multiscalarité était en effet un élément important que nous n'avons pas souhaité écarter.

Après s'être attardés sur les termes du sujet, nous passons dès à présent à la phase méthodologique du travail réalisé, avant de présenter l'échantillon qu'a constitué notre analyse.



ZOOM SUR LES ENQUÊTES ET LES ENQUÊTÉS

1. LE CHOIX DES MÉTHODES DE TRAVAIL

Notre équipe se compose de 14 étudiants de Master 1 et de Master 2. Elle est pilotée par deux coordinateurs qui se sont chargés d'organiser, de répartir le travail mais également d'effectuer le lien avec les professeurs référents. Depuis septembre 2013, nous avons réalisé chaque vendredi, jour de travail commun à l'ensemble des étudiants, le bilan du travail réalisé pendant la semaine. Les coordinateurs effectuaient ensuite la répartition des tâches à réaliser pendant notre journée d'atelier.

L'objectif de cette étude était d'analyser les catégories d'individus qui décident de s'installer en montagne ainsi que leurs motivations et leurs perceptions. On cherche également à comprendre quelles méthodes permettent d'aller à leur rencontre. C'est pourquoi, nous avons déterminé deux grands axes de travail pour répondre aux enjeux de la commande.

Le premier axe, consacré à la méthodologie, se présente sous la forme d'un guide méthodologique. Il a pour objectif d'expliquer les méthodes élaborées pour rencontrer de nouveaux habitants en montagne. Nous avons choisi de présenter les grands outils, étapes, procédés ainsi qu'une évaluation de ceux-ci pour déterminer les principaux critères (temporels, humains et financiers) ainsi que les avantages et inconvénients à prendre en compte.

Le deuxième axe présente l'analyse des entretiens effectués, sous la forme d'un rapport d'analyse. L'objectif est de réaliser dans un premier temps, une analyse qui prend en compte le sexe, l'âge, la CSP et les lieux d'origine et de destination des individus. Dans un deuxième temps, nous avons réalisé une analyse plus sensible qui permet de comprendre les perceptions, motivations et représentations des néo-habitants de montagne.



En complément de ces deux rapports, nous avons également réalisé une notice synthétique, des posters, une plateforme d'échange et un power point de présentation des travaux.

Concernant l'organisation du travail, nous avons choisi de réaliser un travail commun, sans définir de groupes de travail spécifiques affiliés à une thématique particulière. En effet, la première partie du projet consistait à rechercher des méthodologies pour recruter de futurs habitants en montagne et à les mettre en œuvre. Chaque membre a ainsi pu travailler sur l'ensemble des méthodes.

En parallèle de ce travail nous avons effectué des entretiens avec les futurs habitants trouvés. Chaque étudiant a réalisé plusieurs entretiens, ce qui a permis à tous d'apprendre à mener et guider un entretien.

Chacun a pu aborder et comprendre l'ensemble des aspects de la commande. Cette phase nous a permis de tester les méthodes développées.

C'est à partir des 6 dernières semaines de travail que nous avons choisi de créer des groupes de travail afin d'avoir un meilleur suivi. Trois groupes ont été formés :

- un groupe « Analyse »
- un groupe « Méthodologie »
- un groupe « NVivo ».

Le groupe « Analyse » composé de 6 membres s'est concentré sur l'analyse des entretiens afin de créer cet ouvrage final, qui constitue l'un des 6 livrables de la commande professionnelle.

Le groupe « Méthodologie » composé de 4 membres s'est concentré sur le cahier méthodologique qui présente toutes les méthodes mises en place afin de rencontrer des futurs habitants de la montagne. C'est également l'un des 6 livrables.

Pour terminer, le groupe « NVivo », composé de 4 membres s'est dans un premier temps approprié le logiciel. Par la suite, ils ont pu faire une analyse afin de confirmer ou infirmer les résultats présents dans ce rapport. L'objectif était également de mettre en évidence des éléments qui n'auraient pas été traduits dans la première analyse et ainsi de compléter et d'enrichir ce rapport.



2. MÉTHODOLOGIE DES ENTRETIENS

a. Les démarches de travail

Cette partie ne s'attachera pas à revenir sur les méthodes qui ont été déployées afin de trouver les futurs habitants, dans la mesure où celles-ci ont été développées au sein du cahier méthodologique. En revanche, nous souhaitons nous arrêter sur les entretiens, de leur réalisation à leur traitement.

Nous avons, dans un premier temps, élaboré un guide d'entretien (cf. annexe 1) qui nous a permis à tous d'interroger nos enquêtés sous le même schéma et de manière cohérente, la consigne réalisée y a notamment participé. L'objectif de celle-ci, ainsi que de la question de départ « Vous êtes donc un futur habitant en montagne, dites-moi un peu pourquoi vous avez envie d'habiter en montagne. Pouvez-vous me dire qui vous êtes et me parler de votre projet ? » était de faire comprendre aux personnes enquêtées que l'on souhaitait qu'elles nous parlent de leur projet d'installation, des raisons de ce projet et de leur trajectoire de vie (passé - présent - futur) etc. C'est pourquoi nous avons fait le choix de ne pas formuler d'interrogations en tant que telles. L'entretien se devait de s'apparenter davantage à une discussion qu'à un questionnaire. Le guide d'entretien recense ainsi les grandes thématiques que nous souhaitions aborder avec les futurs habitants, soit : le projet, le cadre de vie, les représentations, les pratiques et l'habitat.

Dans un second temps, nous avons construit une grille d'analyse des entretiens (annexe 2), dans laquelle nous avons recensé les principaux thèmes présents dans le guide. Nous avons également réalisé cette grille en précisant des informations telles que l'âge, le sexe, la CSP, le lieu d'habitat actuel, le massif de destination mais également la situation familiale (célibataire, en couple, en couple avec enfants, célibataire avec enfants) et l'élément déclencheur. Nous avons nommé « élément déclencheur » ce qui a fait qu'à un moment t des personnes souhaitent s'installer en montagne. Nous avons établi quatre typologies d'éléments déclencheurs qui sont : l'opportunité professionnelle, le projet familial, le cadre de vie ainsi que le rejet de la ville. Ces termes permettent de regrouper les raisons mentionnées le plus souvent comme facteur de changement au sein des entretiens. Nous avons identifié un élément déclencheur pour chaque trajectoire de vie, ceci ne signifiant pas qu'il est le seul, mais le but était d'identifier celui qui prédomine.



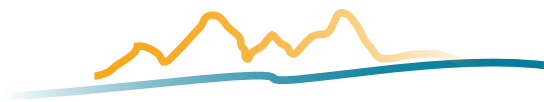
Nous souhaitons désormais développer les limites que nous avons rencontrées tout au long de ce travail d'entretiens et d'analyse.

b. Les limites rencontrées

La première limite à laquelle nous avons dû faire face est le fait que les entretiens ce sont réalisés, pour la majeure partie d'entre eux, par téléphone. Etant donné que le territoire d'habitat actuel n'était pas délimité, nous avons interrogé des personnes provenant de la France entière, voire même de l'étranger. Pour ceux-ci, la question ne s'est pas posée, l'entretien téléphonique n'a pas été fait par choix, mais par défaut. Pour les autres, le téléphone était bien souvent une source de facilité pour les enquêtés, et pour nous mêmes, enquêteurs. Cependant, certains entretiens ont été réalisés *de visu*, pour les personnes habitant à Grenoble ou proche de l'agglomération, ce sont d'ailleurs ceux qui ont été les plus réussis. Concernant les entretiens téléphoniques, la difficulté s'est accrue lorsque les enquêtés étaient peu bavards, le téléphone n'étant pas forcément propice à mettre à l'aise ou à faire parler les gens. Ce facteur remet donc en cause la qualité de certains entretiens.

D'autre part, il aurait également été intéressant de pouvoir bénéficier d'une formation de conduite d'entretiens dès le début de l'étude car nous n'étions pas tout à fait à l'aise avec ce type de travail où l'on souhaite que les gens parlent d'eux, de leurs motivations, de leurs représentations. Il était délicat de mettre en confiance les enquêtés afin qu'ils nous confient des éléments qui peuvent être considérés comme personnels. De plus, la difficulté était de faire comprendre aux personnes ce que l'on attendait d'elles, c'est-à-dire un entretien ou l'on peut parler librement et non un dialogue sous la forme questions-réponses. Certains enquêtés avaient également parfois du mal à comprendre le but et la finalité de notre étude.

Nous pouvons ajouter à cela une limite considérable qu'est l'échantillon que constitue notre étude. Nous développerons davantage ces limites lors de l'analyse de l'échantillon, nous tenons à préciser que les difficultés rencontrées face au recrutement de futurs habitants ont constitué un frein à notre travail d'enquête.



D'une autre façon, nous avons identifié une limite du fait du temps qui nous était imparti ainsi que la période pendant laquelle nous avons réalisé ce travail. En effet, nous faisons l'hypothèse que si le travail s'était déroulé durant les saisons printanières et estivales, nous aurions eu moins de mal à trouver de futurs habitants. Nous pouvons vérifier cette hypothèse en partie par le discours des agents immobiliers que nous avons rencontré lors de nos sorties de terrains. Ils nous ont en effet confiés qu'à cette période de l'année il y avait moins de déménagement. Ceci peut notamment s'expliquer pour les couples avec enfants qui vont plus facilement emménager pendant les vacances scolaires d'été de leurs enfants, afin qu'ils ne soient pas coupés dans leur rythme scolaire.

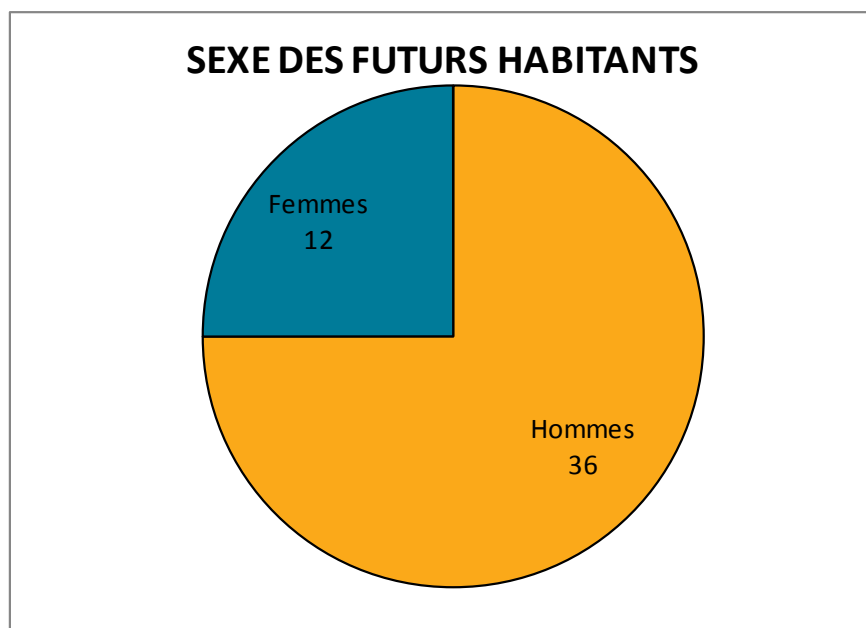
La méthodologie qui vient d'être développée permet de nous pencher sur des éléments propres aux enquêtés. Pour cela, nous allons nous concentrer sur l'analyse de l'échantillon, qui permettra de répondre à la question suivante : qui sont les futurs habitants de montagne que nous avons interrogés ?

3. QUI SONT LES FUTURS HABITANTS INTERROGÉS ?

Les entretiens réalisés dans le cadre de ce travail ont été effectués avec des individus qui ont pour projet, personnel et/ou professionnel, de s'installer au sein du territoire de montagne que nous vous avons présenté précédemment. L'échantillon des personnes enquêtées, présenté ci-dessous, se trouve être relativement varié et dans la mesure où seulement 48 entretiens ont été retenus pour l'analyse, ceci ne permet en aucun cas de faire des généralités ou des classements quantitatifs, mais bien de pouvoir identifier sur qui l'analyse a été réalisée.

Pour cela, plusieurs critères ont été retenus tels que l'âge, le sexe, la Catégorie Socio-Professionnelle ainsi que la situation familiale, comme il a été précisé précédemment. Aussi, nous avons souhaité faire apparaître l'élément déclencheur dans le projet d'installation en montagne dans cette analyse.

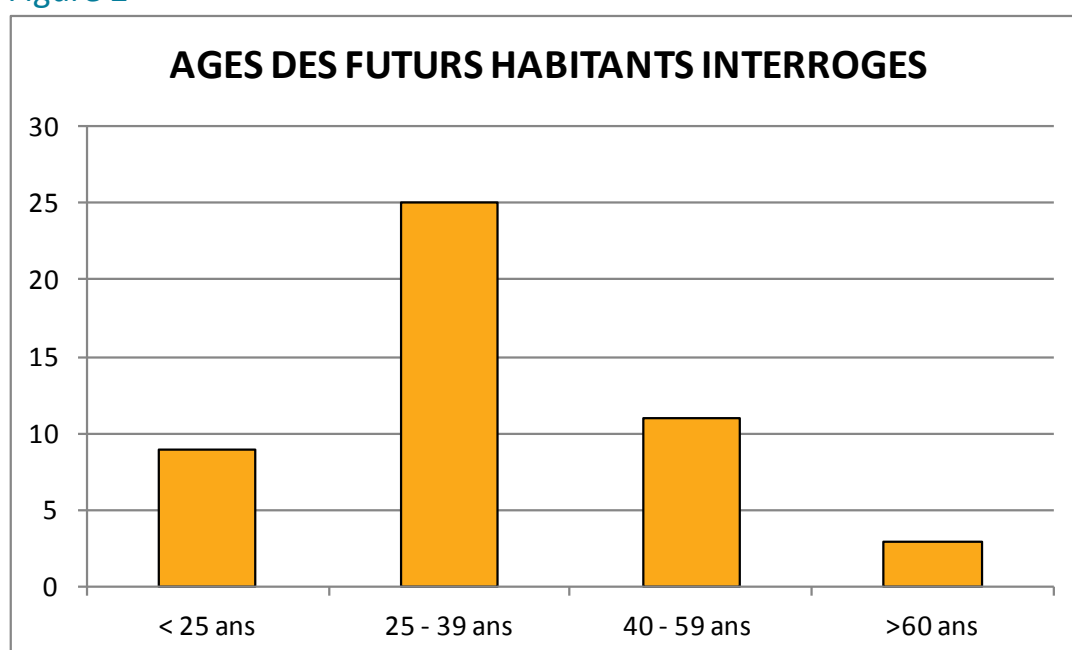
Figure 1



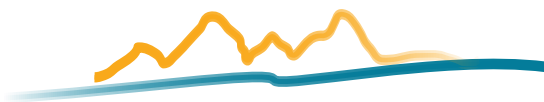
Source: Atelier «Habiter la montagne», le 20 janvier 2014. Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine

Comme nous pouvons l'observer sur ce diagramme, les futurs habitants que nous avons interrogés sont en grande partie des hommes. Ceci constitue une des limites de notre travail, car nous ne pouvons pas effectuer de comparaison entre les discours féminin et masculin. Il est difficile de fournir une explication à ce déséquilibre hommes/femmes, excepté le fait que les personnes interrogées qui s'installaient en montagne pour des raisons professionnelles étaient essentiellement de sexe masculin (saisonniers, agriculteurs). Pour le reste, nous avons quelquefois pu interroger les deux personnes composant le couple, mais parfois seulement les hommes ont accepté de nous répondre.

Figure 2

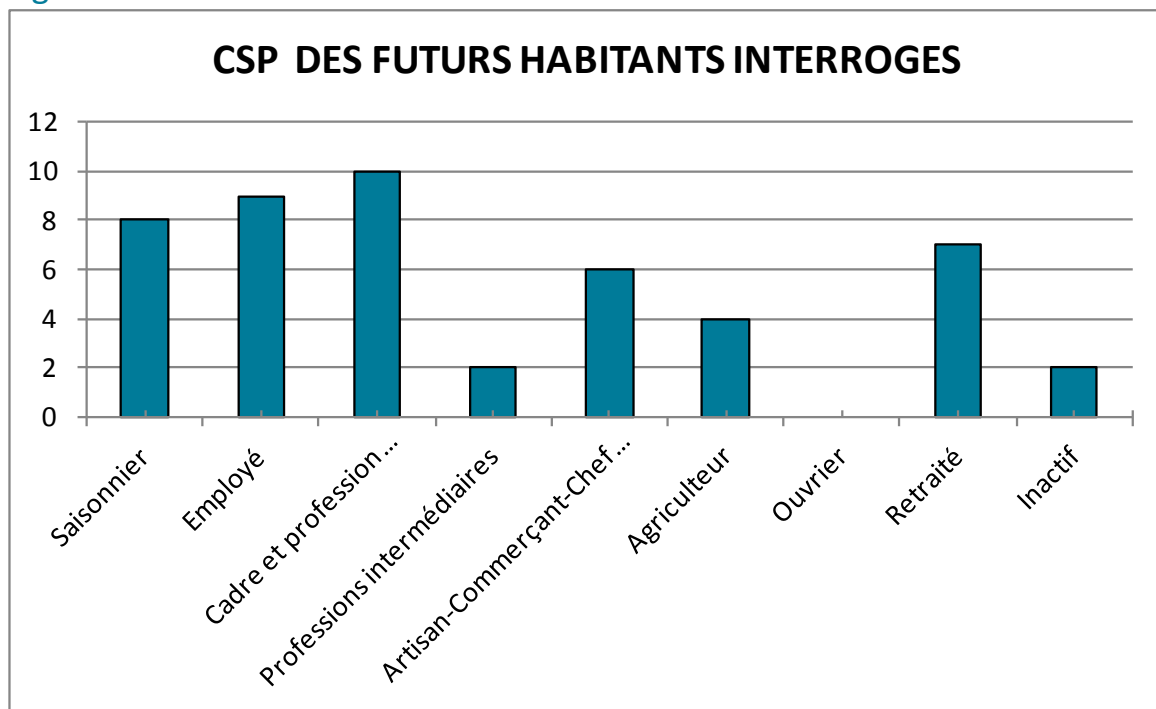


Source: en nombre d'interrogés. Atelier «Habiter la montagne», le 20 janvier 2014. Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine.



Quant à l'âge des futurs habitants, nous avons fait le choix d'effectuer 4 catégories illustrées par la figure n°2. Comme nous pouvons le voir, plus de la moitié des entretiens ont été effectués avec des individus ayant entre 25 et 39 ans. Concernant les moins de 25 ans ce sont essentiellement des saisonniers et les plus de 60 ans des retraités. Pour les individus qui ont entre 25 et 59 ans, ce sont des actifs, le détail des CSP étant présenté ci-dessous.

Figure 3

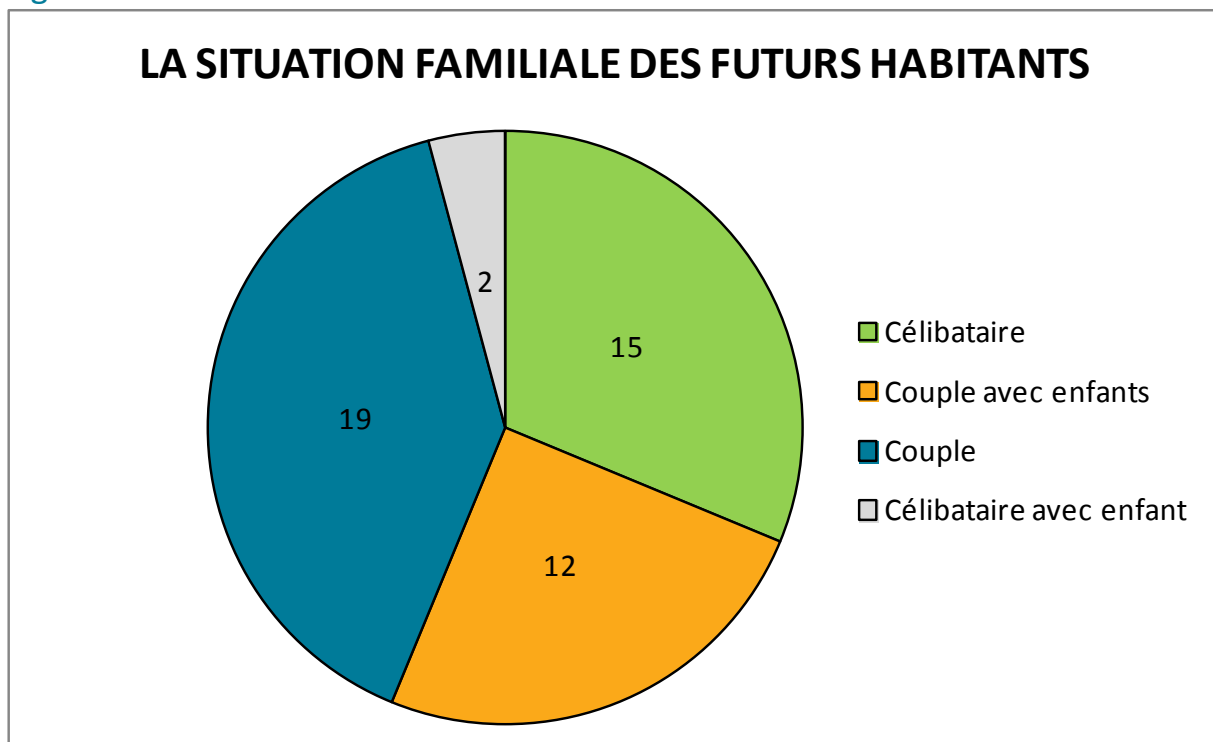


Source: en nombre d'interrogés. Atelier «Habiter la montagne», le 20 janvier 2014. Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine.

Nous avons fait le choix de classer « les saisonniers » dans une CSP à part étant donné que nous en avons une part assez importante et que nous souhaitons qu'ils apparaissent.

La CSP que nous retrouvons le plus dans les enquêtes est la CSP «plus» soit les cadres et professions intellectuelles supérieures. Nous faisons l'hypothèse qu'il s'agit d'une population plus aisée, qui peut davantage se permettre d'accéder à la propriété. Des artisans-commerçants ainsi que des agriculteurs ont pu être enquêtés, principalement dans le cadre d'une installation d'activité. Il est également apparu que vivre à la montagne était souvent un réel projet, parfois de longue date, pour les personnes partant à la retraite.

Figure 4

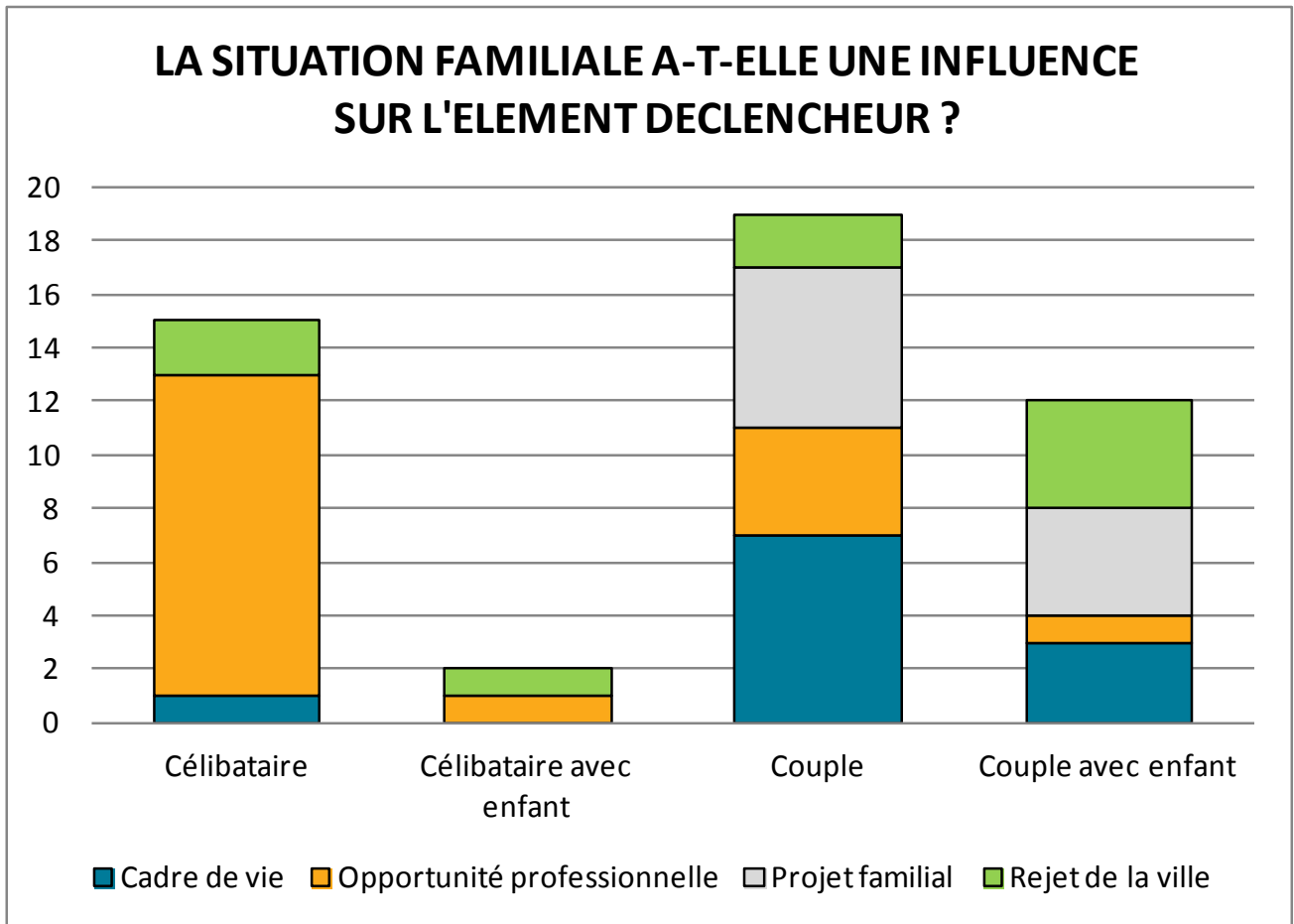


Source: en nombre d'interrogés. Atelier «Habiter la montagne», le 20 janvier 2014. Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine.

Nous avons choisi de créer quatre typologies de situations familiales différentes afin de préciser davantage le projet des personnes enquêtées. Ces dernières n'ont pas la prétention d'être exhaustives mais elles permettent de mieux visualiser dans quelle situation familiale s'inscrivent les projets des futurs habitants. On observe qu'ils sont plus ou moins bien répartis entre trois principales typologies que sont les couples, les couples avec enfants et les célibataires. Nous tenons à préciser que la typologie « couple » ne signifie pas que les interrogés n'ont pas d'enfants mais que leur projet d'habiter à la montagne se fait à deux (par exemple les retraités qui n'ont plus d'enfants à charge).

Afin de donner plus de lisibilité à toutes les informations présentées ci-dessus, nous avons fait le choix de croiser ces données entre elles.

