

L'EXPERIENCE SPIRITUELLE DE LA NATURE AU TRAVERS DE LA MARCHE AU SEIN D'ESPACES PRESERVES : UNE APPROCHE EXPLORATOIRE

Magali Muraro

Laboratoire REGARDS, Université de Reims, magali.muraro@univ-reims.fr

Résumé : L'objectif de cette communication est de contribuer à une meilleure compréhension de l'expérience spirituelle de la nature et de son influence sur les comportements de consommation. L'étude de la littérature et la réalisation d'une étude exploratoire nous permettent d'identifier des composantes essentielles de l'expérience spirituelle potentiellement ressentie à l'occasion d'une marche en pleine nature ainsi que des facteurs modérateurs.

Mots clés : "expérience spirituelle " ; " recherche de sens", "transcendance", "reconnexion à soi", "marche en pleine nature", "espaces naturels préservés", "parcs naturels "

SPIRITUAL EXPERIENCE WITH NATURE AMONG WALK IN PRESERVED NATURAL AREAS

Abstract : This working paper aims at a better understanding of spiritual experience with nature and its impacts on consumer behavior. Literature review and first empirical investigation allows us to define main parts of spiritual experience with nature during a walk in preserved natural areas and identify its moderators factors.

Keywords : "spiritual experience " ; "meaning search", "transcendence", "nature ", "nature walk", "preserved natural areas"

L'expérience spirituelle de la nature au travers de la marche au sein d'espaces préservés : une approche exploratoire

Contexte et enjeux de la recherche

L'urbanisation croissante et l'omniprésence du digital dans le quotidien s'accompagnent d'un besoin accru de nature dont l'expression est protéiforme : salons et magazines dédiés à la nature, émissions de télé-réalité, thérapies naturelles, succès du jardinage, végétalisation des espaces urbains... La crise de la Covid et les confinements successifs ont accentué cette tendance en replaçant la recherche de contact avec la nature au centre des préoccupations.

Au sens commun la nature désigne ce qui existe spontanément, à l'état sauvage, par opposition à la culture. Elle s'entend par conséquent comme l'ensemble des êtres vivants non humains présents dans l'environnement ⁱ(Truong, 2018). La relation au « non-humain » s'est ainsi majoritairement construite dans les sociétés occidentales sur une dualité qui oppose l'homme à la nature, suivant une vision du monde anthropocentrique (Kortenkamp et Moore, 2001) ou selon l'ontologie dominante du naturalisme (Descola, 2005).

Objet de nombreux essais et débats en sciences sociales (philosophie, sociologie, psychologie environnementale...), le rapport à la nature fait l'objet d'une littérature abondante. L'urgence écologique ainsi que la quête du bien-être, tant au plan individuel que sociétal, renforcent l'attrait de cette thématique. Dans ce cadre, l'accent est principalement porté sur la prédisposition à l'engagement envers la nature (mesurée au travers de construits tels que la connexion à la nature, Mayer et Franz, 2004 ou l'empathie envers la nature, Tam, 2013) et ses effets sur les comportements responsables (Nisbet et al, 2009, Tam, 2013, Teixeira et al, 2022) ou le bien-être (Cervinka et al, 2011, Capaldi et al, 2014)ⁱⁱ.

Dans le prolongement, la compréhension du rapport à la nature est susceptible de nourrir la connaissance dans des champs très variés en comportement du consommateur : pratiques éco-responsables, engagement citoyen, végétarisme, comportements en matière de santé, comportements touristiques, choix du cadre de vie... qui situent d'emblée la recherche dans le champ de la TCR (Mick, 2006, Gorge et Özçağlar, 2013). Les recherches récentes s'attachent en particulier à l'étude du rapport à la nature (appréhendé comme trait individuel) et ses impacts sur les comportements responsables (Wang et al, 2023). Or, à l'exception de quelques travaux précurseurs (Arnould et Price, 1993, Canniford et Shankar, 2013, Kunchambo, Lee et Brace-Govan, 2017), le contenu de l'expérience de nature reste peu étudié en marketing.

C'est l'objet de ce working paper qui vise plus spécifiquement à explorer la composante spirituelle de l'expérience de la nature. En effet de nombreuses recherches, notamment en psychologie de la santé, ont montré le lien entre la spiritualité et le bien-être (Laubmeir et al, 2004, Labbe et Fobes, 2010). La valorisation spirituelle a par ailleurs été identifiée comme une dimension saillante de l'expérience de consommation dans différents travaux en marketing (dans le champ de la distribution, Poulain, Badot et Camus, 2013, Paquier 2019, du tourisme, Moal-Ulvoas, 2013, Higgins et Hamilton, 2016, Singleton, 2017, Castéran et Roederer, 2017, ou encore culturel, Aurier et al, 2004). Il s'agira plus précisément de tenter de répondre aux interrogations suivantes : quelles sont les sources de valorisation de l'expérience de nature ? La composante spirituelle est-elle saillante ? Quelles sont ses dimensions ? Intervient-elle dans l'état de bien-être ressenti ?