Figure 5

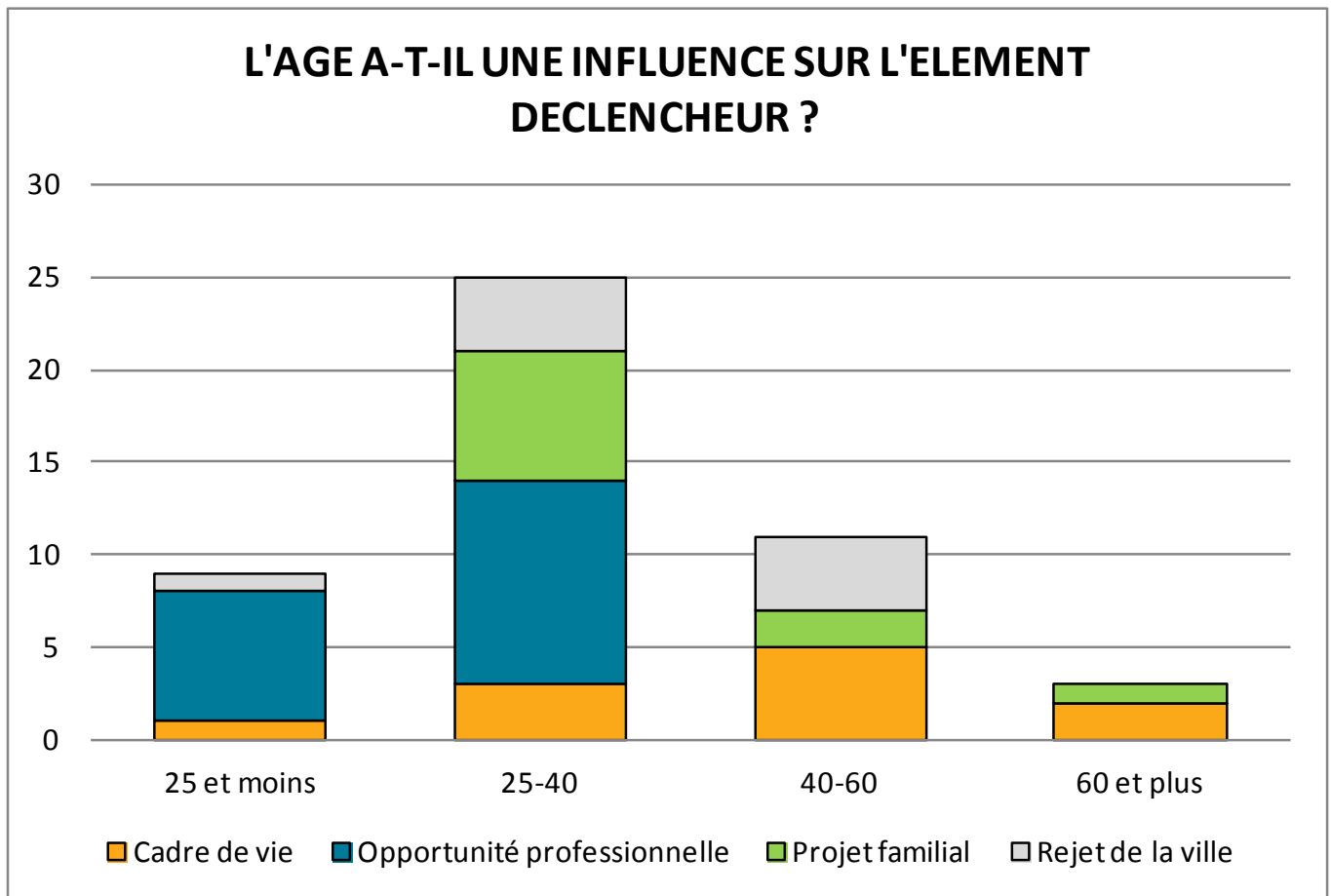


Source: en nombre d'interrogés. Atelier «Habiter la montagne», le 20 janvier 2014. Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine.

Nous avons souhaité mettre en lien la situation familiale des interrogés, avec l'élément déclencheur dans le projet d'installation à la montagne. Tout d'abord nous tenons à préciser qu'étant donné le caractère réduit de l'échantillon les données sont traduites en effectif et non en pourcentage.

On observe, grâce à cette analyse, que les célibataires interrogés s'installent en montagne essentiellement car ils saisissent une opportunité professionnelle. Concernant les couples, certains recherchent avant tout un cadre de vie spécifique tandis que d'autres évoquent le projet familial en premier lieu. Ceci ne signifie pas pour autant qu'ils sont indépendants l'un de l'autre. On peut supposer que les couples sont soit des jeunes qui projettent d'avoir des enfants et ont la volonté de les voir grandir dans un milieu moins « hostile » que la ville, soit des retraités qui souhaitent un meilleur cadre de vie pour leurs vieux jours. Pour les couples avec enfants, ce sont moins des opportunités professionnelles qui sont saisies mais davantage des projets familiaux, du rejet de la ville ou encore la recherche d'un cadre de vie plus agréable.

Figure 6



Source: en nombre d'interrogés. Atelier «Habiter la montagne», le 20 janvier 2014. Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine.

Considérant l'âge des enquêtés, nous observons que l'opportunité professionnelle est principalement saisie par des moins de 40 ans. C'est pour les 25 – 40 ans que le projet familial est le plus prégnant car nous avons essentiellement à faire à des couples avec enfants à charge. Concernant les plus de 40 ans ils sont davantage attirés par un cadre de vie, ou un rejet de la ville. Ce qui peut être étonnant est que le rejet de la ville se retrouve davantage chez les 25 à 60 ans, tandis qu'il n'est que très peu mentionné chez les plus jeunes et les plus âgés. Cependant, cela se recoupe avec l'analyse de l'élément déclencheur en fonction de la situation familiale, puisque cette dernière dépend de l'âge des individus.

L'échantillon étant présenté, nous allons pouvoir développer l'analyse du discours des futurs habitants.



ANALYSE DES ENTRETIENS

1. LES GRANDES LIGNES DE L'ANALYSE

A partir des entretiens réalisés, nous pouvons voir que la spécificité des massifs n'intervient pas toujours de manière explicite dans les discours. En effet, malgré quelques particularités évoquées pour certains habitants, d'autres n'accordent pas d'importance particulière à un massif spécifique. Souvent, le lieu de travail a une influence plus prédominante, ainsi que la proximité à la ville pour pouvoir accéder aux services qui ne sont pas présents en montagne.

Cela se traduit notamment par des installations dites de basse ou moyenne montagne, permettant de réaliser des trajets domicile-travail journaliers. En effet, de nombreuses personnes allant vivre en montagne travaillent sur Grenoble ou ses environs. Au-delà du massif en tant que tel, il est donc important que le lieu d'habitation ne soit pas trop éloigné du lieu d'activité et cela induit également la proximité des axes routiers.

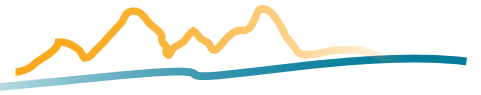
Cette proximité avec la ville intéresse aussi dans le cadre de l'accès à de nombreux services et commodités. Paradoxalement, les personnes partant vivre en montagne cherchent à quitter la ville et ses inconvénients (pollution, circulation, habitat, nuisances sonores, etc.) tout en souhaitant qu'elle demeure accessible : « *Après j'ai fait attention d'acheter une maison à l'abri du bruit mais pas loin de la nationale* » (Entretien n°23). Certains évoquent même l'idée de fuite : « *J'avais besoin de maintenir toujours un bon taux de globules et donc ça c'était vraiment important pour moi de fuir la pollution* » (Entretien n°22).

La vie en montagne est perçue comme plus conviviale, amenant davantage de lien social et de solidarité entre les personnes. Avoir une vie de village ressort comme importante aux yeux des gens. La plupart des personnes souhaitant s'installer sur les massifs cherchent un cadre de vie meilleur et cela passe avant tout par l'achat d'une maison avec du terrain « *Je me verrai bien avec un jardin et trois poules* » (Entretien n°41). L'achat de la maison est effectivement un élément déclencheur très important, non seulement pour aller vers un cadre naturel mais un cadre naturel qui induit également des prix moins élevés qu'en ville : « *Et aussi trouver par rapport au logement, pour un prix équivalent d'un loyer sur Grenoble, voir même moins cher, avoir plus de place, avoir peut être*



un espace extérieur, un potager, voilà. Ça aussi c'est vraiment ce que je recherchais quoi » (Entretien n°21). Comme il a été dit précédemment, le périurbain grenoblois est constitué de territoires de montagne, c'est-à-dire que les populations qui souhaitent s'installer dans une maison individuelle avec un jardin entre la ville et la campagne, se retrouvent dans la moyenne montagne des massifs grenoblois. La raison financière est également évoquée, elle s'associe ainsi parfois à la volonté de s'éloigner du centre : *« Après il y a aussi le budget qui a fait que l'on a choisi cette commune, parce que les terrains dans la vallée c'est déjà hors de prix et déjà là-haut c'est très cher »* (Entretien n°22). L'idée qui est évoquée ici est que les prix élevés de Grenoble constituent un facteur de départ en hauteur, où les prix ont tendance à être moins élevés ; quoi que cela reste à nuancer, selon la hauteur du terrain et la proximité avec la ville. Par exemple, si l'on considère la Chartreuse, les communes du Sappey-en-Chartreuse et de Saint-Laurent-du-Pont ne disposent pas des mêmes prix : *« Bon là on a choisi St Laurent du Pont, mais il y avait un autre lieu qui nous plaisait beaucoup mais qui était inaccessible au niveau des prix »* (Entretien n°5). En effet, tandis que le prix moyen du mètre carré est d'environ 2 300€ au Sappey, il est de 1 600€ environ à Saint Laurent.

Concernant les personnes souhaitant installer leur activité professionnelle, il faut noter que cette installation va souvent de pair avec l'accès à la propriété. Les projets personnels et professionnels sont alors étroitement corrélés. Le choix se fait au regard du dynamisme des villages montagnards et des opportunités qu'ils présentent. Pour exemple, les agriculteurs réfléchissent avant tout au terrain afin que leur activité soit optimisée par le climat et la viabilité des terres. Ils cherchent à savoir si leur culture peut s'adapter et se renouveler, s'il existe une demande locale ainsi qu'une proximité de la ville pour vendre leurs produits. Ils recherchent aussi des lieux plus sains, moins pollués et moins exposés aux pesticides *« L'idéal ce serait les piémonts de la Chartreuse, on est à 400 – 500 m. On n'a pas 6 mois de neige dans l'année. Et puis c'est sur un sol qui intéresse moins les autres aussi. Donc je vais peut-être avoir plus de chance à trouver donc y'a un gros avantage par contre c'est que y'a de la flotte quoi. Et on dira ce qu'on veut mais en agriculture, l'eau c'est le premier intrant. Si vous n'avez pas d'eau y'a rien qui pousse [...]. La Chartreuse c'est 1400 mm. Donc c'est 3 fois plus qu'en Normandie en volume d'eau. Et du coup, y'a un sol qui est drainant. Sans avoir trop d'eau dans le sol en permanence. Et surtout, si on est bien placé, c'est utopique, mais c'est le cas dans toutes les exploitations en Chartreuse en tous cas c'est que y'a de l'eau courante de partout quoi... C'est un avantage qui est énorme »* (Entretien n°26). On voit à travers le discours de cet agriculteur, qu'il défend son lieu d'implantation selon des arguments bien spécifiques. Il évoque en premier lieu la pression foncière en confiant la difficulté de trouver un terrain réunissant un maximum de critères pour exercer son activité dans les meilleures conditions. Il défend également l'importance d'un sol humide qui permet de ne pas irriguer massivement. La volonté du respect de l'environnement ressort ici.



L'installation en montagne peut également provenir d'opportunités comme l'héritage d'un bien familial « *Moi c'est plutôt l'opportunité de reprendre une ferme familiale, donc aller là-bas* » (Entretien n°33), de trouver LE terrain pour faire construire sa maison ou d'installer son activité professionnelle « *On sera sur un terrain où l'on a pas de vis-à-vis si ce n'est la vue sur la montagne et cela nous permet d'avoir un bout de terrain pour que les enfants puissent jouer dehors, la forêt est juste à côté. Pour pouvoir les élever au grand air et avec d'autres idéaux que ceux qui sont urbains* » (Entretien n°39) etc. L'opportunité joue ici un rôle majeur, même si elle est parfois provoquée. Ceci étant, elle est déterminante dans le choix du massif, plus que l'intérêt pour le massif en lui-même. Un individu qui hériterait d'un chalet dans le Trièves va difficilement renoncer à ce bien pour s'installer en Chartreuse.

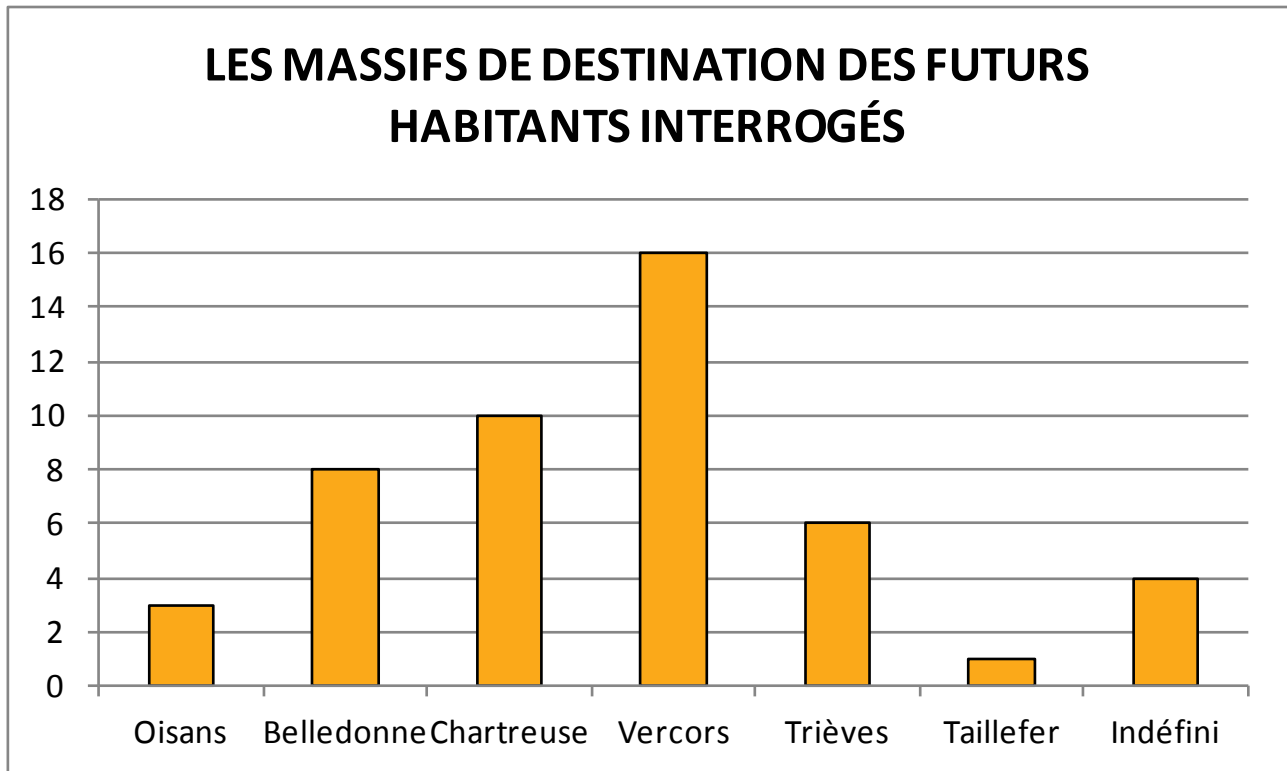
Au-delà d'une opportunité à part entière, d'autres facteurs viennent influencer le choix d'installation, parfois réfléchi depuis des années, parfois soudain. Le réseau d'amis joue son importance, ainsi que la préoccupation pour la santé et le projet de retraite et bien que le choix du massif n'apparaisse pas prépondérant dans le discours des futurs habitants, certaines spécificités sont tout de même apparues et il nous semble intéressant de les développer.

Pour cela, nous allons nous arrêter rapidement sur des éléments spécifiques qui sont ressortis pour certains massifs.

2. LES MASSIFS : CRÉATEURS D'UNE TYPOLOGIE ?

Avant de débiter notre analyse par massif, la figure n°7 permet de visualiser le nombre d'interrogés sur chacun des territoires constituant notre terrain d'étude. Les inégalités entre les massifs sont belles et bien présentes étant donné que le Vercors constitue plus d'un tiers des enquêtés et que nous n'avons aucun futur habitant de la Matheysine et seulement une personne en Taillefer. Concernant la catégorie nommée « indéfini », elle correspond aux personnes qui ont pour projet de s'installer en territoire de montagne, mais qui ne savent pas encore où exactement.

Figure 7



Source: en nombre d'interrogés. Atelier «Habiter la montagne», le 20 janvier 2014. Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine.

En vue du nombre peu important pour les massifs de l'Oisans, du Trièves et du Taillefer, nous nous attacherons à développer les cas des futurs habitants des massifs de Belledonne, Chartreuse et Vercors.

a. Belledonne, un massif attrayant pour les loisirs qu'il propose

Le massif de Belledonne a une fonction spécifique, essentiellement résidentielle et touristique, dédiée aux activités de montagne et aux sports d'hiver (stations de ski des Sept-Laux, Prapoutel et Chamrousse).

Nous avons identifié trois « typologies » de personnes qui ont pour projet de s'installer en Belledonne. Il y a tout d'abord les saisonniers, qui ont un projet sur le court terme. Ils vont à la montagne pour travailler, tout en profitant de leur passion pour les sports d'hiver. Certains sont en rupture scolaire et réaliser une saison à la montagne représente pour eux une phase de transition. Le massif de Belledonne n'apparaît pas comme un élément indispensable dans le choix de la station « *Je voulais aller dans une station avec un esprit convivial et pas trop grande, parce que après j'aime pas trop l'ambiance qui règne, ça fait plus usine et non convivial, je préfère là où les gens...où tout le monde se connaît et plus tisser des liens forts si jamais il y en a, que des rencontres d'un soir dans les grandes stations* » (Entretien n°2).



On voit ici que ce saisonnier avait des critères bien spécifiques qu'il souhaitait retrouver lors de sa saison, et il se trouve que l'opportunité s'est présentée en Belledonne, mais si elle avait été ailleurs, il n'y aurait pas vu d'inconvénients. De la même façon, un second saisonnier énonce « *Ben après ce n'est pas forcément la montagne, ce que je n'aime pas c'est la ville après je ne sais pas, je pourrais habiter dans le Luberon... c'est vraiment la ville en elle-même que je ne supporte pas après que ce soit la montagne ou la plage, du moment que c'est tranquille que c'est paisible...tout va bien quoi* » (Entretien n°20), ce qui est encore plus radical dans le choix de vie, ce n'est pas CETTE montagne spécifiquement, ni LA montagne en général mais avant tout, la fuite de la ville.

En dehors des saisonniers, des couples avec enfants souhaitent s'installer en Belledonne, ainsi qu'un couple de retraités. Ce sont ici des installations sur le long terme qui se traduisent par l'accès à la propriété. Certains ont évoqué le facteur opportuniste « *C'est une opportunité. Et si on avait eu de la famille ailleurs, on serait allé ailleurs* » (Entretien n°40), « *Nous on aime la montagne déjà et puis on a l'opportunité de rénover un patrimoine familial en montagne* » (Entretien n°43). D'autres insistent sur le caractère spécifique du massif « *Au début on avait l'image que Belledonne était un massif beaucoup moins dynamique au niveau social, associatif, sportif, que le plateau des petites roches [Chartreuse] mais on a tout de suite accroché avec l'ambiance. On a totalement changé d'avis là-dessus à partir du moment où on s'est mis à connaître [...]. En plus il y a tout un tas de choses en Belledonne, c'est un massif qu'on trouve encore sous exploiter entre guillemet* » (Entretien n°28).

b. La Chartreuse, un massif résidentiel qui bénéficie d'une situation géographique intéressante

La Chartreuse est un massif qui est souvent vanté du fait de sa situation géographique. Située au nord de Grenoble, les habitants de la Chartreuse ont facilement accès à Lyon et à Chambéry, en évitant toutes les perturbations du trafic aux alentours de Grenoble « *La Chartreuse c'est parce que c'est proche, ma mère travaille sur Chambéry* » (Entretien n°18), « *Quand vous êtes en Chartreuse vous pouvez aller aussi bien à Chambéry qu'à Grenoble* » (Entretien n°40).

Ce sont essentiellement des couples et couples avec enfants qui accèdent à la propriété dans les communes de Chartreuse « *Vivre autrement aussi parce que du coup on va avoir du terrain, du bois aussi donc voilà une partie de forêt à nous, une cheminée... des choses que l'on ne connaît pas dans notre habitat actuel* » (Entretien n°9) et qui, une nouvelle fois, saisissent une opportunité « *Ben c'est le lieu, moi je suis pas plus spécialement Chartreuse, Vercors ou Belledonne mais voilà c'est le lieu qui*



correspondait, c'était le compromis entre toutes nos contraintes » (Entretien n°22), « Mais on n'a pas choisi la Chartreuse pour la Chartreuse en elle-même mais c'était vraiment le massif qui était le plus approprié » (Entretien n°5). On observe ainsi que l'opportunisme, de même que les conditions pratiques, vont au-delà d'une réelle volonté d'aller sur ce massif plus qu'un autre.

En revanche, certains justifient leur choix selon des critères d'affinités, de liens « Je pense qu'on pourrait vivre ailleurs mais c'est plutôt une histoire de rencontre avec le massif, on aime beaucoup la Chartreuse. C'est une histoire de rencontre, d'affinité, je ne sais pas comment on peut exprimer ça... Mais c'est aussi une rencontre de lieu, une topographie, des gens qu'on rencontre, une façon de vivre, de côtoyer » (Entretien n°41). Les références à un cadre de vie spécifique, à une ambiance et des richesses humaines sont évoquées, mais restent limitées.

c. Le Vercors, un massif ancré dans une histoire

Concernant les futurs habitants du Vercors, les enquêtés ont des profils assez variés, allant des projets de retraites aux installations professionnelles. Le Vercors est le massif où les spécificités qui lui sont propres ressortent le plus « Alors le Vercors, le Vercors, ben c'est quelque part un coup de cœur ... évident » (Entretien n°44). En effet, présenté comme un haut lieu culturel, son histoire, son passé de résistance et ses traditions attirent « Le Vercors c'est une terre de résistance et je suis sensible à cette histoire, je suis fier d'habiter dans une commune qui est médaillée de la résistance, donc voilà je ne sais pas ce qu'on peut en dire aujourd'hui mais c'est un lieu marquant quand même » (Entretien n°25). L'histoire du massif ressort dans les discours et notamment chez les retraités, qui sont sûrement davantage sensibles au rôle qu'a joué la résistance dans le Vercors pendant la guerre.

Certains évoquent également le dynamisme associatif et économique du massif avec de nombreuses activités et services disponibles « Dans le Vercors il y a plusieurs salles de spectacles alors qu'en Chartreuse à par un festival peut-être il n'y a pas grand-chose » (Entretien n°25), « Y'a une dynamique associative sur le Vercors qui est intéressante de projet de développement de territoire et puis ça a une identité du Vercors qui nous intéresse » (Entretien n°27).

Après avoir tenté de mettre en avant les particularités, et les non particularités de chacun des trois massifs où le nombre d'interrogés est le plus important, nous allons nous arrêter un instant sur les arguments qui sont développés par les futurs habitants, qui sont bien souvent adaptés à leur propre situation.



d. Des arguments développés parfois contradictoires

Au-delà du discours des futurs habitants qui vont s'installer dans un massif en particulier, il est très intéressant d'étudier les arguments que les futurs habitants emploient pour justifier le fait qu'ils aillent dans un massif ou dans une commune plutôt qu'ailleurs. Voici pour exemple, les paroles d'un futur habitant du Vercors « *Alors le Vercors j'aime beaucoup, comme je vous l'ai dit tout à l'heure c'est un lieu culturel. Belledonne par exemple beaucoup moins, à part Chamrousse tout ça mais c'est beaucoup moins culturel, c'est beaucoup plus artificiel [...] alors que le Vercors c'est vraiment implanté et il y a cette histoire, ce passé* » (Entretien n°24) tandis qu'un futur habitant de Belledonne évoque « *Au début on avait l'image que Belledonne était un massif beaucoup moins dynamique au niveau social, associatif, sportif, que le plateau des petites roches mais on a tout de suite accroché avec l'ambiance. On a totalement changé d'avis là-dessus à partir du moment où on s'est mis à connaître, on a même l'impression qu'il se passe plus de choses aux Adrets que sur le plateau des petites roches* » (Entretien n°28). Les discours se croisent ainsi que les *a priori* sur ce qui a été entendu. L'imaginaire que chacun se crée à propos d'un territoire, est fort.

Comme second exemple, nous pouvons prendre la Chartreuse qui renvoie pour certains à l'image d'un massif plus isolé, plus humide « *Et la Chartreuse c'est beaucoup plus isolé, beaucoup plus enclavé* » (Entretien n°24), « *Ben je pense à la Chartreuse qui a un climat beaucoup plus humide par exemple que le Vercors et qu'on préférerait le Vercors par rapport aux autres* » (Entretien n°27). Nous pouvons remarquer que les discours se contredisent puisque pour certains ce massif permet une accessibilité plus facile aux villes rhônalpines alentours « *Y'a pleins de choses qui m'intéressent et franchement les piémonts de la Chartreuse on est à 40 minutes de Grenoble et de Chambéry. Donc y'a des choses qui motivent aussi* » (Entretien n°26). En revanche, pour d'autres, c'est le Vercors qui est le plus près « *La proximité de la ville c'était important et le Vercors c'est quand même le plus près* » (Entretien n°24). Paradoxalement, le Vercors peut être perçu comme un massif mal exposé avec des zones de circulation trop importantes et des trajets trop longs.

Tout ceci permet de montrer que les arguments donnés sont extrêmement subjectifs, dans la mesure où ils peuvent être critiquables et nuancés pour chacun d'entre eux. Les individus défendent ce qu'ils connaissent, ils ne vont pas dans l'inconnu et avancent étape par étape. Ils défendent le lieu dans lequel ils vont s'installer, s'appuient sur les quelques connaissances qu'ils en ont et fabriquent leur argumentaire principalement à partir de leur imaginaire.

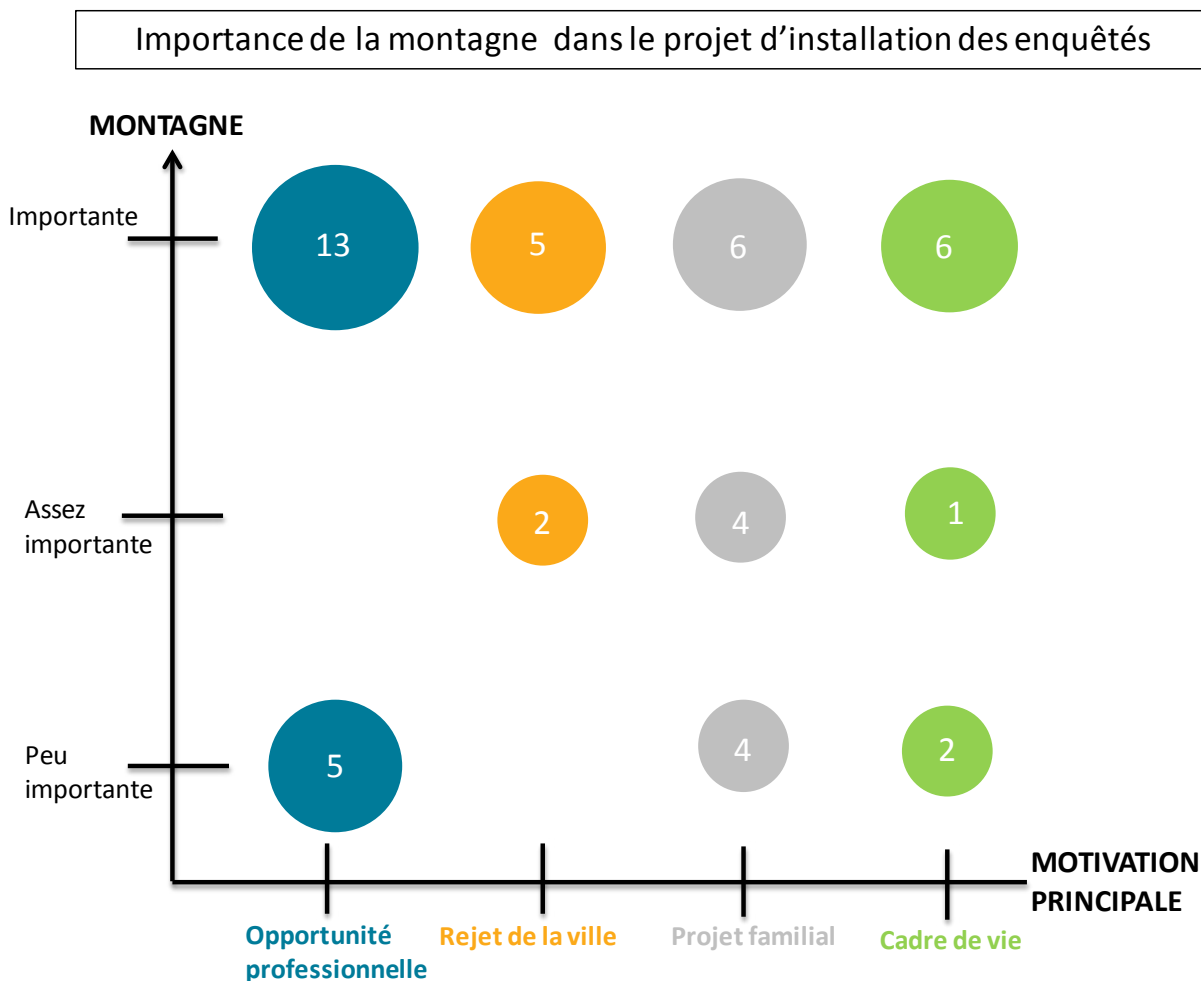


Ainsi, les arguments mis en avant, s'ils ne se contredisent pas totalement, sont exclusivement développés en fonction de la situation de chaque enquêté. Aussi, le fait d'avoir des connaissances à tel endroit, d'y avoir vécu petit, d'y avoir déjà passé des vacances, ou d'habiter à proximité fait que les futurs habitants modèrent leur dépaysement. Ils souhaitent aller en montagne, mais pas trop loin de leur travail, pas trop loin de l'école pour les enfants ou des services qu'il n'y aurait pas en montagne. L'idée de compromis est moins effrayante. Les gens veulent être dépayés mais l'inconnu fait peur donc il y a souvent un facteur rassurant comme le fait d'avoir de la famille à proximité ou que « ce n'est pas trop loin d'où on était avant ».

Nous souhaitons dès à présent nous arrêter sur un questionnement qui nous a paru important dans le discours des habitants : quelle est la place de la montagne dans le projet des futurs habitants ?

3. LA MONTAGNE AU COEUR DU PROJET D'INSTALLATION ?

Figure 8



Source: en nombre d'interrogés. Atelier «Habiter la montagne», le 2 janvier 2014. Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine.



La figure n°8 présentée ci-dessus illustre l'importance de la montagne dans le projet d'installation des enquêtés. Nous avons établi une échelle d'importance selon trois degrés, allant de « peu importante » à « importante ».

Chacune des couleurs s'identifie à un élément déclencheur en particulier et elles représentent ainsi la motivation principale de l'enquêté dans son projet d'installation.

Dans ce cadre, notre échantillon de 48 enquêtés est composé comme suit :

- projet d'installation motivé par une opportunité professionnelle : 18 enquêtés
- projet d'installation motivé par un projet familial : 14 enquêtés
- projet d'installation motivé par un rejet de la ville : 7 enquêtés
- projet d'installation motivé par la recherche d'un cadre de vie : 9 enquêtés

Les effectifs ne sont donc pas égaux pour chacune des motivations.

Nous allons, dans un premier temps, réaliser une description, notamment chiffrée, du schéma. Puis dans un second temps nous en ferons une analyse selon les quatre motivations qui nous paraissent les plus représentatives du discours de tous les enquêtés par rapport à l'importance de la montagne.

a. Campagne ou montagne ?

La figure n°8 permet de nous rendre compte que sur 48 enquêtés interrogés, 30 d'entre eux évoquent la montagne comme importante dans leur projet d'installation, soit plus de la moitié de notre effectif. Nous avons réalisé ce classement à travers le discours des enquêtés, en voici quelques citations pour exemple :

« Notre projet a toujours été d'essayer de revenir en montagne le plus rapidement possible » (Entretien n°27).

« C'était vraiment un choix oui, la montagne vraiment, je ne serais jamais parti à la campagne. La campagne ça m'ennuie complètement, c'est vraiment ennuyeux la campagne pour moi alors que la montagne a un attrait fantastique » (Entretien n°24).

« J'ai toujours eu envie d'aller habiter en montagne plus tard » (Entretien n°12).

« J'ai souvent vécu en ville mais ce n'est pas ce qui me convenait, moi je suis très attirée par la montagne donc voilà c'est un choix qui se fait, c'est assez évident en fait » (Entretien n°11).

Parmi ces 30 enquêtés, nous ne pouvons pas réellement déterminer une tendance pour ce qui est de la motivation principale car notre panel est assez inégal, comme nous l'avons déjà évoqué.



Nous pouvons tout de même souligner que parmi les 18 enquêtés qui décident de s'installer en montagne suite à une opportunité professionnelle, 13 d'entre eux la considèrent comme importante dans leur projet contre 5 comme peu importante « *C'est plus pour faire ma formation et mon métier, pas spécialement pour vivre à la montagne* » (Entretien n°20).

Pour ceux qui décident de s'installer suite à un rejet de la ville, on remarque que la montagne a toujours une certaine importance, puisque sur les 7 concernés, 5 d'entre eux la considèrent comme importante dans leur projet d'installation et 2 comme « assez importante ».

Quand le choix d'installation à la montagne est motivé par un projet familial, l'échantillon se répartit assez également entre nos trois niveaux d'importance, soit ici 6 pour « importante » et 4 et 4 pour « assez » et « peu importante ». La montagne n'est donc pas le critère qui détermine l'installation, c'est plutôt le projet familial en lui-même, comme le constate cet enquêté « *que ce soit la montagne ou pas ça n'a pas grande importance, c'est une opportunité. Et si on avait eu de la famille ailleurs, on serait allé ailleurs* » (Entretien n°40).

Enfin pour une installation motivée par le cadre de vie, parmi notre échantillon de 9 enquêtés, pour 6 d'entre eux la montagne est importante. Seulement 2 de nos enquêtés ont avoué n'avoir aucun intérêt à aller à la montagne « *on a une vue absolument splendide mais sinon ça rentrerait pas du tout dans nos critères d'avoir une maison en montagne. [...] C'est plus un concours de circonstances qui font qu'on se retrouve là-haut* » (Entretien n°6) ; « *C'est vraiment que je cherchais juste un coin tranquille. Après voilà je ne recherchais pas spécialement de l'altitude quoi c'était juste voilà être tranquille* » (Entretien n°48).

Ainsi, la montagne ne prend pas du tout la même place dans les projets de chacun, cependant, elle est dans tous les cas LE territoire de projets des enquêtés.

b. La montagne : source ou lieu de concrétisation du projet ?

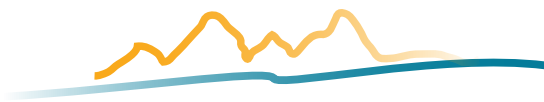
Nous avons donc déterminé quatre motivations qui nous paraissent les plus représentatives du discours de tous les enquêtés.



- **Le projet d'installation motivé par une opportunité professionnelle** se traduit souvent par un nouveau travail, une mutation, une reprise d'activité en montagne, comme pour cet enquêté qui a repris un cabinet d'assurance à Villard de Lans « *je cherchais à reprendre une entreprise dans un milieu rural en plein terroir dans une de nos régions françaises. Alors je reprends un cabinet d'assurance* » (Entretien n°13). Dans certains cas, c'est pour l'installation d'activité car les propriétés géographiques de la montagne sont bénéfiques « *le but c'est que je cherche à installer un élevage porcin en plein air [...] j'ai besoin de terrain séchant car les cochons ça n'aiment pas du tout l'humidité et les terrains séchant, c'est quand même quand il y a de la pente, surtout quand y'a du calcaire en dessous. C'est pour ça que je m'intéresse particulièrement à la Chartreuse, qui est assez calcaire et surtout avec très peu d'herbe en surface. Voilà donc c'est plus au niveau agronomique* » (Entretien n°26). Ce sont aussi souvent des idées de projet qui ne se sont pas encore concrétisées « *J'ai bien envie de revenir à quelque chose d'agricole et pourquoi pas, dans le coin, ici en montagne* » (Entretien n°34). Une installation en montagne est souvent une des premières étapes de concrétisation d'un projet, comme une source d'inspiration, un territoire où se façonnent des idées.

- **Le projet d'installation motivé par un projet familial** se traduit le plus souvent par l'achat d'une maison ou la construction d'une maison en montagne, comme pour ce couple qui a décidé de faire construire « *C'est un choix qui nous tenait à cœur, on a mis 2 ans pour trouver un terrain donc on s'est vraiment acharné pour s'installer ici* » (Entretien n°22). Mais c'est aussi parfois un héritage familial comme pour ce couple de retraités « *c'est parce que nous on aime la montagne déjà et puis on a l'opportunité de rénover un patrimoine familial en montagne. On n'a pas fait un achat, pour construire en montagne, on a un patrimoine qu'on va essayer de rénover pour habiter en montagne après* » (Entretien n°43).

- **Le projet d'installation motivé par un rejet de la ville** : l'enquêté ne voit plus que les nuisances de la ville et souhaite s'en échapper. Cela se traduit parfois par un sentiment d'insécurité et d'inconfort vis-à-vis de la pollution, du bruit et de toutes les autres nuisances associées à la ville. Une de nos enquêtés nous a d'ailleurs avouée se sentir en danger en ville à cause de la pollution « *On voulait partir, il y avait trop de monde et le taux de pollution qui s'élevait de plus en plus donc on a fui la pollution [...] j'avais eu un cancer du sein je ne voulais pas renouveler l'opération, je me sentais en danger en ville, à vrai dire je me sentais complètement en danger* » (Entretien n°24). Le rejet de la ville s'exprime vraiment dans le discours de certains enquêtés comme avec cette citation où l'enquêté répète deux fois son objectif de quitter la ville pour appuyer son idée « *La première démarche c'est d'abord de quitter la ville. La première démarche c'est dans un premier temps de quitter la ville* » (Entretien n°10).



On ressent ce besoin de partir, cette idée de fuir à tout prix, aller n'importe où mais partir de la ville quoi qu'il en soit « *En fait c'était partir de Grenoble, quitter la ville, après ce n'était pas forcément ciblé montagne quoi. Mais c'était plus sur deux régions, soit dans le Diois soit dans le Trièves. Et voilà en gros les motivations c'était quitter la ville* » (Entretien n°21). Ce sont donc bien des éléments que nous pouvons appeler « déclencheurs » qui conduisent les gens à partir de leur lieu de vie actuel et qui les poussent plus ou moins à s'installer en montagne. La citation précédente montre que l'envie de partir est la plus forte mais que la montagne en elle-même n'est pas forcément le facteur d'envie.

- **Le projet d'installation motivé par la recherche d'un cadre de vie** se traduit le plus souvent par un besoin de nature, de calme, un rapprochement aux loisirs, la recherche de lien social plus fort qu'en ville. Nous avons l'exemple d'une famille qui a souhaité se rapprocher de la nature d'une part et aussi de couper un peu avec la proximité du lieu de travail, comme pour se ressourcer « *On est une famille qui aime beaucoup la nature, la montagne, la randonnée et ça pourra permettre à nos enfants d'être plus facilement et plus rapidement proche de la nature et des sentiers* » (Entretien n°9). Le cadre de vie plus naturel en montagne est donc une des raisons qui poussent les gens à s'y installer. Au-delà de cet aspect, la montagne peut également avoir des vertus bénéfiques pour la santé grâce à son climat, comme pour ce couple qui a décidé de s'installer dans le Vercors « *Le projet d'habiter la montagne, c'est d'abord une question de santé pour mon mari. Il souffre d'ambrosie, [...] donc on a cherché à vivre au-dessus de mille mètres où il n'y a plus d'ambrosie. Et ça fait déjà plusieurs années que nous cherchions un point de chute dans le Vercors, parce que nous aimions beaucoup le Vercors. C'est parti d'abord, d'un projet qui est lié à la santé en fait* » (Entretien n°16).

Nous avons volontairement choisi de différencier le critère « rejet de la ville » du critère « cadre de vie » car, même si de premier abord ils peuvent paraître similaires, ils sont en réalité différents. En effet, quitter la ville car on ne la supporte plus et quitter la ville pour trouver un cadre de vie meilleur sont deux points de vues différents. Dans les deux cas il y a l'idée de trouver un cadre de vie meilleur mais l'intensité du désir de partir est différente et la raison aussi.

Cependant, ces quatre catégories de motivations sont en interrelation, c'est-à-dire que le rejet de la ville est souvent lié à la recherche d'un meilleur cadre de vie, plus naturel, plus calme, où il n'y a pas les nuisances associées à la ville. Cela induit un projet souvent familial dans la décision de partir mais qui peut être motivé aussi par une opportunité professionnelle. Nous avons essayé de déterminer à chaque fois quel critère parmi les quatre est le plus déterminant dans le projet d'installation à la montagne. C'est d'ailleurs une des limites que nous avons pu rencontrer.



Au premier regard, nous avons fait l'hypothèse que la montagne n'occupait pas une place prépondérante dans le projet d'installation des futurs habitants. En effet, comme nous l'avons évoqué précédemment, le fait que le périurbain grenoblois soit quasi exclusivement montagnard, les personnes souhaitant accéder à la propriété hors de la ville, dans un cadre plus naturel, se retrouvent « par défaut » dans un milieu non pas campagnard mais bien montagnard. Les enquêtés eux mêmes reconnaissent ce phénomène « *C'est vraiment que je cherchais juste un coin tranquille. Après voilà je ne recherchais pas spécialement de l'altitude quoi c'était juste voilà être tranquille. Après oui c'est vrai que ici c'est vite la montagne, voilà, les plaines c'est les villes en général et après dès qu'on veut s'écarter un peu des villes c'est tout de suite la montagne* » (Entretien n°48).

Grâce à la figure n°8 on remarque que notre hypothèse de départ n'est pas tout à fait vérifiable dans la mesure où, dans la plupart des cas, les futurs habitants considèrent la montagne comme importante dans leur projet d'installation comme nous avons pu le constater dans la partie descriptive du schéma.

Après avoir réalisé une description et une analyse de notre panel d'enquêtés sur l'importance de la montagne dans leur projet d'installation, nous nous rendons compte que la motivation principale est souvent celle qui détermine le choix d'installation. Il est intéressant de se demander quel est le critère qui influence le plus l'autre. Est-ce l'envie d'aller en montagne qui détermine le projet familial ou bien l'inverse ? Est-ce le cadre de vie qui pousse à aller en montagne ou le rejet de la ville ? Ces questions paraissent ainsi intéressantes à soulever, même si nous pouvons difficilement répondre à ces interrogations pour chacun des entretiens. Ceci s'explique par plusieurs raisons :

- notre grille d'entretien n'a pas été construite pour répondre à cette question et notre grille d'analyse non plus
- c'est une piste de réflexion qui se dégage suite à l'analyse
- les enquêtés ne nous donnent pas clairement cette information, on la ressent dans les non-dits ou autres, sans pour autant que ce soit une certitude.

Nous allons prendre l'exemple de l'importance de la montagne dans le projet familial pour illustrer ce propos.

Comme nous pouvons le constater dans la partie descriptive, quand le choix d'installation à la montagne est motivé par un projet familial, l'échantillon se répartit assez également. On peut donc penser que la montagne n'est pas le critère qui détermine l'installation. Cela montre que c'est le projet familial qui est important, c'est-à-dire souvent l'achat ou la construction d'une maison en dehors de la ville comme pour ce couple qui vit depuis 7 ans en appartement et qui voulait une



maison en dehors de la ville « *On a dû visiter au moins 15 ou 20 maisons et c'est la seule qui était en montagne et qui nous a plu. Le fait qu'elle soit en montagne faisait partie du charme de la maison mais ensuite ce n'était pas une démarche volontaire de notre part d'aller s'installer dans un village de montagne. [...] On voulait une maison, on a tous les deux grandi en maison et on voulait avoir une maison et pas un appartement* » (Entretien n°6)

Ainsi, comme Grenoble est entourée de montagnes, les gens partent s'y installer sans en avoir vraiment le choix, mais le facteur montagne n'est pas celui qui détermine le projet. Même si pour certaines familles la montagne est importante et fait partie du « décor », c'est plus souvent le fait de vouloir une maison, ou de vouloir rejoindre sa famille qui pousse à y aller et pas l'inverse. Une grande majorité de nos entretiens nous montre que les gens ont dans un premier temps l'idée d'avoir une maison et que le fait de l'acheter ou de la construire à la montagne arrive dans un second temps « *En fait, justement vous parlez d'habiter en montagne, en fait, moi c'est plutôt l'opportunité de reprendre une ferme familiale, donc aller là-bas. Mais voilà, la rencontre avec ma compagne a fait que c'est un projet commun qui est né, et donc voilà, en gros, son père est agriculteur aujourd'hui et l'idée c'est de reprendre la ferme tous les deux en changeant deux trois choses mais voilà. C'est plutôt l'occasion de reprendre la ferme qui moi me fait aller en montagne* » (Entretien n°33).

Il y a donc cette idée de vouloir partir de la ville dans un premier temps pour s'installer dans un cadre plus naturel qui pourrait tout aussi bien être de la campagne « *C'est à la fois la montagne et la campagne là où on est, on n'est pas dans un village nous, on est dans un hameau. Donc montagne et campagne, voilà donc c'est un lieu de ressourcement ou on respire bien, c'est moins pollué que dans la cuvette grenobloise et alors nous on a fait quand même le choix d'être en montagne mais proche de la ville notamment je travaille sur Grenoble. Et on a trouvé ces deux critères dans la maison qu'on a achetée* » (Entretien n°25).

Nous avons fait l'hypothèse que la montagne n'occupait pas une place prépondérante dans le projet d'installation des futurs habitants, cependant, cette analyse plus approfondie des entretiens qui croise les motivations par rapport à l'importance de la montagne dans le projet d'installation des enquêtés, permet de dégager un schéma qui remet en cause notre hypothèse de départ.

Le point d'analyse que nous souhaitons désormais développer est ciblé sur les différentes temporalités du projet. En effet, nous remarquons que les personnes enquêtées n'en sont pas au même stade dans leur projet d'installation.

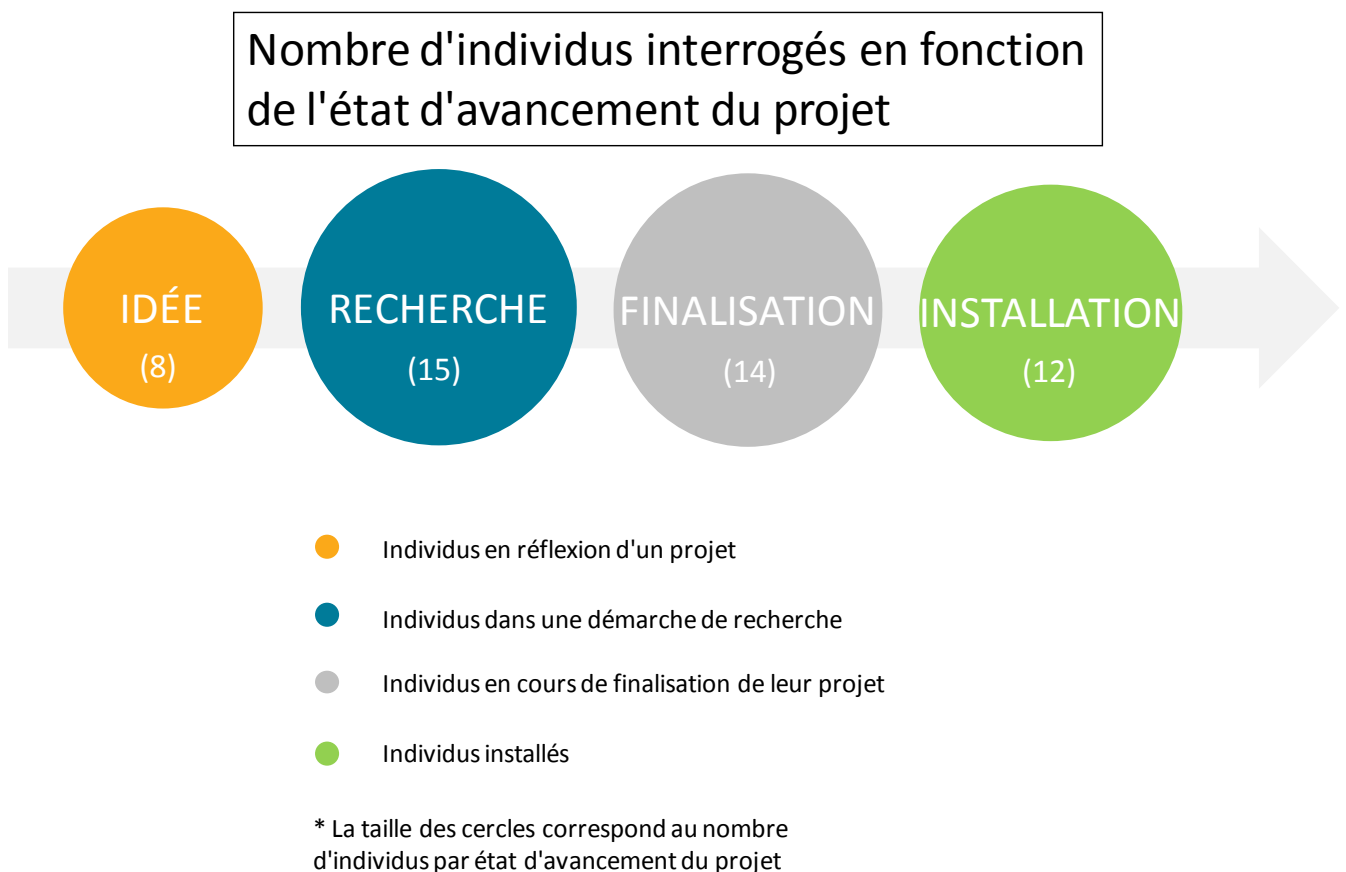


4. LES TEMPORALITÉS DU PROJET

a. Des étapes de projet bien distinctes

Un projet est un processus, c'est-à-dire qu'il s'inscrit nécessairement sur différents temps ou différentes étapes. Aussi, un projet ne peut s'étudier en éludant la question de la temporalité. Dans notre cas, il semble important de rendre compte du nombre de personnes interrogées, en fonction de l'état d'avancement de leur projet d'habiter en montagne. Le principe était ici de pouvoir classer tous nos enquêtés dans une catégorie d'état d'avancement du projet. La figure n°9 présentée ci-dessous se propose à sa façon, de représenter cette temporalité du projet.

Figure 9



Source: en nombre d'interrogés. Atelier «Habiter la montagne», le 2 janvier 2014. Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine.



Suite à l'analyse de l'échantillon, nous avons relevé différentes étapes au sein même d'un projet. De ce fait, nous avons déterminé quatre étapes fondamentales dans le projet :

- **L'idée** : Chaque projet est nourri par des événements que les individus vivent au quotidien. Ceux-ci peuvent alors apparaître comme de grands tournants dans leur vie. A un moment donné, ce ou ces événements vont faire naître une réflexion qui va déclencher une envie toute ou relative d'aller s'installer en montagne. C'est le stade premier de la temporalité du projet. « *Oui moi ce serait un projet de m'installer vraiment dans le massif du Vercors... c'est en projet ce n'est pas... je ne vais pas déménager demain, c'est un projet* » (Entretien n°11).

- **La recherche** : une fois que l'idée a germé dans l'esprit de l'individu, progressivement, cette idée d'aller s'installer en montagne devient une évidence. La décision est prise et il s'agit alors d'engager des démarches de recherches du futur lieu d'installation. C'est le second stade de la temporalité du projet. « *En fait, justement vous parlez d'habiter en montagne, en fait, moi c'est plutôt l'opportunité de reprendre une ferme familiale, donc aller là-bas* » (Entretien n°33).

- **La finalisation** : lorsque le futur lieu d'installation est enfin confirmé, l'individu en est au stade de la finalisation. Cela signifie qu'il est soit dans des procédures ou démarches antérieures à l'accès à la propriété ou à la location (logement ou activité professionnelle), soit en cours de construction de son logement « *On a acheté un terrain et les travaux sont en cours, on devrait emménager d'ici la fin de l'été prochain* » (Entretien n°28).

- **L'installation** : cette dernière et quatrième étape signifie que la personne est installée depuis peu en milieu de montagne (moins de 3 mois) ou est actuellement en train de s'installer « *Oui on y habite déjà en fait on a construit une partie en béton qui est enterrée donc on a aménagé un studio donc on vit dedans en attendant la maison* » (Entretien n°22).

b. Une répartition limitée par notre champ d'investigation

Tout au long de notre travail d'entretiens, nous avons échangé avec un panel d'individus qui couvrent les quatre étapes décrites précédemment. De plus, nous pouvons remarquer que la répartition de notre échantillon dans nos tranches temporelles de projet, est plus ou moins équilibrée. Cependant, nous pouvons mettre en évidence deux éléments. En effet, les catégories « recherche »



et « finalisation » sont les plus représentées avec respectivement 15 et 14 individus alors que la moins représentée est la catégorie « idée » comprenant seulement 8 individus. Au regard des méthodes de recrutement, les individus étant seulement à la première étape du projet (« idée ») étaient plus difficiles à saisir. Un individu peut difficilement être appréhendé s'il n'est pas à un stade plus avancé de son projet. Le passage de la première étape aux suivantes nous permet par conséquent de le repérer sur notre faisceau d'investigation, par les actions et les démarches qu'il a entrepris pour atteindre son objectif d'habiter la montagne.

D'un autre côté, la commande initiale nous restreignait à interroger des individus n'étant pas encore installés en milieu de montagne ou bien installés depuis peu de temps. Cette contrainte visait à obtenir le discours et les représentations d'individus ayant un regard encore vierge sur leur futur milieu de vie, donc de ne pas y avoir vécu depuis très longtemps. Cette limite permettait de ne pas biaiser le discours de ces personnes. Elle a aussi restreint notre nombre d'entretiens dans la dernière étape du projet, à savoir celle de l'installation.

c. Des représentations différentes selon l'étape temporelle du projet

Comme nous venons de le développer, le contenu de l'entretien est parfois sensiblement différent selon l'étape du projet dans laquelle il se trouve. Ainsi, nous faisons l'hypothèse que plus l'individu est avancé dans son processus d'installation en montagne, plus le concret prend le pas sur l'imaginaire. Par empirisme, cette réflexion nous permet d'avancer une règle, qui peut connaître ses exceptions, mais qui pourrait traduire la valeur des représentations des individus interrogés.

- **L'idée** : les représentations issues des individus ne faisant pas encore de recherches, sont plus assimilées aux représentations, à l'imaginaire, au subjectif. C'est cela qui aide à construire leur discours. En cela, le matériel discursif recueilli, est davantage centré vers un idéal. Très peu d'autres éléments présentant des frottements entre les représentations et la réalité, ne surgissent.

En effet, les personnes n'ayant pas encore fait de démarches de recherche sont moins dans le concret. Ils font souvent références à une connaissance ou aux souvenirs qu'ils ont du lieu : « moi j'y ai vécu jusqu'à l'âge 7 ans, j'en garde de bons souvenirs » (Entretien n°20), « et puis ils allaient là-bas quand j'étais petite donc ils connaissent » (Entretien n°18). Le nom de la commune n'est pas toujours



avancé, si certains l'évoquent, cela résonne davantage comme un choix d'aller vers une commune qui serait « idéale » à leur yeux : « *Mais encore une fois si je trouve l'exploitation idéale au fin fond de la Drôme, ben j'irai m'installer au fin fond de la Drôme* » (Entretien n°18). Parfois, les enquêtés osent davantage se projeter dans LE projet d'habiter la montagne mais l'analyse relève encore bien souvent une forte incertitude.

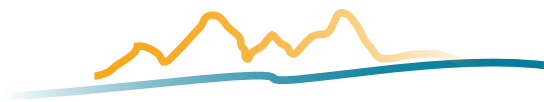
- **La recherche et la finalisation** : dans le cas où les individus sont en recherche ou en finalisation de leur projet, la place des représentations est moins prégnante. Les individus ont un projet plus clair et plus précis, qui s'appuie davantage sur des faits concrets. Ils expliquent plus en détail leur propre projet et la forme que va prendre son installation. Il y a donc à priori un léger décalage entre le matériel discursif de l'étape « idée » et des deux étapes suivantes.

Pour approfondir ce qui vient d'être dit, nous remarquons que lorsque les personnes parlent plus librement, sans être contraintes par une question en particulier, l'aspect projet et ce qu'ils veulent faire sur place, prend une plus grande place. Des questions plus concrètes ou terre-à-terre, rentrent en ligne de compte ; les temps de trajet domicile-travail, le prix de la maison, etc. Ils peuvent également se projeter dans un futur proche : « *On fera les allers et retours tous les jours pour nos travaux et si possible faire du covoiturage* » (Entretien n°28).

- **L'installation** : à partir du moment où l'individu s'est installé et qu'il vit dans ce nouveau milieu de montagne, les représentations vont progressivement se modifier. La vie quotidienne dans ce nouveau lieu de vie va induire des frottements entre la réalité vécue et ses représentations antérieures. Le passé va perdre sa place au profit du présent.

Les individus sont plus centrés sur ce qu'ils vivent au quotidien. Instinctivement, ils développent les avantages et les inconvénients qu'ils ont déjà vécu depuis leur arrivée : « *On s'y accomode très bien, on est plus attentif à la météo donc quand on voit qu'il va neiger le lendemain on couvre la voiture et puis c'est bon* » (Entretien n°25).

Ainsi, suite à l'analyse qui vient d'être réalisée nous pouvons confirmer que suivant la phase temporelle où chaque futur habitant se situe, les discours varient. Nous allons dès à présent nous attacher à développer les paradoxes qui sont ressortis dans les discours.