Nous délimiterons dans un premier temps le concept d'expérience spirituelle de la nature puis nous présenterons le choix de la marche au sein d'espaces de nature préservés comme domaine d'application. L'exploration qualitative que nous avons menée et les axes de recherche qu'elle a permis d'identifier seront enfin présentés.

L'expérience de la nature et sa dimension spirituelle dans la littérature

S'il existe un consensus sur la définition de l'expérience de consommation comme interaction entre un individu et un objet créatrice de sens (Filsler, 2008), la conceptualisation du contenu de l'expérience fait l'objet de nombreuses propositions (Carù et Cova, 2003, Roederer, 2012). Selon Kwortnik et Ross (2007), l'expérience est source de plaisir, créatrice de sens et mémorable. C'est dans cette perspective que nous situons l'expérience de nature. Truong (2018), dans sa recherche sur la part olfactive de l'expérience de nature définit l'expérience de nature comme un processus, positif ou négatif, qui inclut : une interaction sensorielle avec l'entité naturelle qui engage des émotions et crée une histoire personnelle, un contexte social et culturel (par exemple les personnes présentes) et un phénomène transformatif, d'enrichissement personnel (connaissances, changements de comportements).

Dans une recherche fondatrice sur l'expérience de nature, Canniford et Shankar (2013), identifient trois composantes de l'expérience romantique de nature chez les surfeurs : la nature sublime (mélange de plaisir et de terreur qu'inspire la beauté de la nature, la nature comme un espace de confrontations où le consommateur intensifie sa connaissance de soi), la nature sacrée (la nature comme une entité divine, voire magique, où l'individu a un sentiment de ne faire qu'un avec la nature) et la nature primitive (idéalisation de la nature comme lieu d'évasion du monde moderne, symbole d'une harmonie perdue)ⁱⁱⁱ.

L'expérience de la nature ainsi définie est en forte résonance avec l'expérience spirituelle. Selon Burkardt (1989), la spiritualité donne sens à l'existence et permet à l'individu de se transcender au-delà du contexte. Camus et Poulain (2008) définissent l'expérience spirituelle comme «un processus individuel utilisant principalement l'expérience pour permettre à l'individu de se connaître, se dépasser et s'accomplir dans une vision holiste et universelle de son environnement». Les auteurs identifient quatre éléments constitutifs du concept d'expérience spirituelle : se relier à soi, se relier à l'autre, se relier à la nature et se relier à une transcendance (quelque chose de supérieur comme la nature ou l'univers). Ces composantes sont très proches de celles retenues par Moal-Ulvoas (2014). En effet, pour l'auteur, la spiritualité est « la construction individuelle du sens de l'existence ». Elle a pour dimensions le soi intérieur (être en harmonie avec son moi profond), l'altérité (l'humain et l'environnemental dont la nature) et le sacré.

Kunchambo et Lee (2012, 2017) et Kamitsis et Francis (2013) ont exploré plus spécifiquement le lien entre la relation nature et spiritualité et leurs effets sur les comportements écoresponsables et le bien-être. Kunchambo et Lee (2012) dans une étude portant sur un public de blogueurs fortement impliqués à l'égard de la nature^{iv} montrent notamment que l'intensité de la relation avec la nature est liée au degré auquel l'individu perçoit une unicité avec la nature. La connexion spirituelle à la nature est source de révélation de soi et l'individu ressent les qualités de l'entité naturelle qu'il accueille comme partie de lui (sagesse d'un arbre, quiétude d'un ruisseau). Enfin, Kamitsis et Francis (2013) montrent que la spiritualité (mesurée par un trait personnel, le degré de mysticisme) intervient comme médiateur entre l'engagement à l'égard de la nature (mesuré par l'exposition perçue à la nature au quotidien et le sentiment de connexion à la nature) et le bien-être psychologique.

L'ensemble de ces approches converge sur la force du lien nature-spiritualité, tant au sein des cultures primitives (interconnexion profonde entre les humains, les animaux, les plantes...) que dans la culture moderne (Dossey, Keegan et Guzetta, 2005 in : Kamitsis et Francis, 2013). Elles permettent d'enrichir la définition initiale de l'expérience spirituelle de nature proposée par Cottet et Muraro (2020), appréhendée comme une interaction multisensorielle avec une entité naturelle et son contexte, à forte composante émotionnelle, source de dépassement et de reconnexion à soi et de transcendance.

La phase empirique de notre recherche vise à conforter la pertinence des composantes de l'expérience spirituelle de la nature identifiées dans la littérature au travers de la marche au sein d'espaces naturels préservés en mettant l'accent sur l'expérience et le vécu de l'individu.

Méthodologie et résultats de l'exploration qualitative

Le choix de la marche au sein d'espaces naturels préservés comme domaine d'application

De nombreux champs d'application et environnements sont pertinents pour étudier la valorisation de l'expérience spirituelle de la nature : visite de parcs, jardins remarquables ou d'abbayes, lieux naturels insolites, haute montagne, chemins de pleine nature... Parmi eux, nous avons choisi de travailler sur la marche en pleine nature au sein d'espaces naturels préservés tels que les parcs nationaux ou les parcs naturels régionaux^v.

Ces espaces labellisés poursuivent un objectif commun, encadré par une réglementation et l'adhésion à une charte : la découverte et la préservation de la nature et plus généralement des patrimoines qui se traduit par des paysages plus authentiques et des sites de qualité à l'identité préservée. Il s'agit par ailleurs d'une nature accessible voire familière, à l'opposé d'une nature grandiose inaccessible au plus grand nombre. En effet, selon Lacroix (2018) la tendance à la magnification de la nature qui présente une réalité hors de portée a un effet contreproductif. L'étude de la marche au sein de parcs naturels est ainsi cohérente avec cette conception plus démocratique du contact avec la nature et offre un cadre qualitatif propice à l'exploration de la marche en pleine nature.

Au plan managérial les parcs connaissent un succès grandissant, porté par le développement du tourisme vert. Cette augmentation de la fréquentation^{vi} n'est toutefois pas sans poser de difficultés dans la préservation des espaces, de la faune et de la flore en particulier, à l'origine de la campagne de sensibilisation « Quand on arrive en parc » lancée par la fédération des parcs. Dans ce contexte, identifier les différents profils de visiteurs en fonction de ce qu'ils valorisent principalement dans leur expérience de nature et de la présence ou non de composantes spirituelles pourrait permettre aux espaces préservés une meilleure adaptation des stratégies d'information et d'accompagnement des visiteurs.

La méthodologie mise en œuvre et la grille d'entretien

Afin d'explorer les dimensions de l'expérience de la marche en pleine nature, en particulier sa dimension spirituelle, nous avons réalisé des entretiens semi-directifs en face-à-face. Au total 24 entretiens (16 femmes et 8 hommes entre 21 et 66 ans) auprès de personnes résidant sur le territoire du parc naturel régional des Ardennes ou à proximité et pratiquant la marche ont ainsi été conduits de la mi-mai à la mi-juin 2022. Les entretiens ont été réalisés au domicile des personnes interrogées et intégralement retranscrits. Quatre thèmes ont guidé l'entretien :

- Introduction du thème au travers de méthodes associatives (mots qui viennent à l'esprit)

- La pratique de la marche en pleine nature (habitudes, matériels utilisés, récit rétrospectif, phrase à compléter : l'expérience de la marche en pleine nature, c'est un peu comme...)
- Les motivations, freins et attentes : nous avons ici mobilisé des méthodes projectives avec et sans stimuli (la marche idéale, image de massif forestier sans personnage ni animal, des exemples sont présentés en Annexe 1, puis vidéo projective d'une déambulation en sous-bois avec fond sonore de chants d'oiseaux)
- Les évocations en lien avec la spiritualité. Deux types de stimuli ont ici été utilisés :
 - une liste de phrases courtes parmi lesquelles les dimensions de la spiritualité identifiées dans la littérature (présentées en annexe 2). Le répondant devait choisir 2 verbatims qu'il associait spontanément à la marche en plein nature et 2 verbatims les moins représentatifs
 - une liste de sept citations faisant référence au rapport à la nature (présentée en annexe 3) parmi lesquelles le répondant devait faire un choix et le commenter