5. DES MOTIVATIONS D'HABITER LA MONTAGNE PARFOIS PARADOXALES

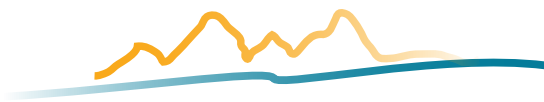
Après analyse de nos entretiens, on remarque qu'il existe des paradoxes assez clairement repérables dans le discours des enquêtés. Sans faire de généralités, on constate que dans la majorité de nos entretiens, des discours contradictoires sont mis en évidence, avec souvent cette idée « d'habiter la montagne » MAIS « pas trop loin de tout ».

A travers ce paradoxe principal, on peut dégager trois exemples types de contradictions tirés du discours des enquêtés.

a. S'installer dans un petit village de montagne MAIS avoir accès à des services

En effet, beaucoup de nos enquêtés évoquent ce besoin d'avoir accès à des services variés mais réclament également cette ambiance « village ». Comme nous l'avons vu précédemment, il existe dans l'imaginaire des futurs habitants, une solidarité et une convivialité beaucoup plus forte dans les villages montagnards qu'en ville. Comme l'énoncent certains enquêtés « *les gens qui habitent en montagne, c'est fantastique, la montagne sans les gens ce n'est pas pareil du tout, c'est important parce que c'est beau, c'est fort, c'est fort la montagne !* » (Entretien n°24) ; « *à Paris on est plutôt inconnu parmi des millions de personnes et j'ai quand même l'impression que quand on va sur des plus petites communes, d'ailleurs ce n'est pas forcément qu'à Villard de Lans, mais c'est le fait d'être dans une plus petite commune et de se retrouver non pas un numéro parmi d'autres mais une personne parmi d'autres personnes avec des liens de solidarité qui se mettent en place, qui se tissent et une entraide quasi permanente et je le vois bien parce qu'au moment où je vous parle j'ai des échanges avec au moins deux personnes sur Villard de Lans qui bien avant que je ne sois arrivé commencent déjà à m'aider* » (Entretien n°13) ; « *Et le fait que ce soit des villes qui datent du Moyen Age, de petites villes et villages ça fait que l'ambiance est toujours créée, elle s'est maintenue et c'est pas du tout artificiel ou nouveau. On sent vraiment des traditions très très fortes dans le Vercors et ça c'est très important* » (Entretien n°24). Cette ambiance « village » semble donc importante aux yeux de nos enquêtés.

Pourtant les petites communes de montagne dispose de moins de services qu'en ville ce qui implique de descendre dans la vallée pour accéder à une offre plus diversifiée. Cela se vérifie dans le discours



des futurs habitants qui en sont conscients « [...] *inconvénients sur le long terme j'en vois un, c'est par rapport aux enfants, on en a pas encore mais si on se plaît et qu'on reste là-bas, c'est au niveau des écoles. Je ne me suis pas renseignée mais au niveau des commodités, après le collège je ne sais pas. Ça peut peut-être un handicap pour le futur* » (Entretien n°5) ; « *Oui bin là y a justement une stratégie. D'abord c'est parce qu'on a des enfants en école primaire et en collège donc heu... les enfants nous ont dit, si vous déménagez... un enfant de 10 ans nous a dit 'si on déménage vous bousillez ma vie' heu... les collégiens nous ont dit 'd'accord où vous voulez à condition qu'on ne change pas de collège' (rires). Donc ça laisse des champs très très limités* » (Entretien n°10).

Pour autant, bon nombre d'entre eux semble s'accommoder de cette situation, du moins on ne ressent pas d'inquiétude particulière par rapport à cette question-là. À plusieurs reprises dans le discours des enquêtés, les mots « adaptation » et « organisation » sont ressortis pour désigner leur future vie en montagne « *Nous par exemple dans le village on n'a pas d'école, bah le jour où on a des enfants bah il va falloir faire des kilomètres soient avec les gamins soit qu'il y ait encore un transport scolaire. Nous on n'a pas de commerces dans le village, on n'a pas de services, on n'a rien du tout, c'est ce qui fait le charme aussi, il suffira de s'adapter* » (Entretien n°19) ; « *de toute façon on va devoir prendre la voiture tous les jours pour aller au boulot du coup on va passer devant les commerces tous les jours donc ce n'est pas vraiment un problème* » (Entretien n°6). Cette dernière citation aborde également la question des allers retours entre la ville et le lieu d'habitation en montagne, ce qui nous permet de passer au second exemple de paradoxes dans le discours des enquêtés.

b. Respecter des valeurs environnementales MAIS utiliser quotidiennement la voiture

Pour certains de nos enquêtés, il y a cette idée que partir vivre à la montagne c'est se rapprocher de la nature et donc adopter des comportements de respect de l'environnement. Nous supposons que le fait de partir à la montagne donne un statut particulier : comme si les montagnards étaient plus respectueux de la nature du fait qu'ils y habitent « *On sent des gens qui sont motivés par la nature, par le respect de la nature, la force de la nature, on sent que ces gens-là ils sont construits par la nature ce n'est pas eux qui construisent la nature, c'est la nature qui les construit* » (Entretien n°24).

Pour autant, comme nous l'avons évoqué précédemment, une grande partie de nos enquêtés souhaitent rester proche de la ville où ils ont leur emploi. Cela implique donc de faire des allers retours tous les jours, en voiture pour la plupart, peut-être plus longs que de là où ils habitaient



avant. On peut donc s'interroger sur ce comportement dont certains enquêtés sont conscients « *mais c'est vrai que le fait d'aller se mettre en montagne, bon ben à un moment donné, on s'est dit on se retrouve à faire des trajets, ce n'est pas forcément ce qu'on voulait, d'un autre côté on n'a pas forcément le choix* » (Entretien n°22).

Certains évoquent également l'envie d'élever leurs enfants dans un milieu plus naturel que la ville, dans une maison avec du terrain, « *élever les enfants au vert* » avec toujours cette idée d'inculquer le respect de l'environnement « *Du coup, le cadre est magnifique puis la tranquillité parce que c'est un petit village quoi. Et donc on a trouvé une maison avec un grand terrain pour les enfants c'est sûr que c'est mieux. Du coup, on a deux enfants et voilà* » (Entretien n°8) ; « *on est une famille qui aime beaucoup la nature, la montagne, la randonnée et ça pourra permettre à nos enfants d'être plus facilement et plus rapidement proche de la nature et des sentiers* » (Entretien n°9) ; « *on est sur un terrain où l'on a pas de vis-à-vis, si ce n'est la vue sur la montagne et cela nous permet d'avoir un bout de terrain pour que les enfants puissent jouer dehors, la forêt est juste à côté. Pour pouvoir les élever au grand air et avec d'autres idéaux que ceux qui sont urbains* » (Entretien n°39).

c. Être au calme, isolé et près de la nature MAIS rester connecté et proche de la ville

Dans la majorité des discours, les enquêtés évoquent un besoin de nature, de calme et d'isolement et pourtant la plupart veulent rester connectés « *Oui alors après c'est assez paradoxal c'est à la fois rechercher ce lien social mais en même temps chercher l'isolement, ça peut paraître complètement paradoxal mais je pense que ça fonctionne ensemble aussi* » (Entretien n°11). C'est-à-dire qu'ils veulent être proche des voies de circulation, des transports en communs, pour se rendre à leur travail en ville comme dit précédemment « *On veut vivre autrement mais toujours à proximité de nos métiers* » (Entretien n°24).

Ceci vient appuyer la présence d'un compromis entre la ville et la montagne qui est ressorti assez souvent dans le discours des enquêtés « *La proximité de la ville c'était important et le Vercors c'est quand même le plus près. Et moi, si mon mari avait été à la retraite, je serais allée habiter plutôt à Villard-de-Lans qu'à St-Nizier [...] c'est équidistant donc c'est un compromis* » (Entretien n° 24) ; « *on ne voulait pas isoler nos enfants non plus de ce qu'ils connaissent en ville. Donc là on a trouvé la maison idéale pour notre projet de vie en fait voilà. C'est une montagne sans être trop une rupture totale avec la vie sociale, surtout autour de notre famille quoi* » (Entretien n°9).

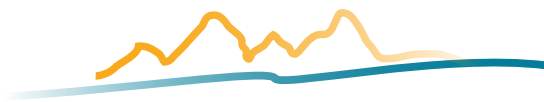


La météo et le facteur neige sont également sujet d'inquiétude chez nos enquêtés tout en étant également un avantage, ce qui fait contradiction « *Ben ça c'est encore un petit inconvénient... Pour l'hiver par exemple. A Chichilianne y'a beaucoup beaucoup de neige l'hiver et du coup pour moi c'est un inconvénient [...] Moi je n'aime pas rouler sur la neige, j'ai peur de rouler sur la neige par exemple [...] Ah c'est sûr qu'on est à côté d'une station de ski de fond par exemple. Chichilianne c'est une station de ski de fond. Ouais pour le ski, le sport d'hiver c'est sûr que la neige c'est génial* » (Entretien n°8).

En effet, ils cherchent du calme, de l'isolement en s'installant en montagne, tout en sachant qu'il y aura de la neige en hiver avec des conditions de circulation peut être plus difficiles qu'en ville. Pour autant, tandis que certains considèrent cela comme une source d'appréhension, celle-ci est contrebalancée par la solidarité et l'entraide, valeurs mises en avant par les futurs habitants « *en milieu de montagne je pense qu'il y a un lien et une certaine solidarité parce que tout le monde est dans la même galère, je parle au niveau du climat là pour le coup, c'est la période hivernale, du coup je pense qu'il y a pas mal d'entre-aide...* » (Entretien n°11).

De plus, les petits villages de montagne sont habitués à la neige et donc équipés, si bien qu'il y a parfois en ville plus de difficultés « *Mais je sais que cet hiver ça a beaucoup neigé, on n'a pas eu de problèmes tandis que sur Grenoble il n'arrivait pas à circuler parce que justement il était empêtré dans la neige. Mon mari circulait très bien sur le plateau et très mal en arrivant à Grenoble* » (Entretien n°24).

Pour conclure cette partie sur les paradoxes, nous avons pu remarquer qu'il existe de nombreuses contradictions dans le discours des enquêtés pour ce qui est de leurs motivations d'habiter la montagne. A travers les trois exemples que nous avons développé, l'idée de partir vivre en montagne tout en restant près de tout se dégage fortement. Très peu de nos entretiens ont révélé une envie de vivre en autarcie, sans lien avec la ville. Que ce soit pour des projets familiaux ou professionnels, il y a toujours une bonne raison de rester proche d'une ville pourvue de services. L'idée de partir dans un lieu reclus peut donc faire peur et c'est là que la notion de compromis ressort. Partir vivre en montagne pour fuir les nuisances de la ville, d'accord, mais tout en en restant proche pour profiter de ses aménités. C'est une idée qui rassure nos enquêtés comme on peut le voir dans ces quelques citations « *On ne se lance pas dans l'inconnu non plus car on est passé de Lyon à Crolles et de Crolles on va aux Adrets. En vieillissant on prend plus d'assurance, on sait ce qu'on veut* » (Entretien n°28) ; « *Le choix qu'on a fait c'est aussi un compromis car on est à la montagne mais pas dans un lieu très reclus, en fait on n'est pas très loin de Saint-Egrève* » (Entretien n°9) ; « *J'ai choisi une grosse station, je n'avais pas envie de m'aventurer dans un endroit que je connaissais pas du tout [...] Aux 2 Alpes il y a toujours cet esprit ville* » (Entretien n°3) ; « *On cherchait aussi à être*



en montagne, mais pas loin d'un centre-ville. On ne voulait pas être éloignés d'une agglo comme Saint Pierre Chartreuse par exemple [...] on ne voulait pas être plus longtemps à Grenoble et ni dans l'agglomération. On ne souhaitait pas habiter en ville de toute manière, c'était notre premier choix » (Entretien n°5).

Les idéaux de nos enquêtés sont parfois remis en question par des pratiques nécessaires pour pouvoir vivre comme ils le veulent. Par exemple, s'éloigner de leur lieu de travail implique nécessairement de faire des trajets plus longs et dégrade un peu cette idée de respect de la nature qu'ils défendent en s'installant en montagne. Finalement, tous les compromis que les futurs habitants font et qui ressortent dans leur discours, leur permettent de concilier leur désir d'habiter en montagne avec leur vie professionnelle et sociale. Les avantages de la montagne compensent les inconvénients qu'ils peuvent trouver en s'y installant. Par exemple, les trajets plus longs pour aller au travail ou pour accéder à des services sont compensés par le cadre de vie idéal qu'offre la montagne, si bien que les inconvénients sont presque gommés *« Je vois que des avantages, j'y vois des avantages de vie. Puisque quand on rentre chez soi le soir, même si on a du faire de la route, et ben on est au calme. À la montagne ou à la campagne, on est déjà un peu en vacances quand on rentre chez soi le soir » (Entretien n°39).*

Pour terminer l'analyse des discours, nous nous sommes arrêtés sur les trajectoires de vie des enquêtés afin d'éclaircir les interrogations suivantes : d'où viennent nos enquêtés et où vont-ils?

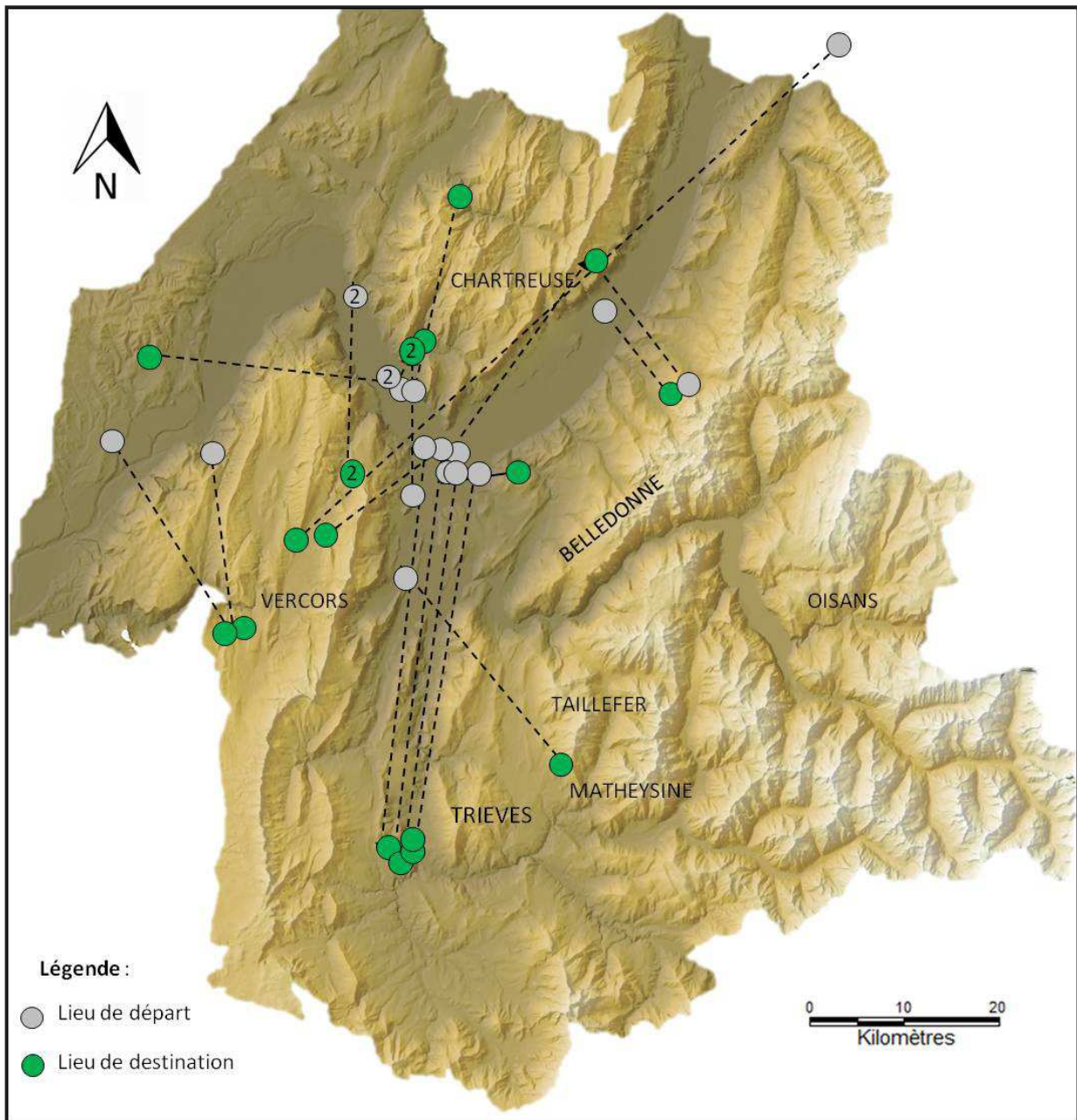
5. LES TRAJECTOIRES DE VIE DES FUTURS HABITANTS

Si nous nous souhaitons développer dans cette partie les « trajectoires de vie » des futurs habitants, ou plus communément appelées « parcours de vie », c'est pour mieux comprendre les mouvements des populations interrogées.

Ainsi, afin de représenter au mieux les trajectoires de 48 personnes enquêtées, nous avons fait le choix de privilégier deux entrées que l'on peut qualifier de « visuelles ». En effet, c'est d'une part l'outil cartographique qui nous aidera à visualiser ces trajectoires, et d'autre part la Bande Dessinée (cf. poster présenté lors de la présentation du 21 février 2014).

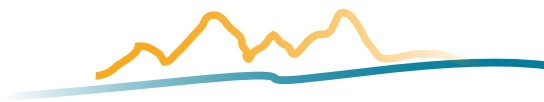


Carte 2 : Les trajectoires de vie des futurs habitants résidant dans le territoire d'étude



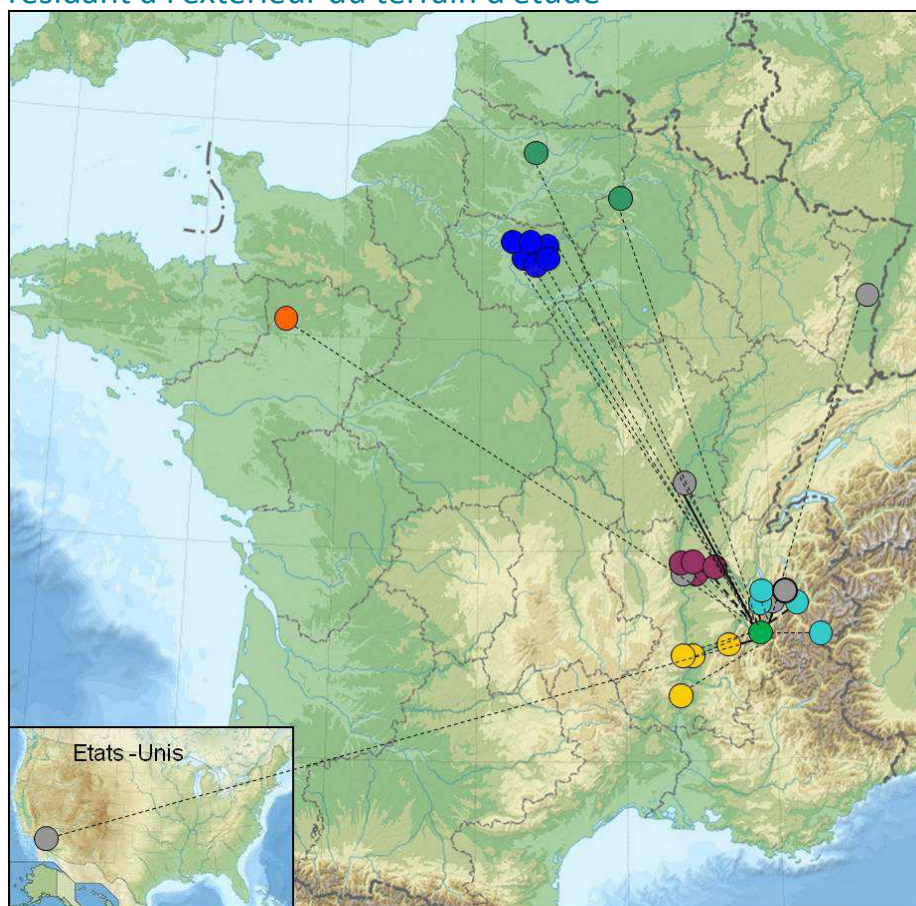
Source : Atelier « Habiter la montagne », réalisée sur Qgis le 18/11/2013 par les étudiants de Master Ingénierie du Développement Territoriale, Institut de Géographie Alpine

Cette carte ne concentre qu'une partie de nos interrogés, les futurs montagnards qui habitent d'ores-et-déjà au sein de notre territoire. Ce sont donc des personnes qui s'installent en montagne, en s'éloignant de moins de 50 km. Cette carte permet de visualiser le lieu de départ des futurs habitants (point gris) ainsi que leur lieu d'arrivée (points verts), tous deux reliés par un trait en pointillé qui illustre la trajectoire dont on parle. Les points de couleurs comprenant le chiffre 2 correspondent aux couples qui ont été interrogés.



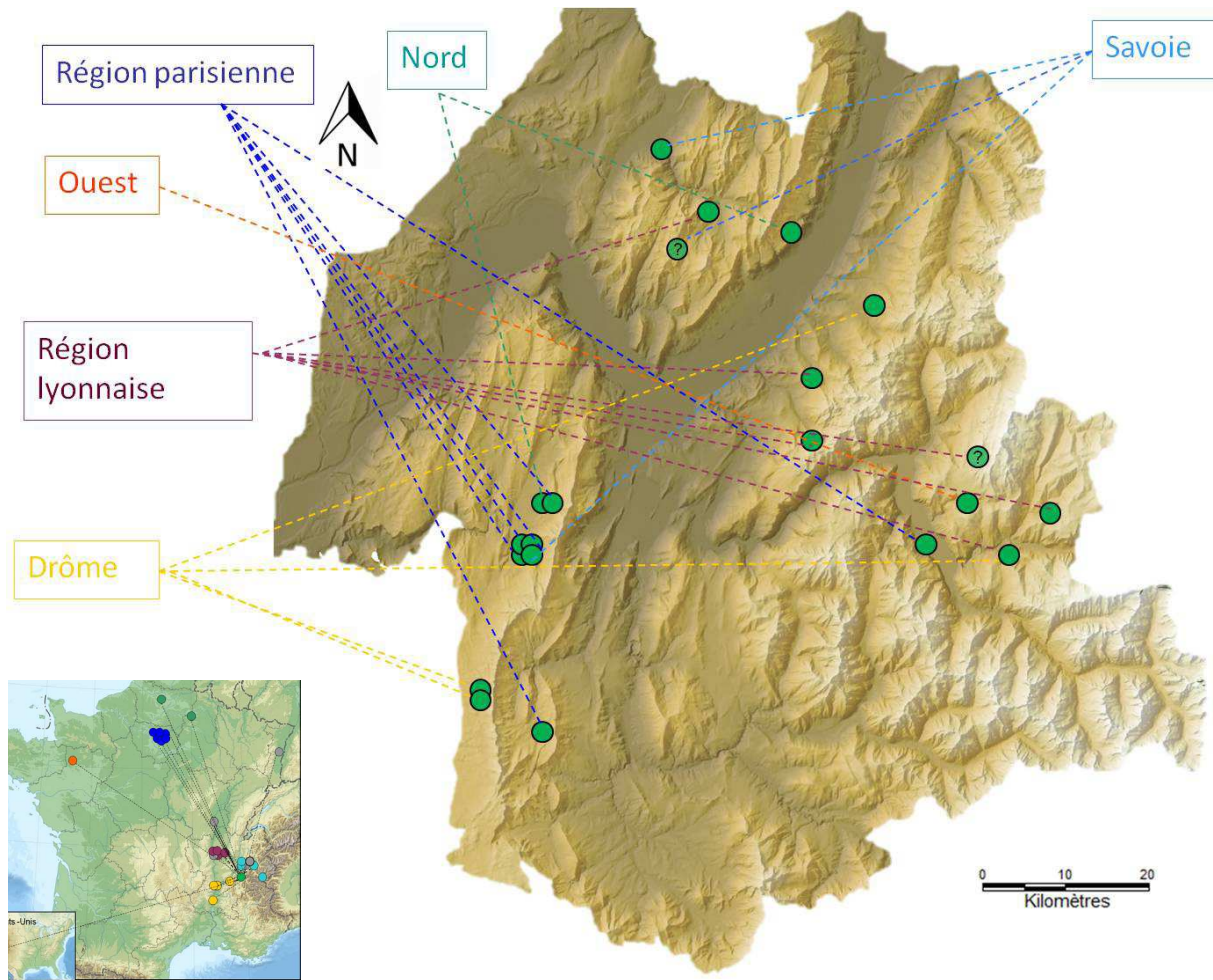
On peut observer grâce à cette carte que sur les 19 enquêtés qui habitent déjà dans le territoire, 13 d'entre eux résident dans le Y grenoblois. Ce sont donc des personnes qui ne s'éloignent pas beaucoup de leur lieu d'habitat actuel, ceci se retrouve d'ailleurs chez les 2 enquêtés qui habitent à Saint-Egrève et qui montent de quelques kilomètres dans le massif de la Chartreuse. 4 personnes vont s'installer à Chichilianne dans le Trièves, 2 en Belledonne et 1 dans le Taillefer. Nous avons également pu avoir la configuration d'une personne qui change de massif, allant de Belledonne en Chartreuse. Cette personne en couple, a décidé de quitter la commune de Laval, pour aller s'installer à Saint-Hilaire-du-Touvet car elle trouvait que Laval était trop ombragé. Elle recherchait ainsi un terrain pour faire construire une maison peu consommatrice d'énergie, avec une ossature en bois et en paille et nous a confié la difficulté de trouvé un terrain sur le plateau. Les secondes cartes que nous proposons pour compléter la représentation des trajectoires de vie, s'attardent sur les futurs habitants qui proviennent de l'extérieur du territoire d'étude, ils sont donc 31 au total, dont une personne qui habitent actuellement à Los Angeles, aux Etats-Unis.

Carte 3 : Les trajectoires de vie des futurs habitants résidant à l'extérieur du terrain d'étude



Source : Atelier « Habiter la montagne », réalisée sur Qgis le 18/11/2013 par les étudiants de Master Ingénierie du Développement Territoriale, Institut de Géographie Alpine

Carte 4 : Zoom sur les trajectoires de vie des futurs habitants résidant à l'extérieur



Source : Atelier « Habiter la montagne », réalisée sur Qgis le 18/11/2013 par les étudiants de Master Ingénierie du Développement Territoriale, Institut de Géographie Alpine

Nous avons fait le choix ici de réaliser deux cartes distinctes à deux échelles différentes, afin de visualiser où nos enquêtés habitent actuellement et vers quel massif et quelle commune ils se dirigent. Nous avons identifié des points de couleurs différentes en fonction de la région d'origine. Pour cela, nous avons distingué 6 zones géographiques dans lesquelles nous pouvions réunir chacun des 29 entretiens, soit la région parisienne, la région lyonnaise, la Drôme, la Savoie, le Nord et l'Ouest de la France. Pour chacune de ces zones est donc associé une couleur que l'on retrouve sur les 2 cartes, ce qui permet de faire le lien. Certains individus n'ont pas d'idées précises sur leur commune de destination mais ils ont tout de même la volonté d'aller s'installer dans un des massifs environnant Grenoble, nous les avons donc fait apparaître en gris afin de repérer leur lieu de vie actuel. La situation des personnes enquêtées que l'on peut observer grâce à la carte de la France interpelle notamment dans la répartition géographique des enquêtés. Nous remarquons en effet que c'est dans la Région Rhône-Alpes que se trouvent en grande partie les futurs habitants interrogés, mais également dans la partie nord de la France, dont la région parisienne. Aucune personne du sud ou du sud-ouest de la France ne fait partie de notre échantillon.



Plus généralement, nous remarquons que les personnes habitant dans la région parisienne s'installent en majorité dans le Vercors (cinq sur six) dont trois à Villard-de-Lans. Il s'agit pour l'essentiel de CSP plus. Quant aux enquêtés provenant de la région lyonnaise et s'installant en Oisans ou Belledonne, ce sont majoritairement des saisonniers.

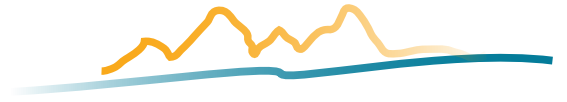
Concernant la zone géographique de la Drôme, elle réunit des personnes venant des alentours de Valence et de Montélimar. Une partie d'entre elles s'installe dans le Vercors qui est le massif à proximité de leur lieu de vie actuel (deux sur quatre).

La zone savoyarde regroupe essentiellement des personnes de Chambéry et de la Maurienne. On remarque que celles de Chambéry vont en Chartreuse, qui est le massif le plus proche de la ville, alors que celles de la Maurienne se dirigent plus vers le Vercors.