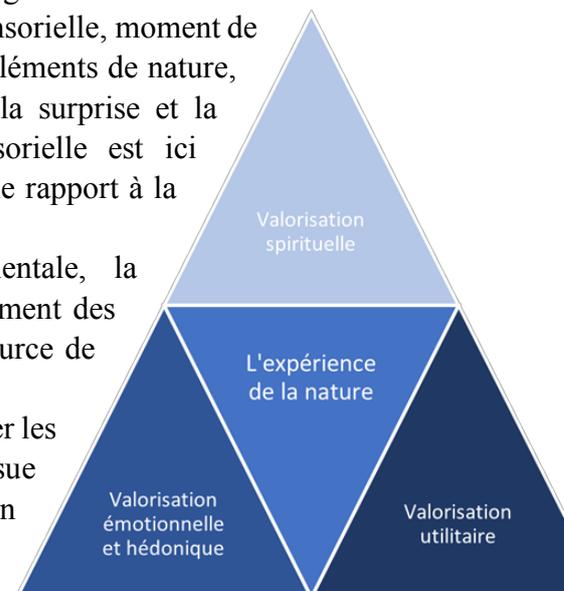
Les premiers résultats

Le contenu des entretiens a donné lieu à une analyse de contenu thématique manuelle qui sera dans un second temps complétée par une analyse assistée à l'aide du logiciel NVivo. Les résultats indiquent un étalement des discours sur quatre principaux thèmes : les attentes et bénéfices associés à l'expérience de la marche en pleine nature, le vécu de l'expérience, les facteurs modérateurs et les conséquences et bienfaits de la marche.

Les bénéfices attendus ont trait à quatre domaines motivationnels souvent associés par les répondants : mental (se vider l'esprit, penser à autre chose), physique (avoir une activité physique), social (échanger, partager) et hédonique (voyager, s'évader).

Le vécu de l'expérience s'étale sur quatorze champs thématiques. Parmi eux nous retrouvons les bénéfices attendus qui sont valorisés lors de l'expérience de la marche. Nous proposons à ce stade de notre travail de les structurer en trois catégories :

- La valorisation émotionnelle et hédonique (stimulation sensorielle, moment de partage avec les proches, l'animal de compagnie ou les éléments de nature, le sentiment de liberté et le plaisir ressenti ainsi que la surprise et la découverte). La forte présence de la dimension sensorielle est ici cohérente avec à la littérature sur l'expérience vécue et le rapport à la nature.
- La valorisation utilitaire (l'activité physique et mentale, la déconnexion du quotidien, l'observation et le développement des connaissances et enfin la nature comme protection et source de réparation)
- La valorisation spirituelle. Les résultats tendent à confirmer les composantes de l'expérience spirituelle identifiées à l'issue de l'étude de la littérature (unité avec la nature, reconnexion à soi, transcendance et dépassement de soi) et l'enrichissement de nouvelles composantes, notamment l'émerveillement et le sentiment de vivre un moment suspendu qui peut lui être associé.



Le tableau en annexe 4 présente des exemples de verbatims évocateurs des composantes de l'expérience de la marche.

Plusieurs facteurs modérateurs de la pratique de la marche en elle-même ou du vécu de l'expérience de la nature apparaissent saillants :

- les risques perçus (d'ordre social : « faire des mauvaises rencontres », sanitaire : liés aux zoonoses ou psychologique : « se perdre »),
- le contexte social (à plusieurs, seul, avec son chien),
- l'environnement physique en particulier le climat (présence de pluie, forte chaleur) et les caractéristiques de l'environnement de la marche (notamment la présence d'eau matérialisée par un lac, un ruisseau) : « L'eau qui coule, l'eau c'est la vie », « J'aime bien marcher autour d'un point d'eau », « C'est vraiment la pluie qui me freine ou quand personne ne veut m'accompagner »
- le temps disponible et la perspective temporelle (par exemple en vacances)
- la familiarité avec le parcours
- enfin la présence ou l'utilisation d'applications numériques avec, selon les répondants des évocations positives (mon application permet de calculer le nombre de pas) ou négatives (« j'essaie de ne pas prendre le téléphone pour profiter du moment », « pour moi la marche c'est pas de téléphone, rien d'électronique, il faut se déconnecter du monde »).

Comme cela pouvait être attendu le terme même de spiritualité fait peu sens chez la majorité des répondants qui lui associent une image péjorative et ne l'utilisent pas spontanément pour qualifier l'expérience de la nature (« la spiritualité c'est pas trop mon truc », « c'est un mot qui veut dire plein de choses et en même temps pas grand-chose »).

Enfin, les conséquences portent sur le bien-être, général, physique ou mental évoqué au travers de différents termes tels que l'apaisement, la paix intérieure, la sérénité, l'énergie restaurée (« J'ai ressenti de la relaxation », « C'est apaisant », « On sent qu'on a laissé les énergies négative sur le chemin », « Je me sens superbement bien »).

Apports, limites et voies de recherche

La finalité de cette recherche était d'explorer un domaine encore embryonnaire en comportement du consommateur : l'expérience spirituelle de la nature, appliquée à la marche au sein d'espaces préservés. Son premier intérêt est de contribuer à la connaissance dans un champ aux nombreux enjeux sociétaux. Elle contribue également à mieux délimiter ses dimensions auprès d'individus non experts. Ce premier travail exploratoire présente néanmoins plusieurs limites. En effet, l'étude de la stimulation sensorielle inhérente à l'expérience de nature et de son influence sur sa dimension spirituelle mériterait une mesure in situ ou une approche expérimentale. Au plan théorique, il serait pertinent de situer l'expérience de nature au regard des modèles conceptuels de l'expérience vécue. Le concept d'immersion fondée sur l'appropriation de l'expérience proposée par Carù et Cova (2002, 2003) apparaît ici particulièrement pertinent (intégration des sensations physiques et mentales, évaluation et découverte et attribution de sens). L'expérience spirituelle de la nature pourrait réintroduire de l'extraordinaire dans une expérience ordinaire.

Ce travail ouvre également de nombreuses voies de recherche. La première consiste en la validation des composantes de l'expérience spirituelle de la nature au travers d'une démarche confirmatoire. Il serait également pertinent de tester le rôle de la valorisation spirituelle de l'expérience de nature sur les émotions et le bien-être ressenti, notamment son effet médiateur.

La connexion à la nature à l'occasion d'une marche pose la question de l'utilisation des outils numériques. Dans un quotidien où la technologie tient une place centrale, qu'en est-il de l'attrait des interfaces digitales ? Peut-on établir un lien avec la valorisation spirituelle de la marche en pleine nature ? Au-delà du contexte de la marche en pleine nature, qu'en est-il de l'immersion dans une nature virtuelle au travers de jeux vidéo ou d'immersion en réalité virtuelle (Sneed et al, 2021, Brambilla et al. 2022) ? Ces substituts de nature physique sont-ils susceptibles d'apporter les mêmes bénéfices ? Selon Kahn (2011, dans Truong 2018) la technologie peut en effet « diminuer la profondeur et la richesse de la vie humaine et plus spécifiquement notre relation à la nature ».

La recherche d'antécédents et modérateurs de la valorisation de la composante spirituelle de l'expérience de nature présente également de nombreuses perspectives de recherche. Outre l'influence du rapport à la nature et de l'orientation spirituelle (Delanay C, 2005), l'expérience passée avec l'espace de nature et l'attachement au lieu (Costa et Vial, 2016) mériteraient d'être mieux compris. Plus généralement, l'expérience avec des espaces naturels apparaît comme un déterminant à prendre en compte. Kahls et al (1999) ont par exemple montré que le niveau de connexion émotionnelle d'un individu avec la nature est positivement corrélé avec sa fréquence de visite d'espaces de nature. Dans la continuité l'effet du type de paysage (bord de mer, montagne, désert...), de végétation ou encore la présence d'animaux constituent une voie de recherche à venir. Ce dernier point étant lui-même étroitement lié à la nature de la stimulation émotionnelle et sensorielle ressentie au moment de l'expérience de nature.

Références

- Arnould E et Price L (1993) River magic : extraordinary experience and the extended service encounter, *Journal of Consumer Research* 20:24-45
- Aurier P, Evrard Y et N'Goala G (2004) Comprendre et mesurer la valeur du point de vue du consommateur, *Recherche et Applications en Marketing* 19(3): 1-20
- Buckley R. et al, (2019) Economic value of protected areas via visitor mental health, *Nature Communication*, 10 (5005)
- Burkhardt M (1989) Spirituality : an analysis of the concept, *Holistic nursing practice*, 3(3) :69-77
- Brambilla E, Petersen E, Stendal K, Sundling V, MacIntyre T et Calogiuri G (2022) Effects of immersive virtual nature on nature connectedness : a systematic review protocol, *Digital Health* 8:1-7
- Camus S et Poulain M (2008) La spiritualité : émergence d'une tendance dans la consommation, *Revue Management et Avenir* 5(19): 72-90
- Canniford R et Shankar A. (2013) Purifying Practices: How Consumers Assemble Romantic experiences of Nature, *Journal of Consumer Research* 39(5): 1051-1069
- Capaldi C, Dopko R et Zelenski (2014) The relationship between nature connectedness and happiness : a meta-analysis, *Frontiers in psychology*, 5(976) :1-15
- Carù A et Cova B (2002) Retour sur le concept d'expérience : pour une vue plus modeste et plus complète du concept, *Actes de la 7^{ème} Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon, 154-172