De manière plus générale, près de la moitié des personnes interrogées habitent dans un rayon de moins de deux cents kilomètres des massifs tandis que l'autre moitié est à plus de cinq cent kilomètres. Les distances sont donc assez variables, des personnes qui « montent » de 10 km à celles qui viennent de l'autre bout de la France, ou même du reste du monde. Cependant, nous remarquons que même les personnes venant de « loin » ne se dirigent pas toujours vers l'inconnu. En effet, certains de ces futurs habitants ont déjà habité dans le territoire, ou y sont déjà partis en vacances, ou ont de la famille ou des amis sur place.

Les cartes qui ont été réalisées s'appuient donc sur des trajectoires de vie réelles : celles des futurs habitants que nous avons interrogés. Nous souhaitons approfondir cette analyse en mobilisant un support un peu particulier qu'est la Bande-Dessinée. Nous avons fait le choix de représenter 3 trajectoires de vie spécifiques sous forme de poster, que nous présenterons le 21 février, comme il a été dit précédemment.

L'analyse des discours des futurs habitants est désormais terminée. Nous allons dès à présent présenter la seconde analyse, réalisée sur le logiciel N Vivo. Des éléments nouveaux vont pouvoir être apportés, mais nous retrouverons également des choses qui ont d'ores-et-déjà été développées au sein de cette partie, ce qui a pour but d'appuyer ce qui vient d'être présenté. La partie dédiée à N Vivo s'organise en deux temps, tout d'abord une présentation de la méthodologie avant de se concentrer sur l'analyse des discours.





MÉTHODOLOGIE ET DÉMARCHE D'ANALYSE

Le logiciel NVivo est un outil informatique permettant une analyse plus fine des enquêtes qualitatives. Nous avons choisi de nous en servir dans un souci de compléter l'analyse précédemment développée. Cette partie du rapport présente les résultats du traitement des entretiens par encodage, permettant une lecture des discours des enquêtés par thème ou tout élément significatif (mot clé, idée, sentiment, valeur) sur l'ensemble du corpus.

Une première partie s'arrêtera sur la démarche méthodologique employée avec ce logiciel, en expliquant les choix de codage qui orientent l'analyse. Une seconde partie présentera les résultats de l'analyse des discours tout en les mettant en perspective, au regard des hypothèses préalablement définies. Le dernier temps fera le bilan de cette analyse et exposera les limites de ce travail.

L'analyse des données qualitatives avec le logiciel NVivo se conduit en trois temps, afin d'optimiser l'exploitation du corpus d'entretiens :

- La mise en forme du corpus
- L'encodage
- L'analyse (requêtes par croisements de données et résultats)

Plusieurs termes techniques sont au cœur du fonctionnement de Nvivo, nous les définirons afin de mieux les comprendre. Les définitions suivantes sont en partie issues de l'outil d'aide du logiciel :

Nœud / code: collection de références sur un thème, un lieu, une personne ou d'un autre domaine d'intérêt.

Deux sortes de nœuds sont possibles : parents et enfants, les premiers regroupant les seconds et composant des catégories de thèmes.

Codage/Encodage : action de mettre une partie du discours dans un ou plusieurs nœuds (double-encodage).

Source : matériaux de l'étude (documents, vidéos...).

Référencement : partie de texte qui a été intégrée à un nœud. Le sens de cet extrait (paragraphe, phrase, mot) renvoi à la thématique définie par celui-ci.

Couverture : pourcentage de la surface du document source qui est couverte par un ou plusieurs référencements.



1. MISE EN FORME DU CORPUS A ANALYSER

Le traitement des entretiens par le logiciel NVivo requiert une mise en forme rigoureuse pour faciliter l'analyse de l'ensemble du corpus.

L'encodage étant un travail conséquent qui nécessite de la précision, il est préférable de respecter les éléments de mise en forme suivants :

- réaliser un fichier par entretien nommé par son numéro
- créer un entête commun précisant le numéro d'entretien et les caractéristiques pour l'identifier (date, enquêteur, profil de l'enquêté : âge, CSP etc.)
- différencier les questions des réponses (par exemple : Q1 pour la question 1 et R1 pour la réponse 1)
- uniformiser tous les entretiens selon la même mise en page.

2. ENCODAGE DES ENTRETIENS

Le choix des « nœuds » (ou codes), qui regroupent des mots et phrases extraites des discours renvoyant à des thèmes, des idées, des valeurs ou encore des sentiments particuliers, se construit durant la phase d'encodage du corpus.

L'encodage des entretiens est délicat et demande d'être vigilant du fait de son caractère déterminant pour la suite de l'analyse, car il oriente le traitement des données. La définition des nœuds constitue une étape majeure de l'analyse, raison pour laquelle il est nécessaire de prendre en compte certains points:

- le nombre de personnes participant à l'encodage (2 à 4 personnes) doit tenir compte de la subjectivité de l'exercice. L'analyse peut potentiellement être moins cohérente si ce nombre est trop élevé.
- une lecture préalable des entretiens est nécessaire pour avoir une idée globale de l'éventail des thèmes abordés.
- les nœuds créés doivent être pertinents pour l'analyse à partir de l'ensemble des discours
- le respect de l'objectif de l'analyse est à vérifier pendant la création des nœuds et l'encodage (importance du contenu des nœuds).



a. La démarche de l'atelier

Dans un premier temps, un encodage exploratoire a été effectué par démarche inductive pour relever des catégories d'idées, thématiques et mots clés permettant de pré-constituer les «nœuds ». La démarche inductive est fondamentale dans l'analyse des discours car elle consiste à déterminer les codes à partir des propos des enquêtés, au cours de la lecture et selon les thèmes abordés (procédure de découpage du texte et repérage des indicateurs). Le premier encodage exploratoire sur un entretien « type » permet d'obtenir une base de nœuds, à savoir les clés de lecture du corpus d'entretiens. Ces nœuds se précisent par les premiers encodages (ajouts, suppressions, contenu des nœuds).

Nous avons ensuite procédé de manière déductive en émettant l'hypothèse de la structuration des discours, selon trois axes identifiés comme étant des leviers de construction du projet d'habiter la montagne : la dimension biographique, la dimension rationnelle et la dimension idéale. Il a été décidé de regrouper les nœuds à travers ces trois catégories de « nœuds parents », afin de faciliter et de cadrer notre analyse compte tenu des objectifs. L'association de thèmes et idées à des catégories de dimensions du projet d'habiter la montagne a pour but d'obtenir une analyse plus fine des discours. Cela fait d'ailleurs référence à l'hypothèse de la triple trajectoire énoncée dans la commande de l'atelier avec une structuration des discours par la « trajectoire de vie » renvoyant à la *dimension biographique*, la « trajectoire à partir d'une situation donnée » renvoyant à la *dimension rationnelle* et la « trajectoire vers un idéal » renvoyant à la *dimension idéale* du projet.

Toutefois, l'inclusion d'une démarche déductive demande de la prudence pour ne pas fausser le discours, car elle constitue déjà un premier niveau d'analyse. C'est la raison pour laquelle l'approche inductive est ici privilégiée tout en appuyant l'analyse sur l'hypothèse des trois axes structurants des discours, confortés avec la mise à plat des données. Nous avons donc relevé les thèmes, idées, valeurs et sentiments qui ressortent des entretiens pour les traduire en codes. Une fois les nœuds fixés, l'encodage peut être effectué pour l'ensemble des entretiens.

b. Présentation de la structure d'encodage

Avant d'aborder le cœur de l'analyse, la définition des termes employés pour les nœuds est indispensable. Ainsi, voici le détail des catégories et nœuds obtenus et les caractéristiques de leur contenu.



- **Enquêteurs** : *les questions et relances de l'enquêteur.*
- **Bric-à-brac** : *tout ce qui n'intéresse pas notre étude et qui ne rentre dans aucun autre nœud.*

Dimension biographique et construction du projet : le choix d'habiter la montagne intervient à un certain moment dans l'histoire des individus et des familles, nouveaux résidents et entrepreneurs.

- **Expériences** : *les habitudes et les expériences (passées ou présentes) de l'individu qui peuvent être déterminantes dans son projet d'habiter la montagne.*
- **Projet familial** : *projet d'habiter la montagne collectif, en couple avec ou sans enfants, ou encore motivé par des raisons familiales.*
- **Projet personnel** : *projet propre à l'individu et indépendant de la situation familiale, seul ou en couple.*
- **Projet professionnel** : *projet motivé par des raisons professionnelles (installation d'une activité, reconversion, activité saisonnière, etc.).*

Dimension rationnelle de comparaison avec une situation donnée: le choix d'habiter la montagne est motivé par le rejet d'éléments propres à la situation initiale (ex : pollution en ville) et l'aspiration à une autre situation considérée comme meilleure.

- **Compromis ville-montagne** : *les individus s'installent en montagne mais gardent une certaine dépendance au milieu urbain, souhaitant s'en éloigner tout en restant connectés.*
- **Hasard** : *la réalisation du projet est liée à une opportunité, une chance, des éléments imprévus.*
- **Urbaphobie** : *notion qui renvoie au rejet de la ville sous toutes ses formes (pollution, insécurité, nuisances sonores, rapports sociaux, etc.).*

Dimension idéale de projection d'images sur le territoire : le choix d'habiter la montagne est motivé par une utopie et la volonté d'accéder à un meilleur cadre de vie et un ensemble d'aménités environnementales, récréatives et sociales.

- **Cadre de vie** : *description de l'environnement naturel, social et de l'ambiance du lieu.*
- **Potentiel** : *les pratiques mais aussi les valeurs accessibles dans le nouveau lieu de vie, ce qu'ils espèrent pouvoir faire qui était impossible avant.*
- **Sociabilité** : *état d'esprit attendu dans le futur lieu d'installation, relation sociale avec les individus, les voisins, etc.*



3. ANALYSE DU CORPUS

L'encodage ayant été réalisé, nous avons effectué plusieurs requêtes pour décrypter les entretiens.

Une matrice de codage a été calculée pour mettre en rapport les nœuds avec les individus, les nœuds parents avec les nœuds enfants, ainsi que les nœuds enfants entre eux. Les résultats s'affichent sous forme de tableaux croisant les informations souhaitées. Le nombre de référencements permet de savoir si les extraits retenus dans chaque nœud sont plutôt de longs paragraphes (ou l'idée est potentiellement mieux réfléchie, les représentations plus argumentées) ou plutôt des extraits de discours parsemés tout au long de l'entretien. Le nombre de mots et la couverture permettent quant à eux de mesurer le poids de chaque thème évoqué dans le propos des personnes enquêtées.

Pour l'analyse des discours en tris croisés, des ensembles ont été créés à savoir les tranches d'âge, les Catégories Sociaux Professionnelles (CSP) et le sexe des enquêtés. Renommés en tant que tels, les ensembles comprennent les entretiens qui correspondent à ces caractéristiques. Cela permet ainsi de croiser facilement les nœuds en fonction des ensembles choisis afin de voir si des tendances se dégagent et/ou si les caractéristiques ont une influence sur le discours des enquêtés.



ANALYSE DES DISCOURS

Une fois le corpus d'entretiens encodés, nous avons commencé par une analyse générale de ce codage, pour juger de la pertinence de nos choix. Sur les 48 entretiens analysés, la moyenne de couverture de texte est de 5,5% dans *bric à brac* et la médiane est de 4 %. C'est à dire qu'en moyenne seulement 5% des propos des enquêtés sont inutilisables ou hors sujet pour notre analyse. Il faut ajouter que deux entretiens tirent la moyenne vers le haut, avec 26% et 34% de leur texte n'ayant pas été utilisé pour l'analyse.

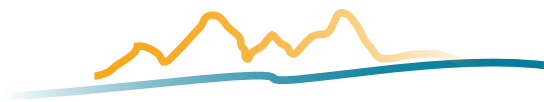
Pour l'ensemble du corpus, l'intervention de l'enquêteur (questions et relances) se mesure en moyenne à 22%. Un seul entretien mesure une couverture de paroles presque équivalente à l'enquêté. Il s'agit de l'entretien numéro 15, un jeune homme peu bavard qui établit des démarches pour devenir saisonnier dans les Alpes sans destination précise.

Quatre entretiens affichent plus de 90% de leur couverture de texte dans la triple dimension comme le montre le tableau n°1. Il reste difficile de les considérer comme des entretiens exemplaires car les propos de l'enquêté peuvent être potentiellement très étendus pour exprimer une idée.

Tableau 1 : EXTRAIT DU TABLEAU REPARTITION DU TEXTE DES ENTRETIENS

	Triple dimension	Enquêteur	Bric à brac
Entretien 1	92,76 %	2,86 %	4,38 %
Entretien 10	89,32 %	10,46 %	0,23 %
Entretien 13	69,99 %	29,95 %	0,06 %
Entretien 14	75,87 %	12,65 %	11,48 %
Entretien 16	78,97 %	20,56 %	0,47 %
Entretien 17	74,79 %	22,53 %	2,68 %
Entretien 18	81,6 %	18,02 %	0,38 %
Entretien 19	80,31 %	18,23 %	1,45 %
Entretien 2	81,23 %	15,14 %	3,63 %
Entretien 20	67,12 %	25,45 %	7,43 %

Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine



Le corpus ne contient pas d'aberrations notables qui donneraient une analyse de mauvaise qualité. Cette première analyse confirme le potentiel de notre codage et réserve une couverture de texte importante à analyser. Avant de la débiter, il semble important d'énoncer les hypothèses sur lesquelles nous nous sommes appuyés pour la réaliser. La partie qui suit se base sur le postulat que la trajectoire résidentielle des individus dépend d'une triple dimension (biographique, rationnelle et idéale). En ce sens, les trois dimensions abordées par les enquêtés n'auront pas la même proportion, l'une prédominera éventuellement sur les autres. Etant donné que les catégories sont composées de plusieurs nœuds, une autre hypothèse découle de la première : une prédominance doit également pouvoir s'observer entre les nœuds de chaque catégorie. Enfin, nous avons également fait l'hypothèse selon laquelle le profil des enquêtés (genre, âge et CSP) pouvaient avoir une incidence sur leur projet et sur leurs représentations de la montagne.

1. QUELLE PRÉDOMINANCE DES DIMENSIONS DANS LE DISCOURS DES ENQUÊTÉS ?

Pour analyser la prédominance des dimensions du projet d'habiter la montagne dans le discours des enquêtés, nous avons créé une requête de croisement matriciel permettant de mettre en relation les entretiens et les nœuds parents, à savoir : *dimension biographique, dimension rationnelle et dimension idéale*. L'objectif est d'observer le degré de prédominance des nœuds parents dans les entretiens, soit la prédominance des dimensions du projet chez les enquêtés, les unes par rapport aux autres. Il a été décidé d'analyser la requête sous forme de tableau dans un premier temps en fonction du pourcentage d'encodage (citations) dans le nœud. Puis en fonction du nombre de référence. L'intérêt de croiser ces données de deux façons différentes par les références et par la couverture de texte permet de positionner le discours des enquêtés en fonction de la longueur de leur propos et du nombre de fois où ils font référence au nœud. Nous appuierons également notre analyse par des graphiques.

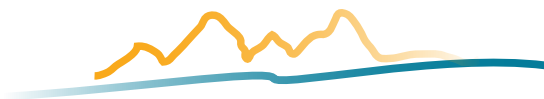


Tableau 2 : EXTRAIT DU TABLEAU CROISE DIMENSIONS / ENTRETIENS EN

	Dimension biographique	Dimension rationnelle	Dimension idéale
Entretien 1	37,41 %	25,23 %	37,36 %
Entretien 10	57,94 %	34,78 %	7,28 %
Entretien 11	47,75 %	5,74 %	46,51 %
Entretien 12	57,07 %	22,97 %	19,95 %
Entretien 13	40,88 %	20,15 %	38,97 %
Entretien 14	42,73 %	29,67 %	27,6 %
Entretien 16	23,5 %	11,54 %	64,96 %
Entretien 17	22,6 %	38,84 %	38,57 %
Entretien 18	64,75 %	20,79 %	14,46 %
Entretien 19	66,47 %	9,77 %	23,76 %
Entretien 2	61,17 %	0 %	38,83 %
Entretien 20	36,51 %	20,49 %	43 %
Entretien 21	44,9 %	21,07 %	34,02 %

Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine

Dans l'extrait du tableau n°2, il est facile d'observer des différences notables dans cette matrice de croisement comprenant les entretiens et les *dimensions*. La distribution du discours des entretiens montre qu'en moyenne, 47% du discours des enquêtés est dans la dimension biographique, 21 % dans la *dimension rationnelle* et 32 % dans la *dimension idéale*. Ce qui tend à dire que la *dimension biographique* (les *expériences* et le projet d'habiter la montagne) est prédominante. Toutefois les résultats ne sont pas aussi simplement compréhensibles. En plus des cas particuliers visibles dans le tableau, la répartition du discours dégage des tendances qui catégorisent plusieurs entretiens.

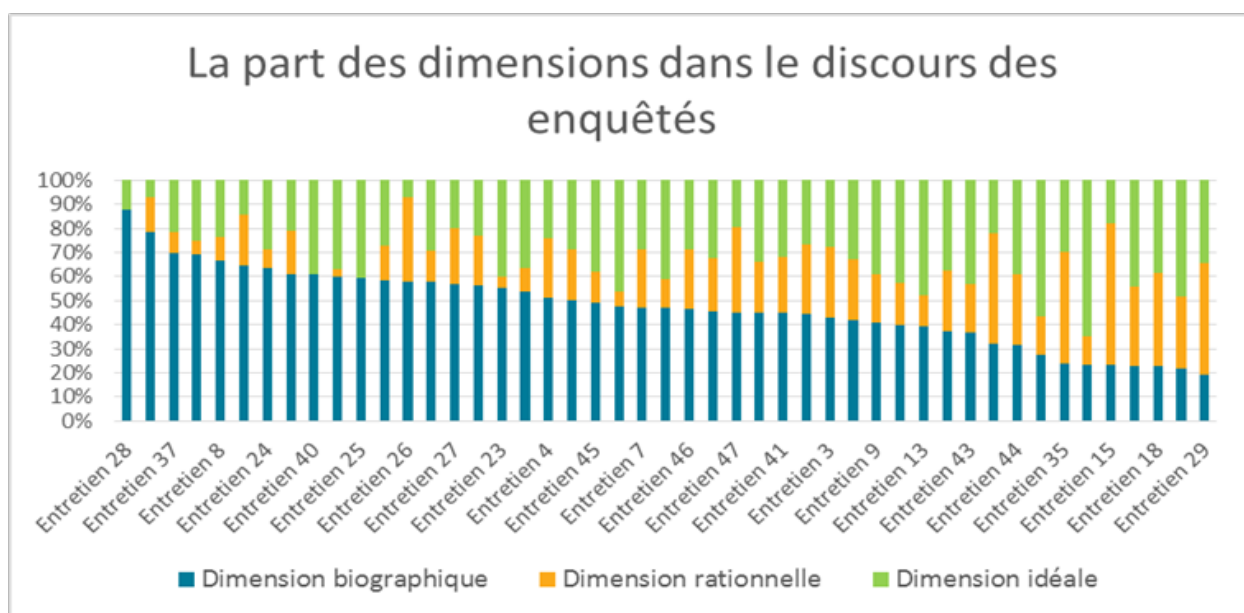
a. Une prédominance de la *dimension biographique*

La figure n°10 ci-dessous montre l'importance de la dimension biographique dans le discours des enquêtés. Pour 33 enquêtés sur 48, elle prédomine par rapport aux deux autres. Il y a 20 enquêtés pour qui cela s'élève à plus de 50 % de leur discours. Cela confirme l'importance de ce type de propos dans le projet d'habiter à la montagne.



Pour 25 de ces 33 individus, c'est la *dimension idéale* qui est en deuxième position. Cela montre que les représentations et espérances prennent une place importante dans le projet par rapport à la *dimension rationnelle*. Pour les 8 autres personnes, ce sont les idées de *hasard*, d'*urbaphobie* et de compromis entre la ville et la montagne qui viennent en deuxième lieu. Dans ce cas, le projet d'habitat en montagne est pensé plus rationnellement par rapport à une situation donnée.

Figure 10



Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine

b. Prédominance de la *dimension rationnelle*

La *dimension rationnelle* prédomine sur les autres pour 6 entretiens, ce qui est peu sur le total d'enquêtés. C'est la catégorie de nœuds la moins référencée. L'extrait de tableau n°2 illustre bien cette tendance. Pour quatre d'entre eux, la dimension idéale arrive en seconde position et reste globalement proche du pourcentage de couverture de la *dimension rationnelle*. Pour les deux autres c'est la *dimension biographique* qui suit, toutefois de façon beaucoup moins marquante, comme le montre bien le graphique suivant.

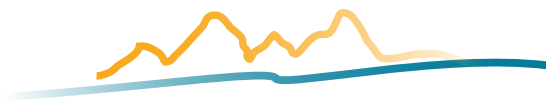
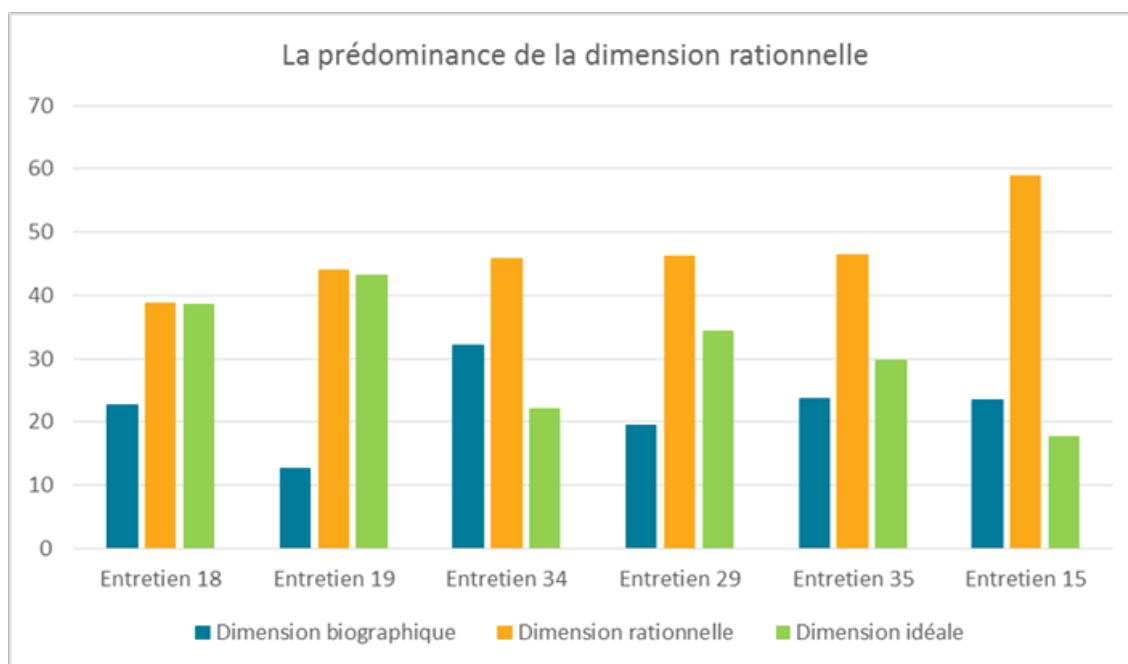


Figure 11



Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine

Etant donné que la *dimension biographique* semble être la plus importante chez une majorité d'enquêtés, il est intéressant de se pencher sur les personnes pour lesquelles ce n'est pas le cas. Nous pouvons à ce stade supposer que leur « overdose » de la ville est d'autant plus forte que le projet en lui-même est construit, mais aussi qu'il se construit autour du *compromis ville-montagne*: « On a fui Grenoble parce que ça devenait infernal donc on est allé se réfugier à Voreppe et Voreppe n'arrêtait pas de construire, ça devenait de plus en plus pollué et donc ça se compliquait même si Voreppe a des côtés très sympathique hein, mais on a fui tout ça » ; « On est gagné par cette violence j'ai l'impression moi » ; « Après j'ai fait attention d'acheter une maison à l'abri du bruit mais pas loin de la nationale donc ça fait qu'il y a un arrêt de bus à 200 mètres de la maison » (Entretien n°24).

Les sentiments d'insécurité et une forte peur de la ville ressortent également. Enfin l'idée de compromis est très représentative de cette trajectoire (s'implanter en montagne tout en restant proche de la ville pour avoir accès aux axes de communication par exemple). La prédominance de la *dimension rationnelle* est minime mais fait apparaître des cas particuliers.

c. La prédominance de la *dimension idéale*



La prédominance de la *dimension idéale* concerne 9 enquêtés sur les 48, qui accordent entre 30 et 65 % de leur discours à cette dimension plutôt qu'à une autre. Pour ces personnes, l'imaginaire de leur futur lieu d'habitation représente une part importante de leur discours. En deuxième position se trouve la *dimension biographique* pour 6 d'entre eux. Pour revenir sur cette dimension qui semble être la deuxième plus marquante dans le discours des enquêtés de manière plus générale, il est possible d'analyser le tableau n°1. Le calcul de la médiane et la moyenne de la couverture de texte de la *dimension idéale* montre qu'elles sont proches, respectivement 32 et 32,14. Avec un minimum de 7,26 % et un maximum de 64,96 % pour la catégorie, cela indique une distribution assez homogène. En plus de l'importance accordée au projet d'installation en montagne, cela peut montrer le poids de l'idéal pour les enquêtés comme deuxième dimension prédominante. Cet idéal est relatif aux espérances, aux attentes et à l'imaginaire que les enquêtés ont de leur futur lieu de vie. Seulement deux entretiens ont la *dimension idéale* qui domine le discours à plus de 50 %. Cette part d'idéal peut être considérée comme un argument essentiel au projet d'habiter la montagne, qui garde une place assez stable dans les discours.

d. La prédominance des dimensions en fonction des références

Afin d'étayer ces premiers éléments, il faut également mettre en lien les entretiens en fonction des références faites aux dimensions. Cela permet de vérifier et questionner l'analyse de la couverture de texte qui a dévoilé des tendances particulières.

Tableau 3 : EXTRAIT DU TABLEAU CROISE DIMENSIONS / ENTRETIENS EN FONCTION DU NOMBRE DE REFERENCE

	Dimension biographique	Dimension rationnelle	Dimension idéale
Entretien 33	13	6	10
Entretien 48	13	4	10
Entretien 37	10	3	9
Entretien 23	9	4	9
Entretien 18	26	7	8
Entretien 30	21	10	8
Entretien 1	14	10	8
Entretien 2	14	0	8
Entretien 40	7	9	8
Entretien 10	27	11	7
Entretien 4	11	4	6
Entretien 7	17	2	5
Entretien 3	10	0	5
Entretien 5	9	6	5

Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine



Nous avons calculé les moyennes des références faites aux dimensions. En effet, la *dimension biographique* compte en moyenne 18 références, la *dimension rationnelle* 7 références et la *dimension idéale* 12 références par entretien. Ce qui nous permet de voir que la prédominance entre les dimensions est la même en fonction du nombre de références et de la couverture de texte. Il est également à noter que le nombre de références correspond très souvent, en proportion, à la couverture de texte des trajectoires, ce qui annonce que les entretiens en moyenne ne sont pas biaisés par de long discours ou par des réponses trop succinctes. Cela confirme les grandes tendances dégagées et les cas particuliers mis en exergue.

Au final, la prédominance des dimensions se classe dans cet ordre : *dimension biographique*, *dimension idéale* et *dimension rationnelle*. Cette analyse par catégorie a mis en évidence ces premières tendances et fait apparaître des particularités. Pour appuyer ces observations, la partie suivante s'attache à étudier le croisement des entretiens et des nœuds enfants.

2. L'ANALYSE DES ENTRETIENS PAR RAPPORT AUX NOEUDS

Tableau 4 : EXTRAIT DU TABLEAU CROISE NŒUDS (DIMENSION BIOGRAPHIQUE) / ENTRETIENS (EN POURCENTAGE RANGE)

	Expériences	Projet familial	Projet personnel	Projet professionnel
Entretien 1	6,88 %	0 %	9,1 %	21,43 %
Entretien 10	21,29 %	36,05 %	0,6 %	0 %
Entretien 11	12,71 %	0 %	20,48 %	14,56 %
Entretien 12	16,93 %	0 %	13,91 %	26,24 %
Entretien 13	15,3 %	0 %	0 %	24,43 %
Entretien 14	24,35 %	0 %	18,38 %	0 %
Entretien 15	44,98 %	0 %	3,61 %	38,96 %
Entretien 16	9 %	8,41 %	0 %	6,09 %
Entretien 17	4,05 %	0,69 %	3,24 %	14,62 %
Entretien 18	12,66 %	44,21 %	0 %	7,87 %
Entretien 19	27,17 %	0 %	7,83 %	31,47 %
Entretien 2	24,85 %	0 %	0 %	36,31 %

Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine



Lorsque nous observons les nœuds enfants, il ressort que les *expériences* d'habiter, passées et actuelles, représentent un cinquième de la couverture du corpus et un cinquième des référencements de l'analyse. Il s'agit donc d'un aspect du discours évoqué par l'ensemble des individus enquêtés, souvent pour illustrer et justifier d'autres choix. Ces témoignages sont parfois solidement mis en récit, avec des propos bien développés et très précis. Des extraits plus brefs apparaissent d'autres fois de manière plus ponctuelle « *Ouais je fais pas mal de montagne, de rando surtout, de ski aussi. Bah oui j'ai fait aussi une formation d'accompagnateur en montagne et euh, ouais c'est aussi, c'est quelque chose qui me parle bien là* » (Entretien n°34).

Le cadre de vie idéal espéré par les futurs habitants de montagne est la seconde thématique la plus développée. Avec 13% de la couverture totale et des référencements, cela met en évidence l'importance de cette dimension dans l'imaginaire des personnes interrogées « *L'espace. La qualité de l'air et de la vie autour, pour moi c'est très important aussi* » (Entretien n°41). Les notions de nature et de calme reviennent de très nombreuses fois chez un nombre important d'individus. « *je voulais vraiment de la moyenne montagne avec une tranquillité été comme hiver* » (Entretien n°13) ; « *Ben bien respirer, l'idée c'était ça de pouvoir respirer et profiter d'un cadre de vie très agréable et c'est le cas on en profite bien.* » (Entretien n°25).

La recherche d'un *compromis entre ville et montagne* est un autre aspect mis en avant par les individus (13% de la couverture totale). Ceux-ci semblent porter un intérêt particulier à un accès relativement aisé à la ville et ses services, et le discours portant sur ces éléments est plutôt réfléchi et se traduit dans le taux de référencement moins important (10%), donc des propos plus longs et mieux construits « *On voulait pas isoler nos enfants non plus de ce qu'ils connaissent en ville aussi. Donc là on a trouvé la maison idéale pour notre projet de vie en fait voilà. C'est une montagne sans être trop une rupture totale avec la vie sociale, surtout autour de notre famille quoi... voilà... donc en gros c'est ça* » (Entretien n°9) Les *projets professionnels* sont les projets les plus détaillés dans les entretiens (13% de la couverture totale pour un taux de référencement de 10%) suivis par les *projets familiaux* (9% de couverture et 10% de référencement). Les *projets personnels* arrivent plus loin derrière avec une couverture de moins de 5% et un taux de référencement d'environ 6%. Cela peut s'expliquer par le fait qu'un projet professionnel ou familial impose de prendre en compte plus d'éléments (débouchés, partenaires, filières ou scolarisation des enfants) que dans des projets plus individuels où la marge de manœuvre des personnes est plus grande.

Le *potentiel* attendu de la montagne, en termes de pratiques nouvelles ou d'expression de valeurs



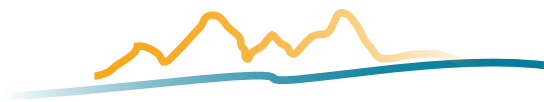
spécifiques, et l'image d'une *sociabilité* plus solidaire et moins anonyme, représentent pour chacun environ 10% de la couverture totale et des référencements « *Ah ben je ne connais pas beaucoup mais ça doit être extrêmement agréable, ça doit être un milieu montagnard, je pense que les gens doivent être assez solidaires et en même temps je vais avoir un degré d'acceptation à mettre en place euh voilà un petit peu ce que je pense quoi* » (Entretien n°13) ; « *Les avantages c'est de pouvoir skier, je pourrais y aller entre midi et deux heures, aussi je prends mon indépendance par rapport à mes parents* » (Entretien n°1).

Le *Hasard* et l'*urbaphobie* représentent pour chacun moins de 5% du total des référencements et de la couverture totale. Pour la première idée, seuls 6 enquêtés sur les 48 pèsent pour les 2/3 de la couverture de ce nœud. La dimension de hasard n'apparaît donc pas comme un facteur courant dans les projets d'habiter à la montagne. Néanmoins cet aspect reste déterminant pour les individus concernés puisqu'il s'agit d'une opportunité conduisant au projet de venir habiter la montagne « *Et c'est juste une rencontre avec ma compagne. C'était un truc, peut-être que moi j'aurai voulu faire, puis je suis parti dans autre chose. Mais voilà, la rencontre a fait que c'est un projet commun qui est né* » (Entretien n°33).

Pour le rejet exprimé de la ville, il faut noter que le discours de 5 individus fonde près de la moitié de la couverture de ce thème et que 27 personnes n'en parlent pas ou très peu (<1%). Il ne s'agit donc pas d'un argument largement partagé par les individus « *Oui de la ville du monde, trop de monde, trop de monde trop de mauvaises mentalités surtout que moi je suis d'Aix en Provence et la mentalité d'Aix en Provence elle n'est pas top on va dire...* » (Entretien n°20). Nous retenons donc que de manière globale que les *expériences* d'habiter, ainsi que la recherche d'un cadre de vie de qualité et le désir de vivre à la montagne tout en restant relativement connecté à la ville sont les idées les plus développées par l'échantillon d'enquêtés.

3. LA RÉCURRENCE DES ARGUMENTS EN FONCTION DES DIMENSIONS DES DISCOURS

Nous avons cherché ici à connaître le poids des nœuds retenus pour chaque dimension de discours, ce qui nous permet de savoir quelles thématiques sont récurrentes dans le corpus d'entretiens pour chaque catégorie. Dans ce sens, une requête croisant les nœuds parents (les dimensions de discours) avec les nœuds enfants (les thématiques) permet de



mettre en évidence ces résultats. Ainsi, nous avons pu observer que la recherche d'un *cadre de vie* de meilleure qualité, les pratiques et expressions rendues possibles sur le nouveau lieu de vie et l'idée d'une *sociabilité* différente sont des arguments qui fondent de manière égale (environ un tiers de la couverture pour chacun) le discours, dans la *dimension idéale*. Pour la *dimension rationnelle*, c'est la quête d'un *compromis entre la ville et la montagne*, à savoir habiter la montagne tout en conservant un lien avec la ville, qui est l'argument le plus mobilisé parmi les trois choisis pour l'étude. Nous avons référencé 178 éléments de discours, soit plus de la moitié des mots pour cette trajectoire, contre 83 pour l'idée d'*urbaphobie* qui pèse donc pour un cinquième du propos. Quant à la part de hasard dans le choix d'habiter à la montagne, elle représente moins du quart de cette catégorie. La *dimension biographique* est majoritairement explicité par les *expériences* des individus (environ 40%) et ce sont les *projets de famille et professionnels* qui sont le plus représentés chez ceux-ci (un cinquième chacun). Les *projets strictement personnels*, c'est-à-dire indépendants d'une activité économique ou d'un projet de couple, avec ou sans enfants, sont moins nombreux et ne pèsent que pour un dixième de cette catégorie.

Tableau 5: LA RECURRENCE DES ARGUMENTS POUR CHAQUE DIMENSION DU DISCOURS DES ENQUETES

	Dimension biographique	Dimension rationnelle	Dimension idéale
Expériences	39,66 %	1,89 %	1,74 %
Projet familial	20,52 %	2,25 %	1,32 %
Projet personnel	9,52 %	2,01 %	2,19 %
Projet professionnel	21,91 %	2,59 %	1,48 %
Compromis ville - montagne	1,01 %	52,21 %	2,48 %
Hasard	1,81 %	13,44 %	0,61 %
Urbaphobie	1,16 %	19,56 %	1,06 %
Cadre de vie	1,08 %	2,48 %	31,62 %
Potentiel	2,33 %	2,5 %	30,42 %
Sociabilité	1 %	1,07 %	27,08 %

Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine

a. Les relations entre nœuds abordées dans les entretiens

L'analyse Nvivo nous a permis de mettre en évidence, à l'échelle de notre échantillon, les liens existants entre plusieurs arguments mobilisés.



Tableau 6: EXTRAIT DU TABLEAU DU DOUBLE CODAGE ET DES LIENS ENTRE NŒUDS

	Dimension biographique	Dimension rationnelle	Dimension idéale
Expériences	39,66 %	1,89 %	1,74 %
Projet familial	20,52 %	2,25 %	1,32 %
Projet personnel	9,52 %	2,01 %	2,19 %
Projet professionnel	21,91 %	2,59 %	1,48 %
Compromis ville - montagne	1,01 %	52,21 %	2,48 %
Hasard	1,81 %	13,44 %	0,61 %
Urbaphobie	1,16 %	19,56 %	1,06 %
Cadre de vie	1,08 %	2,48 %	31,62 %
Potentiel	2,33 %	2,5 %	30,42 %
Sociabilité	1 %	1,07 %	27,08 %

Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine

b. Relation du projet professionnel avec *hasard* et *potentiel* de la montagne

Une *opportunité* conduit à l'implantation d'une activité où la recherche d'un emploi spécifique dans un territoire de montagne. Il s'agit d'un facteur qui semble jouer un rôle important dans le choix d'habiter la montagne lorsque le *projet professionnel* est au cœur de cette décision. En effet, 3% de la couverture totale du corpus (10 références communes) est intégrée dans cette corrélation. Cette idée pèse donc dans la construction d'un *projet professionnel* : « Alors non ce n'était pas vraiment un choix volontaire mais ça faisait partie de mes possibilités sachant qu'au départ je m'étais plutôt orienté sur le Jura et le massif du Vercors est arrivé comme ça un peu par hasard » (Entretien n°13).

Pour plusieurs individus, avoir un *projet professionnel* à la montagne rend *possible* certaines pratiques ou l'expression de certains valeurs et idées (environ 3% de la couverture totale) « J'ai accepté un contrat de travail de 35h qui me permettra d'avoir au moins 3h de libre par jour et pouvoir prendre mon snow » (Entretien n°2) ; « Oui par rapport aux produits etc., c'est un maximum de produits bio, régionaux c'est vraiment dans ce que je voulais donc ça correspond déjà à moi ma façon de... dans ce que je recherchais... c'est ce type de produit que je souhaitais vendre donc ça correspond pile poil à mes attentes, donc si il y a des évolutions ce sera peut-être trouver d'autres



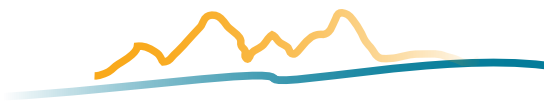
producteurs ou des choses comme ça mais en restant toujours dans le même esprit » (Entretien n° 29).

c. Relation de l'Urbaphobie avec *expérience* et *cadre de vie*

Le rejet de la ville, jugée bruyante, polluée et stressante, est avant tout motivé par des expériences passées. L'analyse montre que 6,5% de la couverture des entretiens en *urbaphobie* est effectivement liée par double codage avec le nœud *expériences* « *Et je vais dire le fond de ma pensée. Je suis francilien, mais je suis terré chez moi parce que le reste... je ne vais jamais à Paris... on me dit ouais t'as de la chance tu vois les spectacles et tout ça, mais je n'y vais jamais parce que c'est à chaque fois une galère. C'est à chaque fois la galère*»; « *J'avais mes billets, je suis parti bien à l'heure hein. Quand je dis bien à l'heure c'est 2 heures avant ! Pour être certain d'être sur place à l'heure. Et bin et bin et bin et bin... et bin... heu bouchons ici, on se sauve par un autre itinéraires, rebouchons, rebouchons, et je suis arrivé dans le parking à la place de la Madeleine 5 minutes avant et je suis arrivé essoufflé au moment où le chef d'orchestre démarrait. C'est quand même incroyable, c'est incroyable, et c'est ça Paris c'est ça ! Paris on ne peut pas, fin Paris et les grandes agglos, on ne pas prévoir » (Entretien n°44).*

Le désir d'un *cadre de vie* calme et naturel arrivent en seconde position dans ce propos avec environ 3% de la couverture du corpus. Dans les représentations de plusieurs enquêtés urbaphobes, la montagne offrirait cette qualité de vie recherchée «*[...] après on verra peut-être je vais être autant stressé que dans la ville, pour l'instant moi je pense que c'est le contraire » (Entretien n°20) ; «[...] être en contact avec la terre, rencontrer des gens avec d'autres préoccupations que celles des citoyens... enfin voilà, en proximité avec la nature » (Entretien n° 41) ; « C'est surtout pour être au calme, loin de la ville, oui c'est ça » (Entretien n°6).*

L'utilisation d'Nvivo nous a permis de nous attarder sur des éléments de discours que nous avons codé dans deux nœuds et ainsi croiser des informations que nous n'aurions peut-être pas analysées ensemble. Cela met en évidence quelques facteurs expliquant la construction de projets professionnels (en décrivant le potentiel économique de la montagne ou en soulignant le rôle du hasard et des opportunités). Cela montre également que l'urbaphobie des individus est fondée sur des expériences passées d'habiter en territoire urbain et que ce rejet conduit à idéaliser un cadre de vie en montagne perçu comme plus agréable.



Afin de compléter ces premiers éléments d'analyse, nous avons ensuite cherché à identifier des profils d'individus en fonction de caractéristiques comme l'âge et les catégories socio-professionnelles (CSP).

4. Profils d'enquêtés par rapport aux dimensions de discours

Nous avons analysé en détail les nœuds qui composent les catégories de thèmes identifiées, en fonction des caractéristiques des enquêtés que sont, l'âge, le sexe et la CSP. Après une analyse des « tris à plat », nous avons cherché à identifier les relations entre les caractéristiques propres à chacun des enquêtés et les thèmes abordés dans les discours regroupés dans les catégories *dimension biographique*, *dimension rationnelle* et *dimension idéale*.

a. Relation entre l'âge et la *dimension biographique* du discours des enquêtés

Tableau 7: CROISEMENT ENTRE LES NŒUDS DE LA CATEGORIE « DIMENSION BIOGRAPHIQUE » ET LES TRANCHES D'AGES DES ENQUETES

	18-25 ans	25-40 ans	40-60 ans	+ 60 ans
Expériences	27,91 %	39,11 %	51,8 %	76,23 %
Projet familial	16,83 %	23,32 %	27,98 %	7,83 %
Projet personnel	11,56 %	9,97 %	9,1 %	15,53 %
Projet professionnel	43,7 %	27,6 %	11,12 %	0,41 %

Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine

La majorité du discours se retrouve dans les *expériences* pour les plus de 60 ans, les 40-60 ans et les 25-40 ans. En dehors du poids important de ce nœud, c'est le *projet professionnel* qui domine à plus de 43% pour les 18-25 ans en ce qui concerne la *dimension biographique*. Cela s'explique d'une part, par le fait que les 18-25 ans sont majoritairement des saisonniers qui projettent de s'installer en montagne principalement pour des raisons professionnelles et d'autre part, car ils sont jeunes et ont sans doute moins d'expérience que les personnes plus âgées.



Pour les 25-40 ans, plus de 27% du discours sur la dimension biographique est destiné au projet professionnel (plus que familial) alors que pour les 40-60 ans, c'est le projet familial qui prédomine (à un pourcentage équivalent)

Si le *projet familial* représente une part du discours plus importante chez les 40-60 ans, c'est qu'ils ont souvent déjà un emploi et ont réussi à accumuler un certain capital pour avoir accès à la propriété. Certains disent aussi ne plus avoir d'enfants à charge, ce qui leur permet de s'éloigner de la ville. Dans ce cas, c'est un projet de couple « *alors déjà on avait plus d'enfant à charge donc on avait plus qu'à [...] donc moi j'ai 59 ans et mon mari 54 ans et on était disponible pour habiter en montagne* » (Entretien n°24) ; « *C'est un projet de couple parce que les enfants sont partis. Donc eux-mêmes habitent en montagne d'ailleurs. Mais là c'est plutôt le départ des enfants qui fait qu'on peut aussi revenir, y'a l'idée de ré-habiter la montagne* » (Entretien n°27). D'autres investissent dans une résidence secondaire qui deviendra bien souvent la principale dès la retraite, « *[...] et puis comme c'est un endroit qu'on aime beaucoup, on a acheté quelque chose sur Varcès, on a acheté un appartement et puis donc on vient, on va partir là-bas d'ici 6 ans, au moment de la retraite* » (Entretien n°46).

L'âge peut donc expliquer ces différents aspects du discours. Nous nous sommes ensuite intéressés à l'influence que peuvent avoir les CSP sur les propos biographiques.

b. Relation entre la CSP et la *dimension biographique* du discours des enquêtés

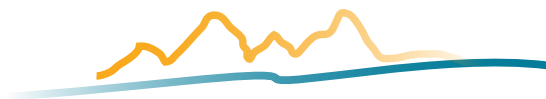
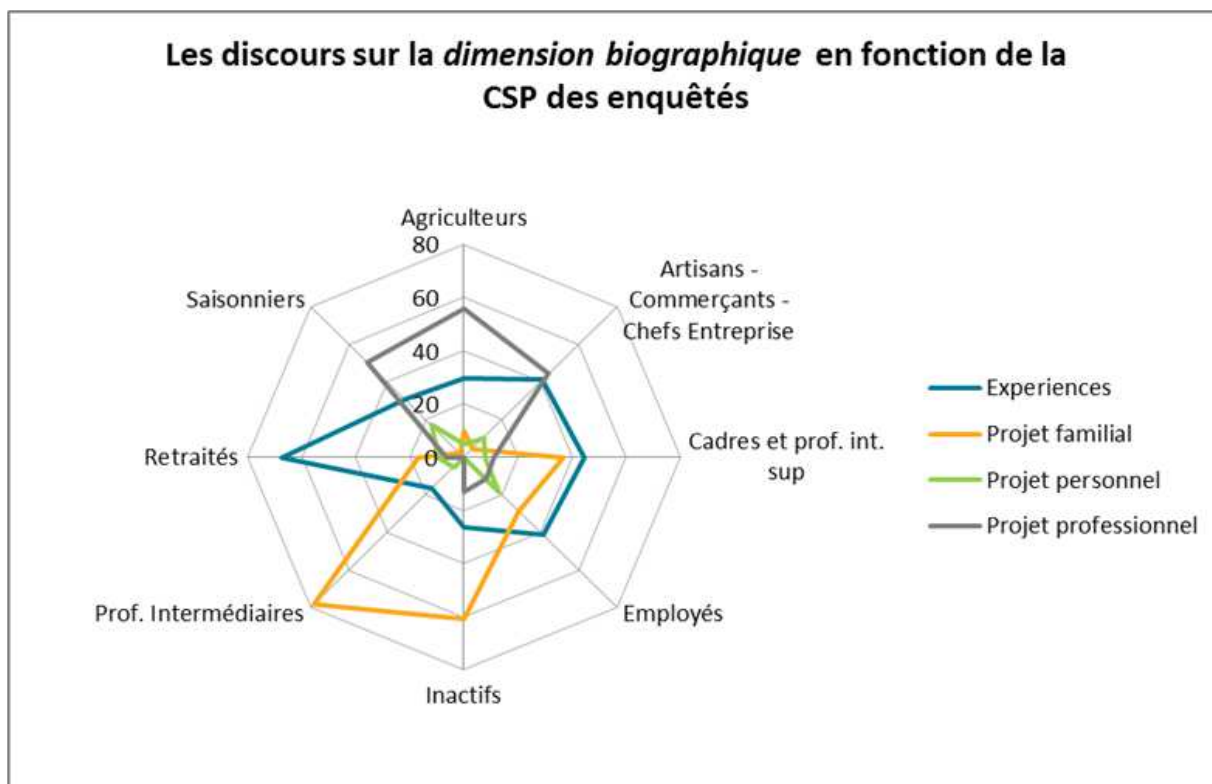


Figure 12



Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine

Ce graphique en radar permet de constater qu'il y a une prédominance du discours sur le *projet professionnel* dans la catégorie *dimension biographique* pour les agriculteurs (55,54%), les artisans-commerçants (44,41%) et les saisonniers (50,32%). Ainsi pour les enquêtés appartenant à ces CSP, la raison principale d'installation est liée à l'activité professionnelle. En effet, les agriculteurs insistent sur leur attrait pour les particularités physiques et géologiques de la terre en montagne « *J'ai besoin de terrain séchant car les cochons ça n'aime pas du tout l'humidité, et les terrains séchant, c'est quand même quand il y a de la pente, surtout quand y'a du calcaire en dessous. C'est pour ça que je m'intéresse particulièrement à la Chartreuse, qui est assez calcaire et surtout avec très peu d'herbe en surface. Voilà donc c'est plus au niveau agronomique* » (Entretien n° 26).

Les saisonniers souhaitent majoritairement s'installer en station de montagne pour allier expériences professionnelles et personnelles mais cela reste avant tout un projet temporaire et professionnel, « *[...] pour la formation et pour avoir une expérience mais c'est pas mon cadre de vie, c'est plutôt professionnel* » (Entretien n°7).



Enfin les artisans-commerçants, pour qui le projet résulte souvent d'un lancement dans une nouvelle activité, associé à une opportunité : « *nous on a fait des démarches pour trouver une affaire, pour acheter une affaire type auberge ou petit hôtel, donc on a fait des recherches dans tous les milieux montagneux* » (Entretien n°17) ; « *le bilan de compétence m'a conforté dans mon choix de reprendre un magasin en bio ou en produits qui étaient quand même un peu plus... naturel on va dire, des produits locaux enfin bio etcetera [...] et j'en ai trouvé un sur Lans en Vercors* » (Entretien n° 29). Bien souvent, le projet professionnel des agriculteurs et des artisans-commerçants-chefs d'entreprise s'accompagne d'un projet familial et d'accès à la propriété, ce qui est un peu moins le cas pour les saisonniers.

A l'inverse, pour les professions intermédiaires, les cadres et les employés ayant déjà leur travail sur la métropole, le discours sur le *projet professionnel* est beaucoup plus réduit pour laisser place au *projet familial*. Cela correspond pour la majorité des cas à l'accès à la propriété dans un cadre de vie plus calme que la ville « *La motivation de départ ça a été surtout de couper un petit peu avec la proximité de nos métiers, mon époux et moi* » ; « *Et puis la condition pour déménager c'était qu'on trouve une maison suffisamment grande parce qu'on est 7 quand même* » (Entretien n°9). « *Les enfants commençant à grandir on s'est dit que, la ville c'était beaucoup de désagréments pour les enfants, bruit, pollution, stress, de la distance pour aller au travail. Et nous à côté de ça on participait de moins en moins aux tâches de la ville donc on a voulu à un moment donné changer de vie* » (Entretien n°28). Pour ceux qui ont des enfants, c'est aussi la volonté de les voir grandir dans un autre cadre de vie « *Les enfants c'était un des critères importants aussi. C'est plutôt ma femme qui me l'a rappelé. Mais ça c'était un critère important. Moi j'avais un projet de construction depuis longtemps. Donc j'étais focalisé là-dessus et je voulais la montagne. Mais ma femme c'était plus un projet de vie et c'est elle qui a recadré les choses* » (Entretien n°47).

Il n'y a que deux personnes inactives. L'une suit son mari qui a trouvé du travail dans le Trièves, mais elle y voit également une réelle opportunité de projet familial. L'autre est une étudiante qui a un projet résidentiel avec sa mère. Ces enquêtés ne sont donc pas forcément à l'origine du projet et n'aurait pas les moyens de le faire seul mais elles prennent part au projet avec enthousiasme.

Enfin, le discours des retraités s'appuie davantage sur leurs *expériences* que sur leur *projet familial*. Ces individus ont tous eu une relation avec la montagne à un moment donné (originaire du milieu montagnard, pratiques sportives ou souvenir de vacances), et souhaite s'en rapprocher. Cela évoque la dimension émotionnelle des enquêtés et emménager en montagne semble être l'aboutissement



de la trajectoire de vie « C'est-à-dire que moi j'ai vécu à Grenoble, mais je suis originaire de Barcelonnette, [...] J'ai envie de retourner là où j'habitais avant. J'ai passé beaucoup de temps à la montagne avec mes parents, dans ce chalet, donc c'est mon milieu plus que la région parisienne. » (Entretien n°14) ; « J'ai toujours fait beaucoup de randonnée et à Grenoble j'habitais à côté des fermes donc la nature pour moi c'est essentiel » (Entretien n°24). Souvent, le moment de la retraite est l'occasion de concrétiser le projet d'habiter en montagne qui est réfléchi depuis longtemps, « Ah bah moi oui, oui tout à fait, moi je suis récemment retraité. Du coup c'est un projet que j'ai depuis longtemps et que je pensais mettre en place au moment de la retraite » (Entretien n°43).

Les 6,26% de discours au croisement de l'ensemble retraité et du nœud *projet professionnel* correspond à un unique enquêté qui souhaite s'installer en montagne pour réaliser des activités artistiques, « [...] pas vraiment le temps de m'y consacrer et donc j'ai besoin de trouver à la fois un style et une forme d'expression privilégiée donc là maintenant qu'on a arrêté l'activité professionnelle je vais pouvoir déjà approfondir les différentes techniques que ça soit aussi bien en petit sculpture... » (Entretien n°32).

c. Relation entre le genre et la dimension biographique du discours des enquêtés

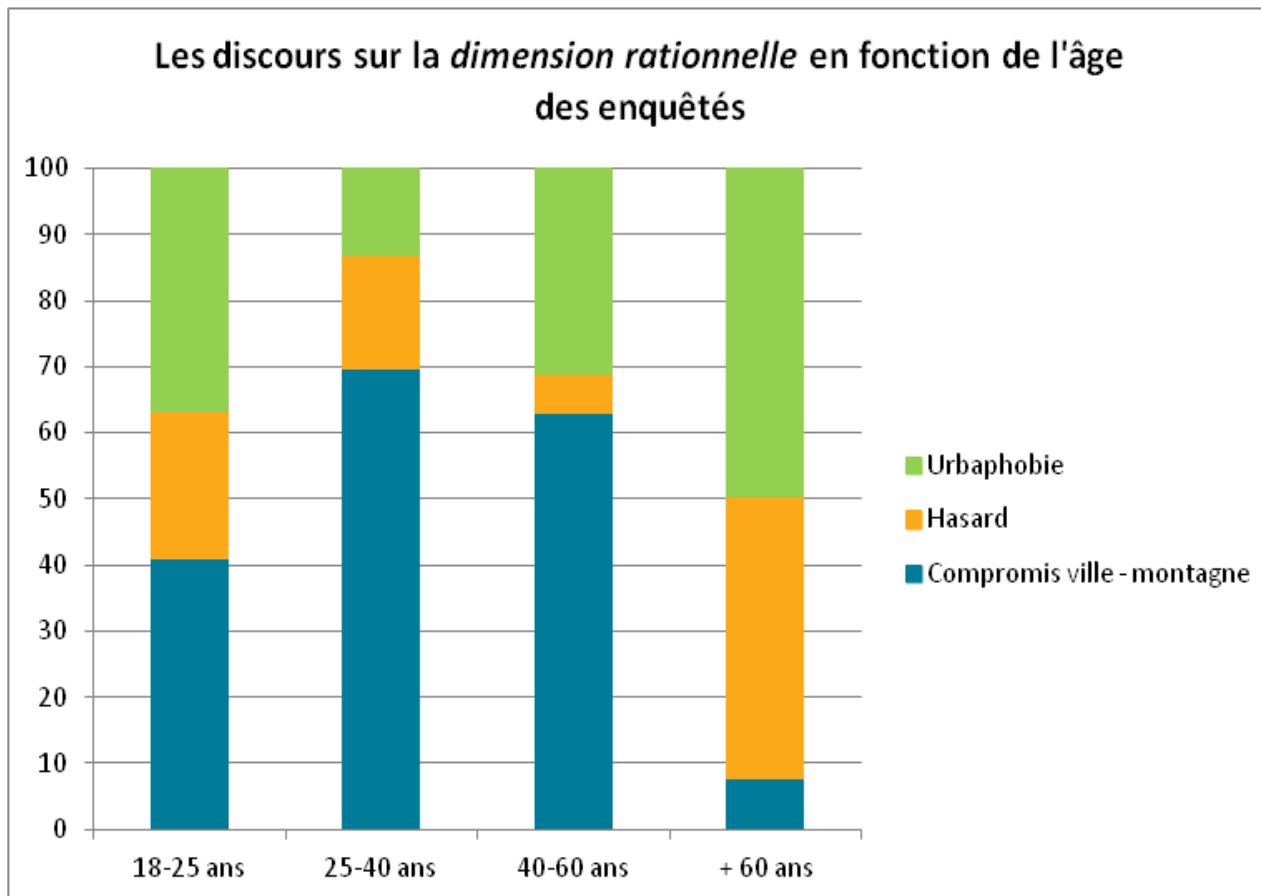
Il faut rappeler qu'il existe un déséquilibre entre le nombre d'enquêtés hommes (3/4) et le nombre d'enquêtés femmes (1/4), il est donc difficile de mesurer l'influence des genres sur le discours. Dans le cas de notre échantillon et en ce qui concerne la catégorie *dimension biographique*, il apparaît que la part du discours familial est plus importante chez les femmes. Les hommes, eux, accordent une plus grande part au *projet professionnel*. L'écart n'est pas significatif, d'autant plus qu'il y a plus d'hommes que de femmes qui installent une activité professionnelle en montagne dans notre étude.