- Carù A et Cova B (2003) Approche empirique de l'immersion dans l'expérience de consommation : les opérations d'appropriation, *Recherche et Applications en Marketing* 18(2) :47-65
- Castéran H et Roederer C (2018) Impact de l'expérience vécue sur la fréquentation d'un événement : les leçons du marché de Noël de Strasbourg, *Décisions Marketing* 90 :91-110
- Cervinka R, Röderer K et Helfer E (2011) Are nature lovers happy ? On various indicators of well-being and connectedness with nature, *Journal of Health Psychology*, 17(3) :379-388
- Charlot A (2014) La nature au cœur de la ville, *Vraiment durable*, Victoires Editions, 1(5/6):191-200
- Cottet P et Muraro M (2020) La quête de nature comme expérience spirituelle, *Actes de l'Association Française du Marketing*, Biarritz
- Costa S et Vial C (2016) Attachement au lieu et fidélité des touristes dans un espace naturel protégé : influence de l'attachement aux animaux et de la connexion à la nature, *Actes du congrès de l'Association Française du Marketing*, Lyon
- Delaney C (2005) *The Spirituality Scale Journal of Holistic Nursing* 23(2):145-167
- Descola P (2005) *Par-delà nature et culture*, Editions Gallimard, collection Folio essais
- Fam KS, Waller DS et Erdogan BZ (2004) The influence of religion on attitudes towards the advertising of controversial products, *European Journal of Marketing* 38(5/6): 537-555.
- Filser M (2008) L'expérience de consommation : concepts, modèles et enjeux managériaux, *Recherche et Applications en Marketing* 23(3) :1-4
- Gorge H et Özçaglar N (2013) Expériences de consommation des individus pauvres en France : apports du bas de la pyramide et de la Transformative Consumer Research, *Décisions Marketing* 72 :139-156
- Gorge H, Özçaglar N et Toussaint S (2015) Bien-être et well-being dans la consommation : une analyse comparative, *Recherche et Applications en Marketing* 30(2):104-123
- Higgins, L. et Hamilton, K. (2016) Mini-miracles: transformations of self from consumption of the Lourdes pilgrimage, *Journal of Business Research* 69(1), 25–32
- Holbrook M et Hirschman E (1982) The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun, *Journal of Consumer Research*, 9(2)132-140
- Kals E, Schumacher D et Montada L (1999) Emotional affinity toward nature as a motivational basis to protect nature, *Environnement and behavior*, 31 :178-202
- Kamitsis I et Francis A (2013) Spirituality mediates the relationship between engagement with nature and psychological well-being, *Journal of Environmental Psychology*, 36 :136-143
- Kortenkamp C et Moore C (2001), Ecocentrisme and anthropocentrism : moral reasoning about ecological commons dilemmas, *Journal of Environmental Psychology* 21(3) :261-272
- Kwortnik, R.J. et Ross, W.T. (2007), The role of positive emotions in experiential decisions, *International Journal of Research in Marketing* 24, 324-335.
- Kunchambo V et Lee C (2012) The meaning of nature and its implications for individual consumption behavior, *Association for Consumer Research* :395-402
- Kunchambo V, Lee C et Brace-Govan J (2017) Nature as extended-self : sacred nature relationship and implications for responsible consumption behavior, *Journal of Business Research*, 74 :126-132
- Labbe E et Forbes A. (2010) Evaluating the interplay between spirituality, personality and stress, *Applied Psychophysiology and Biofeedback*, 35 :141-146