Les caractéristiques des individus ont une influence sur la trajectoire de vie, les projets ne sont effectivement pas les mêmes suivant l'âge et les CSP. Nous allons maintenant étudier l'influence de ces caractéristiques sur la *dimension rationnelle*.



d. Relation entre l'âge et la *dimension rationnelle* du discours des enquêtés

Figure 13



Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine

La figure n°13 nous permet de voir que dans la catégorie *dimension rationnelle*, la part du discours sur le *compromis ville-montagne* est plus élevée pour les tranches d'âge 25-40 ans et 40-60 ans. En effet, cela peut s'expliquer par plusieurs facteurs. Le fait que ces tranches d'âges soient plus susceptibles d'avoir un emploi stable en ville et qu'ils ne veulent pas trop s'en éloigner, ou encore le fait qu'ils aient des enfants et qu'il ne faille pas les changer d'école et/ou d'activité.



Ainsi, les enquêtés sont obligés de concilier vie professionnelle, familiale et personnelle « *Il y a justement une stratégie. D'abord c'est parce qu'on a des enfants en école primaire et en collège donc heu... les enfants nous ont dit, si vous déménagez... un enfant de 10 ans nous a dit si on déménage vous bousillez ma vie heu... les collégiens nous ont dit d'accord, où vous voulez à condition qu'on ne change pas de collège (rires). Donc ça laisse des champs très très limités. Et puis heu... il y a aussi le côté pratique c'est-à-dire qu'avec nos emplois également, on change pas tout pour autant* » (Entretien n° 10) ; « *Les inconvénients, on s'éloigne un peu de toutes les commodités, c'est pour cela qu'on a fait attention à se mettre à un endroit où on sera pas trop loin de l'accès aux activités, ben notamment aux activités scolaires et périscolaires pour les enfants, etc.* » (Entretien n°39).

Au niveau du *compromis ville-montagne*, il faut aussi considérer le bassin de consommation nécessaire pour les professionnels mais nous y reviendrons dans la partie à suivre.

Toujours dans les tranches d'âges 25-40 ans et 40-60 ans, nous constatons aussi l'aspect pratique, des commodités, que ce soit l'accès aux services ou l'état des routes en fonction de la neige, « *On a hésité entre Chartreuse et Belledonne mais Belledonne c'est particulier car la commune où on va s'installer, les Adrets, nous a semblé être un des endroits les plus accessibles de montagne, car c'est une route qui mène à une station donc c'est assez facilement déneigé, ça c'est important* » (Entretien n°28) ; « *Garder des pratiques urbaines... non pas vraiment parce qu'au niveau des commerces je trouve que y'a quand même des supermarchés des choses comme ça, donc ça me paraît suffisant. Après proche de Grenoble, j'ai pas mal d'amis qui travaillent à Grenoble donc ça m'intéresse. Mais voilà habiter pas loin de Grenoble, ce serait une replie professionnelle. Et aussi au niveau des soins, avoir des hôpitaux qui ne soient pas trop trop loin* » (Entretien n°42).

Pour les plus de 60 ans, cette dimension de compromis entre la ville et la montagne est moins présente car il n'y a plus la contrainte du travail ou des enfants.

Pour les plus jeunes en revanche, il y a cette idée de « garder l'esprit ville » pour certains, de rester proche des amis qui habitent en ville et d'avoir des transports en commun à disposition « *J'ai choisi les 2 Alpes parce qu'aussi c'est pas très loin de Grenoble, j'ai de la famille en plus donc si j'ai un problème, et puis il y a toujours cet esprit ville* » (Entretien n°1) ; « *Je suis encore assez jeune, j'aime encore beaucoup faire la teuf, sortir, donc j'ai besoin de pas être loin d'une ville. Après je pense qu'en vieillissant, je pense que je vais avoir besoin de plus de calme, d'espace* » (Entretien n°12).

En ce qui concerne la dimension *hasard* dans le discours des enquêtés, elle est plus conséquente chez les plus de 60 ans car cela résulte d'héritages familiaux, « *On a l'opportunité de rénover un patrimoine familiale en montagne* » (Entretien n°43).



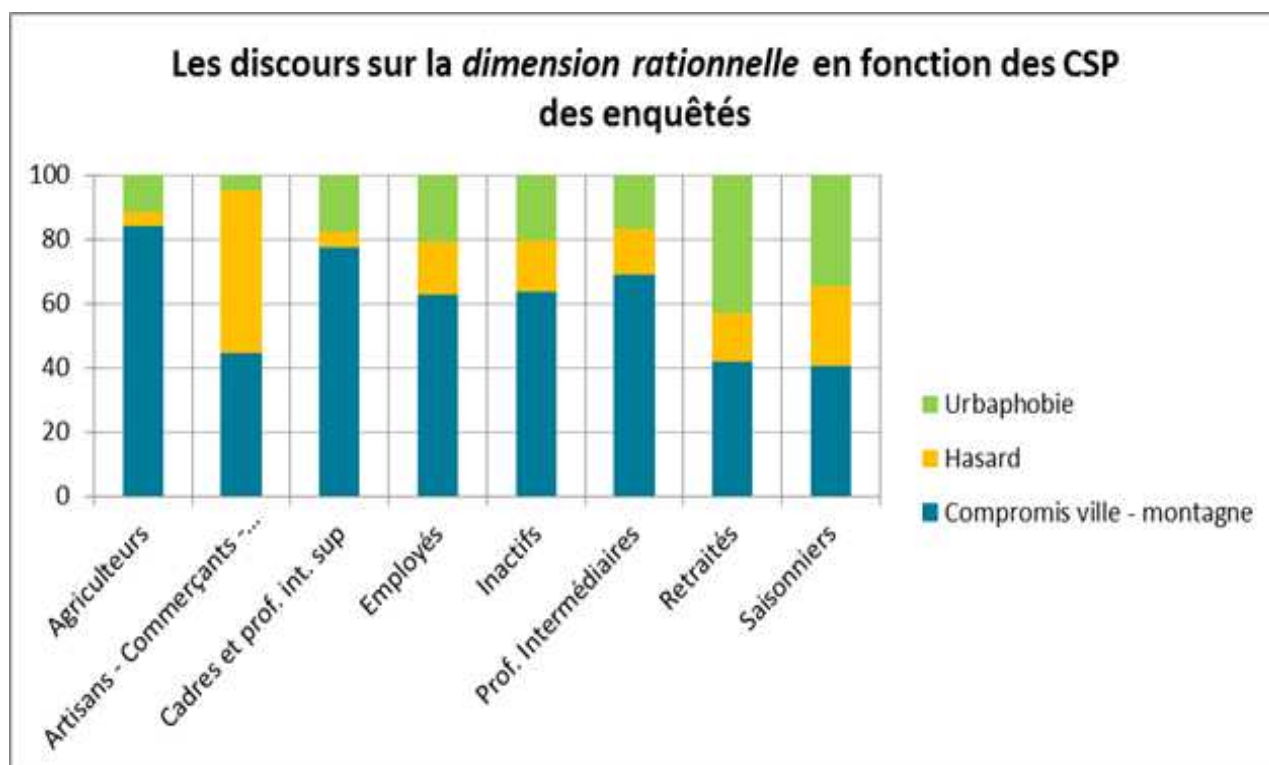
Pour les 18-25 ans c'est principalement l'opportunité d'avoir trouvé un patron en station de ski pour faire une saison et la part de *hasard* est importante, bien qu'elle ne prédomine pas dans le discours.

Le pourcentage élevé du discours urbaphobique chez les plus de 60 ans, s'explique en partie dû à un enquêté, anciennement francilien, qui insiste sur son « overdose » de la vie urbaine, « *Il y a un rythme dont on ne se rend pas compte puisqu'on est dedans, on vit dedans. Et c'est un rythme affolant* » (Entretien n°44).

Pour les 18-25 ans, malgré le fait qu'ils veulent rester connectés, il y a aussi cette envie de « se couper » un peu de la vie urbaine « *Pour moi je me rapproche de la montagne, j'ai besoin de partir de la ville, partir du béton heu... j'ai l'habitude d'aller trainer en montagne, d'aller faire des randos, aller marcher, c'est ressourçant, c'est indispensable* » (Entretien n°12) ; « *Moi c'est pas ce que je recherche... quand t'arrives dans une ville et qu'on te dévisage de haut en bas, qu'on te critique alors qu'on connaît rien de toi... donc moi, ça me met hors de moi... j'ai connu la vie à la montagne, c'est strictement pas ça qu'ils font* » (Entretien n°20). Le fait d'être plus jeune, semble montrer que le regard des autres est une dimension non négligeable. Enfin, il y a cette attirance notable pour l'ambiance de la montagne qui semble « plus cool » qu'à la ville, et où les personnes jugent moins. Pour les 40-60 ans, on retrouve davantage des arguments liés à la pollution, à la densité, à la sécurité, au stress, mais aussi aux valeurs individualistes que l'on peut avoir en milieu urbain « *On quittait Voreppe parce que c'est beaucoup trop pollué, le niveau de pollution était alarmant et puis à côté de chez nous il construisait de nouveaux bâtiments et on avait peur de voir disparaître des champs* » (Entretien n°24) ; « *Moi en ville j'ai souvent ressenti ce sentiment d'insécurité, par exemple le bruit qu'il peut y avoir dans le voisinage, dans l'espace public ou dans la rue* » (Entretien n°25) ; « *[...] par rapport à la pollution, par rapport à la, comment dire ça, au fait qu'il y est beaucoup de monde qui vive sur les mêmes m²* » (Entretien n°27) ; « *Non en ville c'est plus l'anonymat, c'est plus chacun chez soi* » (Entretien n°32) ; « *J'ai aussi pris conscience de la densité de population, d'un manque d'espace certain* » (Entretien n°41).

e. Relation entre la CSP et la dimension rationnelle du discours des enquêtés

Figure 14



Sources : Atelier « Habiter la montagne », logiciel Nvivo, Excel, le 9 février 2014, Master Ingénierie du Développement Territorial, Institut de Géographie Alpine

La dimension du compromis entre la ville et la montagne ressort plus fortement dans le discours des agriculteurs, des cadres et professions intellectuelles supérieures et des professions intermédiaires. En ce qui concerne les agriculteurs, la raison de ce compromis est directement liée à leur métier, c'est le fait de pouvoir pratiquer leur activité en zone de montagne et de n'être pas trop éloignés des bassins de consommation « *Je ne cherche pas à produire pour produire, je cherche à produire pour vendre. Donc l'idéal c'est d'être proche des bassins de consommation... C'est très contradictoire parce qu'il faut que je ne sois pas trop près des villes pour pouvoir produire et à la fois pas trop loin pour pouvoir vendre* » (Entretien n°26). Même si le projet s'accompagne d'un accès à la propriété, c'est d'abord le choix du lieu d'exploitation qui prime.

Pour les cadres, le compromis se trouve surtout dans les déplacements, certains parlent de privilégier le co-voiturage, d'autres de limiter les trajets « *Moi j'ai pas envie de faire trop de déplacement en voiture, je veux vraiment privilégier le covoiturage* » (Entretien n°28) ; « *Alors le choix qu'on a fait c'est aussi un compromis car on n'est pas dans une montagne euh... comment dire... un lieu très reculé, en fait on n'est pas très loin de Saint-Egreve* » (Entretien n°9).



Les ménages doivent aussi faire des concessions sur leur projet car le budget n'est pas adapté pour rester proche de l'agglomération « *C'était un compromis à faire et de toute façon vu le budget que l'on avait pour la maison on ne pouvait pas vraiment espérer être plus près* » (Entretien n°6).

La *dimension hasard* semble plus importante dans le discours des artisans-commerçants et des saisonniers. Pour les saisonniers, cela reprend les propos évoqués plus haut, ce sont essentiellement des jeunes qui ont eu l'opportunité de trouver un employeur en station de ski.

Pour les artisans-commerçants-chefs d'entreprise, c'est la résultante d'une opportunité quant à la reprise d'un commerce « *Le Vercors c'est vraiment un coin que j'aime bien donc limite j'aurais mis en premier et c'est là où je suis arrivée à trouver donc je ne pouvais pas mieux trouver* » (Entretien n°29).

Enfin, en ce qui concerne l'urbaphobie, la part du discours est plus importante chez les saisonniers et les retraités. Il est cependant difficile d'expliquer les liens existants entre les CSP et la dimension du rejet de la ville.

f. Relation entre le genre et la *dimension rationnelle* du discours des enquêtés

L'influence du sexe sur le discours renvoyant à la *dimension rationnelle* n'est pas significative. L'absence de parité dans notre échantillon limite à nouveau notre analyse. Nous constatons une légère différence concernant la part de l'*urbaphobie* qui est plus importante chez la femme que chez l'homme.

g. Relation entre l'âge et la *dimension idéale* du discours des enquêtés

Comme nous l'avons précisé auparavant, la trajectoire vers un idéal fait appel à l'imaginaire, aux représentations, aux attentes et aux espérances de l'habiter en montagne. Quelles que soient les tranches d'âge, le discours entre les nœuds qui composent cette catégorie est assez bien répartie, il n'y a pas d'écarts significatifs. Si les hypothèses de



départ laissaient croire à plus d'idéalisation de la part des jeunes, cela ne se vérifie pas

Pour les 18-25 ans, ce qui correspond aux saisonniers, le discours sur les *potentiels* et les liens sociaux est plus développé. Ceci peut s'expliquer par le fait que les jeunes s'adaptent plus facilement à leur environnement et attachent moins d'importance à leur cadre de vie que les autres tranches d'âge. Nous verrons par la suite l'influence de la CSP « saisonniers ».

Pour les 25-40 ans et 40-60 ans, le discours sur le cadre de vie s'articule autour de deux thématiques principales. D'abord le rapprochement et la proximité à la nature, au calme, etc. et dans un deuxième temps le rapport au climat. « *En termes d'avantages c'est de vivre au milieu de ces magnifiques montagnes, des forêts et au milieu de la nature* » (Entretien n°13) ; « *Tout le monde est dans la même galère... je parle au niveau du climat là pour le coup, c'est la période hivernale* » (Entretien n°11) ; « *On dit « l'hiver est long, et si, et là... » mais je trouve que c'est vraiment un endroit où on a vraiment 4 saisons bien marquées au niveau des paysages. Y'a rarement un autre endroit où on peut voir marquer les 4 saisons au niveau du visuel, du paysage que la montagne.... [...] j'aime la neige, quand la neige arrive au début je suis comme un gamin. Voilà je suis debout à 6H du matin pour enlever la neige avec la pelle dehors, j'aime rouler dans la neige* » (Entretien n°17).

Etant donné qu'il n'y a pas d'influence significative de l'âge sur la catégorie *dimension rationnelle* et que les tendances sont déjà énoncées dans la partie précédente, nous ne nous attardons pas davantage sur cette partie. Nous allons voir dès à présent qu'elle peut être l'influence des CSP.

h. Relation entre la CSP et la *dimension idéale* du discours des enquêtés

Les agriculteurs, les artisans-commerçants et les cadres ont une part plus importante de discours concernant le cadre de vie. Pour certains agriculteurs, c'est en rapport aux qualités physiques du terrain et aux propriétés météorologiques « *Ouais mais météo climat... Ben moi je ne vise pas de la haute montagne. L'idéal ce serait les piémonts de la Chartreuse, on est à 400 – 500 m. On n'a pas 6 mois de neige dans l'année. Et puis encore une fois, moi c'est sur un sol qui intéresse moins les autres aussi* » (Entretien n°26) mais pour d'autres c'est simplement « *du bien-être, je ne sais pas c'est la grandiosité des éléments qui fait que... moi je m'y sens bien quoi* » (Entretien n°19).



En ce qui concerne les saisonniers, s'ils abordent davantage les *potentiels* et la *sociabilité*, c'est en partie dû à la possibilité de faire davantage de sports d'hiver étant donné la proximité du domicile-travail « *Je fais du vélo, du ski, je veux vivre là-bas pour faire des sports de montagne* » (Entretien n°1), mais c'est aussi pour l'attractivité des stations de ski pour l'ambiance dite « cool et rider ».

« *Je voulais aller dans une station avec un esprit convivial et pas trop grande, parce que après j'aime pas trop l'ambiance qui règne, ça fait plus usine et non convivial, je préfère là où les gens...où tout le monde se connaît et plus tisser des liens forts* » (Entretien n°2) ; « *c'est des mecs qui aiment bien parler qui sont ouverts qui ont de bons délires, on a tous un peu la même mentalité quoi on va dire... la mentalité rider, mec cool qui va rigoler qui va prendre un peu ça à la rigolade* » (Entretien n°20).

i. Relation entre le genre et la *dimension idéale* du discours des enquêtés

Les femmes ont une part de discours légèrement plus importante pour les *potentiels*, ceci peut faire référence aux possibilités pour les enfants, aux activités envisagées ou dont elles seront « privée » mais aussi par rapport à la difficulté d'accès des hôpitaux en cas d'accident (autrement dit les impossibles). Mais comme dans les trajectoires précédentes, il est compliqué de tirer des conclusions sur les liens existant entre le genre et cette *dimension idéale*.

Afin de conclure cette partie, nous pouvons dire que, si le genre n'a pas d'incidence significative sur le discours des enquêtés, les différences d'âges et de CSP peuvent expliquer certaines tendances. Ces deux dernières caractéristiques sont étroitement liées dans le sens où la majeure partie des saisonniers correspondent aux 18-25 ans et les plus de 60 ans aux retraités. De ce fait, les 18-25 ans développent d'avantage leur projet professionnel alors que les plus de 60 ans discutent plus de leur expériences. Dans ces deux tranches d'âges, il y a une plus grande part de *hasard*. Cela résulte d'opportunités professionnelles, pour les saisonniers, ou personnelles, pour les retraités. En revanche, pour les 25-40 ans et 40-60 ans, l'analyse permet de faire ressortir d'autres tendances. Par exemple, que le *compromis ville-montagne* domine pour les CSP ayant leur emploi dans l'agglomération car les trajets domicile-travail ne doivent pas être trop conséquents alors que pour les artisans-commerçants et les agriculteurs c'est pour des raisons d'accessibilité du bassin de consommation.



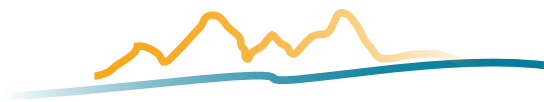
CONCLUSION ET LIMITES

L'utilisation de cette méthode d'analyse de données qualitatives a révélé l'importance de la phase de préparation et de prise en main du logiciel. Cela demande effectivement d'avancer pas à pas et éviter de procéder à l'encodage et à l'analyse sans connaissance requise du logiciel (ce qui a été notre cas) et cadrage suffisant, notamment par le choix des codes. Il est également préférable de disposer de l'intégralité du corpus mis en forme et de l'avoir lu avant de commencer cette phase de travail.

L'exploitation de ce logiciel pour valoriser l'analyse semblerait plus pertinente en l'intégrant dès le début, à l'élaboration de l'enquête. Cela permettra effectivement d'avoir une vision claire des thématiques (nœuds) à retenir et faire évoluer lors de l'encodage, phase essentielle pour affiner l'analyse. Il est indispensable dès le départ de définir précisément chacun de ces nœuds (dénomination, critères, caractéristiques) pour limiter la subjectivité et harmoniser l'encodage entre toutes les personnes y participant. Il existe par ailleurs un risque d'imprécisions et de relations impertinentes entre thématiques en codant un même propos dans plusieurs nœuds. Le résultat de la phase d'analyse dépend donc incontestablement de l'encodage mais il faut également être attentif à la méthode de traitement des données. C'est pour cela que nous avons d'abord analysé de manière générale le corpus (*nœuds bric à brac* et *enquêteur*) pour faire ressortir les biais qui auraient pu remettre en cause le reste de l'analyse. Notre codage couvrant la quasi-totalité des entretiens les pertes de discours ont donc été limitées et la répartition relativement équilibrée entre les 3 nœuds-parents permet donc de valider l'hypothèse d'un discours effectivement construit sur 3 dimensions.

Suite à cela il a été décidé d'analyser plus précisément le cas de ce triptyque dimensionnel correspondant à l'hypothèse de la triple trajectoire chez les enquêtés. L'utilisation de Nvivo montre que la dimension biographique est prédominante pour la majorité des enquêtés tandis que la dimension idéale est moins affirmée et presque équitablement répartie. Ce n'est pas le cas de la dimension rationnelle qui est plus variable et diffère significativement entre les personnes.

Dans un souci de pertinence pour le premier croisement de donnée, il était important de mettre en relation les entretiens avec les nœuds.



Cela a révélé que les expériences passées et actuelles prédominent dans les discours en expliquant le projet d'habiter la montagne. Il est également notable que les individus accordent un intérêt particulier au cadre de vie espéré.

Le compromis ville montagne est quant à lui le troisième aspect déterminant dans les projets des enquêtés. L'analyse détaillée des nœuds-enfants a permis de confirmer les tendances identifiées lors de l'analyse plus générale des dimensions (nœuds-parents). Concernant les liens entre thématiques obtenus par double codage, l'élément marquant de cette analyse est l'importance de l'expérience dans la construction du projet d'habiter la montagne, qui devance les représentations de la montagne qui sont malgré tout importantes. Ces dernières sont équitablement réparties dans le discours sur le cadre de vie, les potentiels et la sociabilité en montagne. Il est également notable que l'urbaphobie est en lien direct avec les expériences de la ville des individus. Enfin, l'analyse du discours en fonction des profils des enquêtés, montre que les catégories d'âge et de CSP se superposent parfois (jeunes saisonniers et personnes de plus de 60 ans retraités). Il semblerait qu'il n'y ait pas de différences notables dans le discours entre les tranches d'âge 25-40 ans et 40-60 ans, alors que des spécificités se retrouvent dans les discours en fonction des CSP. Concernant l'analyse selon les genres, aucune différence significative de discours ne ressort et il est nécessaire de réitérer l'analyse avec un échantillon présentant une réelle parité homme-femme.

En somme cette étude apporte un autre regard sur le corpus d'entretiens analysé et amène du sens à notre objectif de départ au travers du parallèle triple dimensions / triple trajectoires. Le logiciel Nvivo réserve un grand potentiel d'analyse, qu'il serait intéressant de développer sur d'autres axes de réflexion, comme un travail sur le vocabulaire des représentations de la montagne.



CONCLUSION





Pour conclure ce rapport, nous avons vu que la mise en perspective des deux méthodes d'analyse sont complémentaires et cette division a permis de vérifier le bienfondé des tendances déduites. La lecture fine des entretiens a construit une vision d'ensemble du discours et des profils d'enquêtés. Le logiciel NVivo a apporté une dimension plus technique à l'analyse.

Les phases de recherche de futurs habitants et d'entretiens nous ont donnés une multitude de profils et de trajectoires de vie. Le défi et l'intérêt majeur a été d'identifier les principales tendances présentes dans les discours afin de les regrouper par thématique.

Si certains éléments de discours apparaissent clairement dans les enquêtes, d'autres, plus sous-jacents, ont suscité notre attention. Tout d'abord, l'analyse par massif a présenté des spécificités pour chacun d'entre eux mais qui sont à l'appréciation de chacun des enquêtés.

Par la suite, nous avons pensé pertinent de déterminer quelle place la montagne prenait dans le projet d'installation de nos enquêtés. L'hypothèse que nous avons formulé affirmait que la montagne n'était pas le facteur de départ des futurs habitants et qu'étant donné la proximité immédiate de la montagne à Grenoble, les personnes qui souhaitent s'installer dans un milieu périurbain, se retrouvent «par défaut» en territoire montagnard.

Nous avons donc pu constater que la montagne était un facteur important dans le projet d'installation de nos enquêtés. Pour autant, notre échantillon étant très varié, nous avons eu une majorité de personnes pour qui la montagne était soit importante, soit très peu. De fait, une grande partie de nos enquêtés ont choisi un milieu montagnard pour des critères plus secondaires.

D'une autre façon, notre analyse a pu confirmer que si certains individus partent s'installer en montagne par choix réel, ils restent peu nombreux. Comme nous l'avons vu, il s'agissait surtout pour eux de quitter et même de rejeter la ville pour résider dans un cadre plus naturel que la montagne peut offrir au même titre que la campagne. Le fait que le périurbain grenoblois soit majoritairement en altitude, les gens qui veulent partir de l'agglomération n'ont d'autres choix que d'aller en montagne.

Nous pouvons donc observer que finalement ni la montagne ni le choix du massif n'est réellement la source du projet chez nos enquêtés. C'est plutôt le cadre idéal qu'offre un milieu plus naturel qui permet aux individus de concrétiser un projet qu'ils n'auraient pu mettre en place ailleurs.



Nous avons par la suite remarqué la présence de paradoxes dans le discours de nos enquêtés, qui viennent appuyer les constats précédents. En effet, comme les futurs habitants partent vivre en montagne principalement pour concrétiser un projet mais pas spécifiquement pour la montagne en elle-même, il existe dans leur discours des contradictions qui reflètent finalement leur choix de vie.

Aussi, selon la temporalité du projet de chaque enquêté, le discours est différent. Les individus qui en sont déjà à un stade avancé dans leur projet ont des idées plus arrêtées sur leur futur milieu de vie. En revanche, pour les individus qui n'en sont encore qu'au stade de l'idée, le discours reste un peu flou et leurs représentations de la montagne viennent beaucoup de leur imaginaire.

L'analyse NVivo vient confirmer ces observations et les compléter dans un deuxième temps. En « décortiquant » les discours de chaque enquêté, il a été établi plusieurs « dimensions » ou « trajectoires » qui sont toutes plus ou moins importantes en fonction des individus. Il ressort tout de même une prédominance de la *dimension biographique* pour la plupart des enquêtés, c'est-à-dire que leurs expériences sont déterminantes dans leur projet d'habiter la montagne, plus que leur imaginaire, leurs représentations ou encore leur opportunité ou leur urbaphobie. Bien que ces résultats ne soient pas généralisables, ce sont les grandes tendances qui se dégagent.

Il est difficile de déterminer quelles expériences poussent plus les individus à aller s'installer en montagne plutôt que d'autres, en revanche, il ressort que les profils des enquêtés ont parfois une influence sur leurs trajectoires et leurs projets. Alors que les différences d'âge et de genre ne sont pas significatives, les CSP influencent davantage les choix des individus dans le projet d'habiter en montagne. Il arrive même que les professions déterminent un massif en particulier en fonction des propriétés qui lui sont propres.



BIBLIOGRAPHIE



AMOUROUS (Ch.), 2002, «Le ski : modernité, plaisir, imaginaire», *La création sociale* n°8, Centre de sociologie des représentations et des pratiques culturelles, pp. 147-161.

BERTHIER (N.), 2010, *Les techniques d'enquête en sciences sociales - Méthodes et exercices corrigés*, 4ème éd. Armand Colin, 350p.

BLANCHET (A.), 2013, *Les techniques d'enquête en sciences sociales. Observer, interviewer, questionner*, éd Dunod, 208p.

BOURDEAU (P.), MARTIN (N.), 2012, *Les migrations d'agrément, Du tourisme à l'habiter*, éd. L'Harmattan, 408p.

BOURDEAU (Ph.), 2005, *Les représentations de la nature dans le discours publicitaire sur le matériel et les vêtements de sports de montagne (1982-2002). A la recherche d'indicateurs géoculturels du rapport à l'Ailleurs dans les sociétés urbaines contemporaines, Loisir et société/ Leisure and society*, Montréal, vol. 28 n°1, pp. 31-48,.

BOURDEAU (Ph.), 2007, *Les sports de nature comme médiateurs de l'entre-deux ville-montagne : vers un post-tourisme ?*, in Monteverti Weber Lilli, Deschenaux Chantal (dir.), *Campagne-ville. Le pas de deux. Enjeux des recompositions territoriales*. Lausanne : PPUR,.

BOURDEAU (Ph.), (Dir.), 2006, *La montagne, terrain de jeu et d'enjeux. Débats pour l'avenir de l'alpinisme et des sports de nature*, éd. Du Fournel, L'Argentière-la-Bessée.