- Laubmeier K, Kakowski S. et Bair J (2004) The role of spirituality in the psychological adjustment to cancer : a test of the transactional model of stress and coping, *International Journal of Behavioral Medicine*, 11(1) :48-55
- Lacroix A (2018), *Devant la beauté de la nature, Et si la révolution écologique passait par l'émerveillement ?* Allary Editions.
- Mayer F et Frantz C (2004) The connectedness to nature scale : a measure of individuals' feeling in community with nature, *Journal of Environmental Psychology*, 24 :503-515
- McCabe S. et Johnson S. (2012) The happiness factor in tourism : subjective well-being and social tourism, *Annals of Tourism Research* 41 : 42-65
- Mick D.G. (2006) Presidential address : meaning and mattering through Transformative Consumer Research, *Advances in Consumer Research*, 33 :1-4
- Moal-Ulvoas G (2014) Les motivations à voyager des retraités : l'influence du vieillissement étudiée via la théorie de la géotranscendance, *Décisions Marketing* 76: 29-45.
- Nisbet E, Zelenski J et Murphy S (2009) The nature relatedness scale, Linking Individuals' connection with nature to environmental concern and behavior, *Environment and Behavior*, 41(5) :715-740
- Paquier MC (2019) The monastic product's biography, a sacralization wave. *Journal of Management, Spirituality & Religion* 16(1): 76-108.
- Poulain M, Badot O et Camus S. (2013) La spiritualité dans l'expérience de magasinage. Cadre théorique et exploration empirique. *Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise* 4(8): 40-56.
- Roederer C (2012) Contribution à la conceptualisation de l'expérience de consommation : émergence des dimensions de l'expérience au travers des récits de vie, *Recherche et Applications en Marketing*, 27(3) :81-96
- Schultz P (2002) *Inclusion with nature: Understanding human- nature interactions*. In *The psychology of sustainable development* 61–78, New-York: Kluwer
- Singleton A (2017) The summer of the spirits: Spiritual tourism to America's foremost village of spirit mediums. *Annals of Tourism Research* 67: 48-57.
- Singleton A, Mason M et Webber R (2004) Spirituality in adolescence and young adulthood: A method for a qualitative study, *International Journal of Children's Spirituality* 9(3): 247-261
- Sneed JC, Deringer SA et Hanley A (2021) Nature connection and 360-degree video :an exploratory study with immersive technology, *Journal of Experiential Education* 44(4) :378-394
- Tam KP (2013) Dispositional empathy with nature, *Journal of Environmental Psychology*, 35:92-104
- Teixeira A, Gabriel R, Martinho J, Santos M, Faria A, Oliveira I et Moreira H (2023) Pro-Environmental behaviors : relationship with nature visits, connectedness to nature and physical activity, *American Journal of Health Promotion* 37(1) :12-29
- Truong MX (2018), *Construction et perception de la part olfactive de l'expérience de nature : complémentarité des relations cognitives, écologiques et sensorielles de la nature*, Thèse de doctorat du Museum d'Histoire Naturelle
- Wang L, Sheng G, Shengxiang S et Xu J (2023) Impact of empathy with nature on pro-environmental behaviour, *International Journal of Consumer Studies* 47 :652-668

Annexe 1



Annexe 2

Tester ses limites	Ressentir la force de la nature
Tirer bénéfice de la nature	Vivre des sensations fortes
Retrouver son calme intérieur	Ressentir de l'émerveillement
Se sentir comme faisant partie d'un tout	Se déconnecter
Expérimenter quelque chose qui me dépasse	Profiter des bienfaits de la nature
Se connecter à la nature	Relever des défis
Se sentir humble face à la nature	Être en harmonie avec soi
Revenir à l'essentiel	Pratiquer une activité physique
S'oxygéner et respirer	Développer son intériorité
S'évader	Se dépasser
Contempler	Partager
Être en quête de soi	Faire l'expérience de quelque chose qui nous transcende
Vivre une expérience sacrée	Se relier aux autres, à l'univers

Annexe 3

Et dans la forêt je pars, pour perdre mon esprit et retrouver mon âme
Chaque fois que la vie m'est cruelle, je vais aux forêts et aux plages, je m'isole comme un animal blessé et la nature me berce, me soigne et me guérit
Contentez-vous de laisser les eaux se calmer et le soleil et la lune se refléter sur la surface de votre être
La nature n'est pas seulement matière, elle est aussi esprit
Si tu n'arrives pas à penser marche, si tu penses trop marches, si tu penses mal, marches encore
La nature est un temple naturel où l'esprit de l'homme peut facilement s'absorber dans sa méditation
Tu n'es ici-bas que pour une courte visite. Ne te hâte pas, ne t'inquiète pas. N'oublie pas de t'arrêter pour respirer les fleurs.

Annexe 4 : Exemples de verbatims évocateurs des composantes de l'expérience de la marche en pleine nature

Valorisation hédonique et sensorielle	
La stimulation sensorielle	« T'en as plein les yeux, tu peux toucher la mousse » (Camille, 38 ans) « Le chant des oiseaux, le vent, les couleurs d'automne, c'est vraiment magnifique » (Xavier, 32 ans) « Le bruit de l'eau, le ruissellement du ruisseau, ça détend » (Nathalie, 46 ans)
Le sentiment de liberté et le plaisir ressenti	« La nature c'est la liberté à l'état pur, pas de feu rouge, personne » (Jean-Luc, 66 ans) « On se balade au gré des sentiers et de nos envies » (Jennifer, 26 ans) « Je m'accorde un moment de plaisir à moi » (Florence, 60 ans)
La surprise, la découverte, l'exploration	« C'est un endroit que je ne connaissais pas, on a vu une petite maison perdue dans les bois [...] » (Odile, 65 ans) « Ce qui me plaît c'est d'observer les paysages qui changent, même si tu fais toujours le même chemin, l'arbre il est jamais pareil, il y a les bourgeons, il y a les feuilles... » (Camille, 38 ans) « La surprise, parce qu'on peut tomber sur un écureuil, un cerf ou autre » (Jean-Louis, 61 ans)
Le partage avec les proches, l'animal de compagnie ou les éléments de nature	« Marcher avec des amis, on partage des idées » [...] (Odile, 65 ans) « On parle de tout et de rien, on passe du bon temps à discuter » (Clara, 21 ans) « C'est un moment en famille, on montre un peu tout aux enfants, les feuilles, les animaux (Caroline, 28 ans) « On fait des rencontres agréables avec les oiseaux, les fleurs, les arbres » (Rachel, 41 ans) « Si je suis avec un ami, je vide ce que j'ai sur le cœur pendant une marche » (Dorian, 27 ans) « C'est un moment privilégié avec mon chien [...] je peux resserrer les liens » (Jennifer, 26 ans) « Quand tu es en pleine nature, tu te livres un peu plus à la personne qui est avec toi » (Céline, 52 ans)