BLACHE (J.), 1934, *L'Homme et la montagne*, éd. Gallimard, 192p.

BOZONNET (J.-P.), 1992, *Des monts et des mythes. L'imaginaire social de la montagne*. Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 294p.

BRUNET (R.), *Les mots de la géographie*, éd. La Documentation Française, 518p.,

CORNELOUP (J.), BOURDEAU (Ph.), MAO (P.), «La culture, vecteur de développement des territoires touristiques et sportifs», *Montagnes méditerranéennes*, n° 22, pp. 7-22, 2006

CRIVELLI (R.), et ali, 2001, *Vivre, habiter, rêver la montagne – Tome 141*, éd. Genève, Société de Géographie de Genève et Département de Géographie de l'Université de Genève,, 178p.

DEBARDIEUX (B.), FOURNY (M.C.), 2004, *L'effet géographique : construction sociale, appréhension*,



cognitive et configuration matérielle des objets géographiques, éd. MSH Alpes, 248p.

DEBARDIEUX (B.), RUDAZ (G.), 2010, Les faiseurs de montagne, éd. CNRS Editions, 373p.

DEBARDIEUX (B.), (2001, Les montagnes: représentations et constructions culturelles , in Y. VEYRET (dir.), 2001, in Les montagnes : discours et enjeux géographiques, Paris, SEDES, 140p.

DROUET (Y.), KEMO KEIMBOU (D.-C.) , 2005, « Comment devient-on freerider ? ». Une approche socio-anthropologique., *Loisir et Société* vol. 28, n°1, Presses Universitaires du Québec, Montréal, pp. 67-87.

DUVILLARD (S.), FAUVEL (C.), LAJARGE (R.), SGARD (A.), 2008, « La moyenne montagne n'est plus ce qu'elle était. Le P.N.R. de Chartreuse face à la pression urbaine », in *Halshs*, version 1.

GUMUCHIAN (H.), 2007, *Entre aujourd'hui et demain, la Chartreuse, un territoire-école*, éd. D'ici et d'Ailleurs, 128p.

LEVY (J.), LUSSAULT (M.), 2003, *Dictionnaire de la géographie de l'espace et des sociétés*, éd. Berlin, 1033p.

MOSS L. (dir.), 2006, *The amenity migrants: seeking and sustaining mountains and their cultures*, éd. Cabi Publishing, 336p.

REYNIER (V.), CHIFFLET (P.), 1998, *Pratique sportive, représentations sociales et comportements territoriaux : les pratiquants des stations de sports d'hiver*, *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, n° 38, pp. 84-87.

SEIGNEUR (V.), 2007, *Socio-anthropologie de la haute montagne*, éd. L'Harmattan, 312p.

STOCK (M.), 2004, «L'habiter comme pratique des lieux géographiques», *EspacesTemps.net*, Travaux

TRAVERS (A.), 2001, *Politique et représentations de la montagne sous Vichy, la montagne éducatrice 1940-1944*, éd. L'Harmattan, Paris, 286p.

VANIER (M.), *Rapport « Montagne 2040 »*, éd. Acadie, n.p.

VEYRET (G.), VEREY (P.), 1962, «Essai de définition de la montagne», volume 50, numéro 50-1, in *Revue de Géographie Alpine*, pp. 5-35



SOMMAIRE DÉTAILLÉ

INTRODUCTION	5
ANALYSE	8
S'interroger sur habiter la montagne	9
1. La montagne, un territoire difficile à délimiter	9
2. Habiter, un concept au coeur de notre étude	11
3. Mieux appréhender ce qui signifie « habiter en montagne »	12
4. Présentation du terrain d'étude considéré	13
Zoom sur les enquêtes et les enquêtés	15
1. Le choix des méthodes de travail	15
2. Méthodologie des entretiens.....	16
a. Les démarches de travail	17
b. Les limites rencontrées	18
3. Qui sont les futurs habitants interrogés ?	19
Analyse des entretiens	25
1. Les grandes lignes de l'analyse	25
2. Les massifs, créateurs d'une typologie ?	27
a. Belledonne, un massif attrayant pour les loisirs qu'il propose	28
b. La Chartreuse, un massif résidentiel qui bénéficie d'une situation géographique intéressante	29
c. Le Vercors, un massif ancré dans une histoire	30
d. Des arguments parfois contradictoires	31
3. La montagne au coeur du projet d'installation	32
a. Campagne ou montagne ?.....	33
b. La montagne : source ou lieu de concrétisation du projet	34
4. Les temporalités du projets	39
a. Des étapes de projet bien distinctes.....	39
b. Une répartition limitée par notre champ d'investigation	40
c. Des représentations différentes selon l'étape temporelle du projet	41
5. Des motivations d'habiter la montagne parfois paradoxales	43
a. S'installer dans un petit viillage de montagne mais avoir accès à des services	43
b. Respecter des valeurs environnementales mais utiliser quotidiennement la voiture	44
c. Etre au calme, isolé mais rester connecté et proche de la ville	45
6. Les trajectoires de vie des futurs habitants	47

NVIVO	52
Méthodologie et démarche d'analyse	53
1. Mise en forme du corpus à analyser	54
2. Encodage des entretiens.....	54
a. La démarche de l'atelier	55
b. Présentation de la structure d'encodage	55
3. Analyse du corpus	57
Analyse des discours.....	58
1. Quelle prédominance des dimensions dans le discours des enquêtés ?	59
a. Une prédominance de la dimension biographique	60
b. Prédominance de la dimension rationnelle	61
c. Prédominance de la dimension idéale	62
d. La prédominance des dimensions en fonction des références	63
2. L'analyse des entretiens par rapport aux nœuds	64
3. La récurrence des arguments en fonction des dimensions de discours	66
a. Les relations entre nœuds abordées dans les entretiens	67
b. Relation du projet professionnel avec hasard et potentiel de la montagne.....	68
c. Relation de l'Urbaphobie avec expérience et cadre de vie.....	69
4. Profils d'enquêtés par rapport aux dimensions de discours	70
a. Relation entre l'âge et la dimension biographique	70
b. Relation entre la CSP et la dimension biographique	71
c. Relation entre le genre et la dimension biographique	74
d. Relation entre l'âge et la dimension rationnelle.....	75
e. Relation entre la CSP et la dimension rationnelle	77
f. Relation entre le genre et la dimension rationnelle	79
g. Relation entre l'âge et la dimension idéale	79
h. Relation entre la CSP et la dimension idéale	80
i. Relation entre le genre et la dimension idéale	81
Conclusion et limites.....	82
CONCLUSION	84
BIBLIOGRAPHIE	86
SOMMAIRE DÉTAILLÉ	89
ANNEXES	93

TABLE DES CARTES

Carte 1 : Le territoire d'étude.....	13
Carte 2 : Les trajectoires de vie des futurs habitants résidant dans le territoire d'étude	48
Carte 3 : Les trajectoires de vie des futurs habitants résidant à l'extérieur du territoire d'étude.....	49
Carte 4 : Zoom sur le terrain d'étude des trajectoires de vie des futurs habitants résidant à l'extérieur	50

TABLE DES FIGURES

Figure 1 : Sexe des futurs habitants	20
Figure 2 : Ages des futurs habitants	20
Figure 3 : CSP des futurs habitants interrogés	21
Figure 4: La situation familiale des futurs habitants.....	22
Figure 5: La situation familiale a-t-elle une influence sur l'élément déclencheur ?	23
Figure 6 : L'âge a-t-il une influence sur l'élément déclencheur ?.....	24
Figure 7 : Les massifs de destination des futurs habitants	28
Figure 8 : L'importance de la montagne dans le projet d'installation des enquêtés	32
Figure 9 : Nombre d'individus interrogés en fonction de l'état d'avancement du projet	39
Figure 10 : La part des dimensions dans le discours des enquêtés.....	61
Figure 11 : La prédominance de la dimension rationnelle.....	62
Figure 12 : Le discours sur la dimension biographique des CSP.....	72
Figure 13 : LE discours des enquêtés sur la dimension rationnelle, en fonction de l'âge.....	75
Figure 14 : Le discours des enquêtés sur la dimension rationnelle, en fonction des CSP.....	78

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Extrait du tableau de répartition du texte des entretiens.....	58
Tableau 2 : Extrait du tableau croisé Dimension/Entretiens en fonction de la couverture de texte..	60
Tableau 3 : Extrait du tableau croisé Dimensions/Entretiens en fonction du nombre de références	63
Tableau 4 : Extrait du tableau croisé Nœuds (Dimension biographique) / Entretiens.....	64
Tableau 5 : La récurrence des arguments pour chaque dimension du discours des enquêtés.....	67
Tableau 6 : Extrait du tableau du double codage et des liens entre nœuds.....	68
Tableau 7 : Croisement entre les nœuds de la catégorie dimension biographique et les tranches d'âges des enquêtés.....	70



ANNEXES

ANNEXE 1 : GUIDE D'ENTRETIEN

Guide d'entretien

N° entretien :

Date :

Classe d'âge :

Lieu :

CSP :

Personne qui entretien :

Sexe :

« Je fais partie d'un groupe d'étudiants de master en aménagement du territoire. Nous travaillons en collaboration avec un laboratoire de recherche sur la thématique de « l'habiter en montagne ». Nous cherchons à comprendre les motivations des personnes qui veulent s'installer à la montagne. L'idée est que vous nous racontiez ce qui vous motive à aller vivre en montagne. L'entretien va durer une petite heure, je me permets de l'enregistrer afin de pouvoir l'utiliser par la suite à des fins uniquement universitaires. On va donc commencer l'entretien ...

Question de départ : Vous êtes donc un futur habitant en montagne, dites-moi un peu pourquoi vous avez envie d'habiter en montagne. Est-ce que vous pouvez nous parler de votre projet, de votre parcours, et de ce qui vous a amené à faire le choix d'habiter la montagne ».

- Le projet d'habiter en montagne

- Principales motivations (familiales, professionnelles, santé, sécurité ...)
- Autres motivations
- Choix volontaire ou par défaut d'habiter en montagne
- Pourquoi ce massif ? Pourquoi cette commune ?

- Histoire personnelle

- Situation et parcours professionnel (retraite, nouvelle activité,...)
- Situation familiale (enfants, seul,...)
- Les pratiques (loisirs, passions, ...)
- Les relations et intérêts pour la montagne : connaissance du milieu montagnard ? Découverte d'un nouveau milieu ?

- Rapport avec l'ancien cadre de vie

- Motivations / Raisons / Causes du changement de cadre de vie
- Perceptions de l'ancien cadre de vie (avantages et inconvénients)
- Recherche d'un nouveau cadre de vie : quelles attentes envers le nouveau cadre de vie par rapport à l'ancien ?
- Cadre de vie (voisinage, vie de quartier, sécurité)

- Représentation et pratique de la montagne

- Représentations de la montagne : météo, climat, services, transports / déplacements, cadre de vie, convivialité (avantages / inconvénients)
- Envies, espérances, idées sur le nouveau milieu de vie. Attentes particulières nouvelles ?
- Pratique d'activités / loisirs spécifiques au milieu de montagne
- Développement des activités économiques

- L'habitat en lui-même

- Volonté d'être proche ou loin d'une ville importante
- Comment le futur habitant voit son lieu de vie, son habitat
- Connaissance du milieu

ANNEXE 2 : GRILLE D'ANALYSE

	Informations générales				Trajectoire de vie (avant projet)	Le projet (causes de l'installation)			Les motivations			Habiter la montagne			
	Sexe	Age	Statut	Lieu d'habitat actuel		Massif de destination	Commune de destination	Elément déclencheur	Projet personnel	Projet professionnel	Raisons des motivations (achat maison, travail, besoin nature etc.)	Justification du choix (massif/commune d'installation)	Les pratiques de la montagne	Les attentes - représentation du nouveau cadre de vie	Les inconvénients appréhensibles
Entretien n°1															
Entretien n°2															
Entretien n°3															
Entretien n°4															
Entretien n°5															
Entretien n°6															
Entretien n°7															
Entretien n°8															
Entretien n°9															
Entretien n°10															
Entretien n°11															

ANNEXE 3 : TABLEAU REPARTITION DU TEXTE DES ENTRETIENS

	Triple trajectoire	Enquêteur	Bric à brac
Entretien 1	92,76 %	2,86 %	4,38 %
Entretien 10	89,32 %	10,46 %	0,23 %
Entretien 11	58,34 %	35,79 %	5,87 %
Entretien 12	67,84 %	29,37 %	2,79 %
Entretien 13	69,99 %	29,95 %	0,06 %
Entretien 14	75,87 %	12,65 %	11,48 %
Entretien 15	44,31 %	53,38 %	2,31 %
Entretien 16	78,97 %	20,56 %	0,47 %
Entretien 17	74,79 %	22,53 %	2,68 %
Entretien 18	81,6 %	18,02 %	0,38 %
Entretien 19	80,31 %	18,23 %	1,45 %
Entretien 2	81,23 %	15,14 %	3,63 %
Entretien 20	67,12 %	25,45 %	7,43 %
Entretien 21	89,14 %	10,69 %	0,17 %
Entretien 22	89,4 %	10,23 %	0,37 %
Entretien 23	56,22 %	40,73 %	3,05 %
Entretien 24	73,92 %	15,78 %	10,3 %
Entretien 25	71,25 %	20,61 %	8,14 %
Entretien 26	78,16 %	13,9 %	7,94 %
Entretien 27	68 %	30,96 %	1,05 %
Entretien 28	93 %	7 %	0 %
Entretien 29	76,91 %	17,06 %	6,03 %
Entretien 3	56,53 %	37 %	6,46 %
Entretien 30	71,04 %	22,45 %	6,51 %
Entretien 31	78,14 %	7,02 %	14,84 %
Entretien 32	92,25 %	4,94 %	2,81 %
Entretien 33	59,6 %	32,06 %	8,34 %
Entretien 34	65,76 %	28,47 %	5,76 %
Entretien 35	73,76 %	26,24 %	0 %
Entretien 36	81,89 %	15,56 %	2,56 %
Entretien 37	58,77 %	14,75 %	26,48 %
Entretien 38	71,85 %	25,21 %	2,94 %
Entretien 39	85,74 %	13,73 %	0,53 %
Entretien 4	63,83 %	30,48 %	5,69 %
Entretien 40	70,39 %	24,24 %	5,37 %
Entretien 41	77,58 %	21,39 %	1,03 %
Entretien 42	66,27 %	28,29 %	5,44 %
Entretien 43	72,3 %	26,7 %	1 %
Entretien 44	83,54 %	11,49 %	4,98 %
Entretien 45	53,91 %	32,26 %	13,83 %
Entretien 46	52,61 %	41,31 %	6,08 %
Entretien 47	79,9 %	8,6 %	11,5 %
Entretien 48	66,38 %	33,19 %	0,42 %
Entretien 5	62,37 %	3,44 %	34,19 %
Entretien 6	54,13 %	36,88 %	8,99 %
Entretien 7	79,73 %	19,65 %	0,62 %
Entretien 8	57,24 %	36,45 %	6,3 %
Entretien 9	85,72 %	13,97 %	0,31 %

ANNEXE 4: TABLEAU CROISE DIMENSIONS / ENTRETIENS EN FONCTION DE LA COUVERTURE DE TEXTE

	Dimension biographique	Dimension rationnelle	Dimension idéale
Entretien 28	87,55	0	12,45
Entretien 14	78,23	14,51	7,26
Entretien 37	69,53	9,16	21,31
Entretien 6	69,3	5,44	25,26
Entretien 8	66,47	9,77	23,76
Entretien 33	64,75	20,79	14,46
Entretien 24	63,52	7,76	28,72
Entretien 21	61,18	17,91	20,92
Entretien 40	61,17	0	38,83
Entretien 17	60,01	3,12	36,87
Entretien 25	59,48	0	40,52
Entretien 42	58,42	14,44	27,14
Entretien 26	57,94	34,78	7,28
Entretien 48	57,88	12,94	29,18
Entretien 27	57,07	22,97	19,95
Entretien 31	56,29	20,39	23,32
Entretien 23	55,51	4,47	40,02
Entretien 5	53,97	9,8	36,24
Entretien 4	51,03	24,86	24,11
Entretien 11	50	21,3	28,7
Entretien 45	48,94	12,84	38,22
Entretien 16	47,75	5,74	46,51
Entretien 7	47,23	23,83	28,95
Entretien 1	47,06	12	40,94
Entretien 46	46,72	24,38	28,9
Entretien 22	45,59	22,01	32,4
Entretien 47	45,11	35,62	19,27
Entretien 39	44,9	21,07	34,02
Entretien 41	44,74	23,68	31,58
Entretien 10	44,65	28,88	26,47
Entretien 3	42,73	29,67	27,6
Entretien 12	42,07	25,03	32,9
Entretien 9	40,88	20,15	38,97
Entretien 38	39,89	17,21	42,9
Entretien 19	12,71	44,07	43,22
Entretien 13	39,1	13,17	47,72
Entretien 32	37,41	25,23	37,36
Entretien 43	36,51	20,49	43
Entretien 34	32,09	45,87	22,05
Entretien 44	31,55	29,23	39,21
Entretien 30	27,71	15,9	56,38
Entretien 35	23,71	46,47	29,82
Entretien 20	23,5	11,54	64,96
Entretien 15	23,49	58,79	17,71
Entretien 2	23,07	32,51	44,43
Entretien 18	22,6	38,84	38,57
Entretien 36	21,55	30,21	48,24
Entretien 29	19,43	46,13	34,44

ANNEXE 5 : TABLEAU CROISE DIMENSIONS / ENTRETIENS EN FONCTION DU NOMBRE DE REFERENCE

	Dimension biographique	Dimension rationnelle	Dimension idéale
Entretien 41	33	14	22
Entretien 20	30	11	21
Entretien 21	28	14	20
Entretien 42	19	9	20
Entretien 28	10	9	19
Entretien 11	22	3	18
Entretien 46	22	1	18
Entretien 17	17	16	18
Entretien 45	14	4	18
Entretien 27	29	8	17
Entretien 8	12	9	17
Entretien 16	10	3	17
Entretien 25	8	12	17
Entretien 32	17	7	16
Entretien 47	48	6	15
Entretien 29	24	6	15
Entretien 31	19	12	15
Entretien 26	32	11	14
Entretien 24	12	19	14
Entretien 19	35	5	13
Entretien 22	21	4	13
Entretien 39	23	7	12
Entretien 9	19	11	12
Entretien 44	17	6	12
Entretien 34	22	2	11
Entretien 14	14	11	11
Entretien 43	10	5	11
Entretien 13	22	4	10
Entretien 36	14	1	10
Entretien 33	13	6	10
Entretien 48	13	4	10
Entretien 37	10	3	9
Entretien 23	9	4	9
Entretien 18	26	7	8
Entretien 30	21	10	8
Entretien 1	14	10	8
Entretien 2	14	0	8
Entretien 40	7	9	8
Entretien 10	27	11	7
Entretien 4	11	4	6
Entretien 7	17	2	5
Entretien 3	10	0	5
Entretien 5	9	6	5
Entretien 12	12	3	4
Entretien 6	9	14	4
Entretien 38	6	2	3
Entretien 15	13	0	2
Entretien 35	13	2	1

	Experiences	Projet familial	Projet personnel	Projet professionnel	Compromis ville - montagne	Hasard	Urbaphobie	Cadre de vie	Les possibles	Lien social
Experiences	93 %	0,25 %	2,19 %	2,21 %	0 %	1,79 %	6,48 %	1,43 %	1,79 %	1,9 %
Projet familial	0,14 %	88,12 %	0 %	2,9 %	1,62 %	3,42 %	2,77 %	1,55 %	0,85 %	1,47 %
Projet personnel	0,67 %	0 %	73,35 %	2,89 %	1,06 %	6,93 %	0,4 %	1,14 %	3,86 %	1,18 %
Projet professionnel	1,36 %	3,26 %	5,84 %	83,55 %	0,98 %	9,87 %	0,71 %	0,33 %	3,35 %	0,44 %
Compromis ville - montagne	0 %	1,92 %	2,27 %	1,04 %	89,79 %	0,33 %	1,04 %	1,72 %	3,78 %	1,56 %
Hasard	0,37 %	1,3 %	4,73 %	3,33 %	0,11 %	71,96 %	0,49 %	1,52 %	0,32 %	0 %
Urbaphobie	1,73 %	1,36 %	0,36 %	0,31 %	0,43 %	0,63 %	81,37 %	1,62 %	0,73 %	0,98 %
Cadre de vie	0,81 %	1,61 %	2,14 %	0,3 %	1,51 %	4,17 %	3,43 %	87,08 %	1,97 %	1,96 %
Les possibles	1,03 %	0,9 %	7,3 %	3,13 %	3,36 %	0,9 %	1,57 %	1,99 %	82,91 %	0,52 %
Lien social	0,89 %	1,27 %	1,82 %	0,34 %	1,13 %	0 %	1,73 %	1,62 %	0,42 %	90 %

ANNEXE 6 : EXTRAIT DU TABLEAU DU DOUBLE CODAGE ET DES LIENS ENTRE NŒUDS

ANNEXE 7 : TABLEAU CROISE NŒUDS (DIMENSION BIOGRAPHIQUE) / ENTRETIENS (EN POURCENTAGE RANGE)

	Experiences	Projet familial	Projet personnel	Projet professionnel	Compromis ville - montagne	Hasard	Urbaphobie	Cadre de vie	Les possibles	Lien social
Entretien 1	0,67 %	0 %	3,67 %	3,75 %	2,33 %	5,65 %	0,34 %	0,18 %	3,19 %	4,14 %
Entretien 10	3,5 %	11,46 %	0,41 %	0 %	7,81 %	0 %	3,58 %	0,76 %	0,4 %	1,29 %
Entretien 11	0,67 %	0 %	4,51 %	1,39 %	0 %	1,16 %	0,5 %	2,78 %	0,55 %	1,52 %
Entretien 12	0,65 %	0 %	2,23 %	1,83 %	0,42 %	0 %	2,67 %	0,06 %	0,29 %	1,29 %
Entretien 13	0,84 %	0 %	0 %	2,44 %	1,52 %	1,13 %	0 %	1,85 %	0,98 %	1,54 %
Entretien 14	1,54 %	0 %	4,84 %	0 %	0,21 %	9,51 %	0,92 %	1,16 %	1,09 %	1,25 %
Entretien 15	0,52 %	0 %	0,17 %	0,82 %	0 %	0 %	0 %	0,27 %	0 %	0 %
Entretien 16	0,78 %	1,41 %	0 %	0,95 %	1,23 %	0 %	0,98 %	5,87 %	2,59 %	2,56 %
Entretien 17	0,49 %	0,16 %	1,63 %	3,2 %	2,21 %	20,09 %	0,36 %	4,28 %	4,15 %	0,56 %
Entretien 18	1,15 %	7,74 %	0 %	1,29 %	1,24 %	2,35 %	3,13 %	1,23 %	0,5 %	0,87 %
Entretien 19	3,01 %	0 %	3,61 %	6,3 %	1,73 %	0 %	0 %	3,6 %	0 %	1,56 %
Entretien 2	1,19 %	0 %	0 %	3,16 %	0 %	0 %	0 %	0,83 %	2,2 %	0,64 %
Entretien 20	1,5 %	0 %	4,74 %	3,76 %	1,43 %	0 %	7,49 %	1,78 %	2,23 %	7,61 %
Entretien 21	4,17 %	0,22 %	15,78 %	1,34 %	3,7 %	7,1 %	2,91 %	5,45 %	5,43 %	2,18 %
Entretien 22	2,21 %	5,17 %	1,38 %	1,46 %	2,53 %	0 %	0 %	2,76 %	2,86 %	3,89 %
Entretien 23	0,28 %	0 %	0,49 %	0,55 %	1,48 %	0,35 %	0 %	1,17 %	0,86 %	0,6 %
Entretien 24	2,96 %	2,15 %	0 %	0 %	4,67 %	3,01 %	19,53 %	1,44 %	4,36 %	4,65 %
Entretien 25	0,59 %	1,44 %	0 %	0 %	5,84 %	0 %	4,22 %	3,4 %	1,02 %	4,87 %
Entretien 26	2,6 %	3,25 %	0 %	13,84 %	4,61 %	1,36 %	1,67 %	2,57 %	2,92 %	2,67 %
Entretien 27	2,4 %	5,04 %	0 %	0 %	3,08 %	0 %	0,88 %	2,47 %	0,59 %	2,75 %
Entretien 28	1,76 %	0,51 %	0,52 %	0,14 %	3,65 %	0,58 %	3,21 %	3,93 %	3,97 %	1,89 %
Entretien 29	5,54 %	0 %	1,63 %	15,67 %	1,38 %	6,58 %	0 %	2,66 %	3,92 %	2,29 %
Entretien 3	0,47 %	0 %	0 %	1,08 %	0 %	0 %	0 %	0,87 %	0,52 %	0 %
Entretien 30	2,8 %	5,08 %	0 %	0 %	2,83 %	3,88 %	4,76 %	0,93 %	3,77 %	1,74 %
Entretien 31	3,36 %	0 %	4,37 %	6,28 %	4,47 %	0 %	4,32 %	1,24 %	5,07 %	5,13 %
Entretien 32	8,57 %	3,28 %	5,71 %	4,77 %	4,25 %	0 %	2,27 %	2,95 %	5,43 %	6,24 %
Entretien 33	2,6 %	1,13 %	0 %	1,25 %	1,18 %	1,57 %	0 %	2,87 %	2,85 %	0,84 %
Entretien 34	2,78 %	0 %	5,54 %	2,77 %	0,71 %	0 %	0 %	2,08 %	0,8 %	1,18 %
Entretien 35	0,89 %	0,86 %	0,82 %	1,32 %	0,35 %	0 %	0,7 %	0,36 %	0 %	0 %
Entretien 36	1,7 %	0 %	6,55 %	3,97 %	0 %	0 %	1,21 %	0,36 %	3,89 %	2,58 %
Entretien 37	0,92 %	1,53 %	0 %	1,18 %	2,08 %	0,58 %	0 %	3,99 %	2,85 %	2,98 %
Entretien 38	0,14 %	0 %	1,3 %	0,47 %	0,51 %	0,38 %	0 %	0 %	0,31 %	0,76 %
Entretien 39	1,8 %	6,45 %	0,6 %	0,79 %	3,54 %	0 %	2,87 %	1,91 %	2,92 %	2,18 %
Entretien 4	0,66 %	0 %	0,68 %	2,4 %	0,62 %	1,1 %	0,92 %	0,72 %	0,46 %	0,6 %
Entretien 40	0,15 %	0,58 %	0,51 %	0,3 %	1,57 %	4,75 %	0 %	1,53 %	0,75 %	0,24 %
Entretien 41	4,12 %	3,64 %	11,99 %	3,35 %	5,79 %	0 %	6,87 %	2,65 %	4,31 %	3,18 %
Entretien 42	1,84 %	0,5 %	3,24 %	3,31 %	3,3 %	0 %	3,17 %	2,88 %	3,06 %	1,28 %
Entretien 43	1,76 %	1,16 %	0 %	0 %	0,56 %	0,29 %	3,56 %	1,67 %	0,77 %	0,38 %
Entretien 44	9,86 %	1,45 %	6,33 %	0,13 %	0 %	6,35 %	8,52 %	2,24 %	2,46 %	7,06 %
Entretien 45	1,98 %	1,2 %	0 %	0 %	0,89 %	0 %	1,37 %	2,84 %	2,75 %	0,56 %
Entretien 46	0,91 %	2,83 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0,82 %	1,81 %	0,51 %	1,06 %
Entretien 47	9,6 %	15,63 %	0,84 %	0,59 %	3,21 %	1,33 %	0 %	7,99 %	1,71 %	6,81 %
Entretien 48	0,83 %	0,82 %	2,8 %	0,22 %	0,48 %	2,35 %	0,86 %	2,08 %	1,31 %	0,91 %
Entretien 5	0,61 %	1,77 %	0 %	0 %	2,65 %	0 %	2,21 %	1,31 %	0,27 %	0,45 %
Entretien 6	0,48 %	0,57 %	0 %	0,22 %	2,24 %	4,78 %	0,26 %	1,03 %	0,24 %	0 %
Entretien 7	0,67 %	0,98 %	1,42 %	3,11 %	0 %	3,65 %	0 %	0,25 %	3,99 %	0 %
Entretien 8	1,01 %	1,8 %	0 %	0,62 %	2,85 %	1,65 %	0,3 %	0,94 %	3,11 %	1,64 %
Entretien 9	0,68 %	10,2 %	1,69 %	0 %	4,86 %	8,46 %	2,67 %	2 %	1,8 %	1,61 %