Valorisation utilitaire		
L'activité physique et mentale, la récompense	« Ça permet de faire de l'exercice, pour le bien de soi » (Evelyne, 51 ans) « J'ai l'impression d'avoir accompli un challenge personnel » (Ninon, 29 ans) « Je fais le vide dans ma tête [...] Je m'oxygène le corps et l'esprit » (Xavier, 32 ans) « Ça permet de ne plus penser » (Jennifer, 26 ans) « Je sens que mon corps a bien participé [...] j'ai plein de beaux paysages dans la tête » (Florence, 60 ans) « Tu fais une belle montée et après t'as un point de vue de malade, tu te dis bah maintenant voilà... » (Camille, 38 ans)	
La déconnexion du quotidien, l'évasion	« C'est comme découvrir un nouveau monde » (Dorian, 27 ans) « Ça permet de penser à autre chose » (Marine, 31 ans) « Ça permet de s'évader, on se sent un peu ailleurs (Coline, 22 ans)	
L'observation, le développement des connaissances	« On aperçoit un chevreuil, de nouvelles fleurs qu'on ne connaissait pas » (Jean-Luc, 66 ans) « Je regarde l'oiseau qui vole et j'essaie de savoir ce que c'est » (Mireille, 67 ans) « Je cherche des trèfles à 4 feuilles » (Rachel, 41 ans)	
La nature protectrice et réparatrice dont on profite des bienfaits	« La nature me ressource » (Camille, 38 ans) « La nature me ressource vraiment au niveau du moral » (Marius, 29 ans) « Profiter de ce que la nature nous offre » (Christophe, 50 ans) « La nature est protectrice » (Marius, 29 ans)	
Valorisation spirituelle		
La communion, l'unité avec la nature	« On se sent en harmonie avec la nature, on ne fait plus qu'un avec la nature (Nathalie, 46 ans) « C'est vraiment se libérer pour faire partie d'un tout, de l'ensemble » (Sophie, 52 ans) « Je me prends pour ce que je suis, une personne qui fait partie de la vie sur terre (Pascal, 62 ans)	
L'introspection, l'harmonie intérieure, la reconnexion à soi	« Je fais le point sur ma vie personnelle » (Xavier, 32 ans) « Se retrouver avec soi-même » (Aurélié, 24 ans) « Ça me permet de me recentrer » (Jennifer, 26 ans) « C'est revenir à l'essentiel et à soi » (sophie, 52 ans)	
Transcendance	L'humilité, l'ordre des choses, sa place dans l'univers	« C'est le cycle de la vie et pour moi c'est ça la nature, c'est l'éternel recommencement et ça te remet à ta place d'humain [...] assis face à la grandeur de la nature » (Camille, 38 ans) « C'est sûr que dans la nature on relativise notre existence [...] on n'est pas grand chose » (Victor, 27 ans) « Je suis face aux éléments de la nature (Pascal, 62 ans)
	L'esprit de la nature, la connexion avec l'au-delà	« Quand je marche je peux penser à mes êtres perdus, à mon père, mes grands-parents » (Odile, 65 ans) « On sent l'esprit de la nature, l'esprit de la forêt qui accepte le visiteur » (Marius, 29 ans) « Dans la forêt, il y a toujours un esprit, comme une quiétude » (Claudine, 55 ans)
Le sentiment de vivre un moment suspendu	« C'est un moment privilégié » (Jennifer, 26 ans) « Je sens le chemin boisé, le soleil, c'est un instant de bonheur » (Pascal, 62 ans) « Je m'arrête pour regarder le ciel, magnifique avec le soleil qui perce des nuages, c'est un moment suspendu, j'oublie tout » (Coline, 22 ans)	
L'émerveillement, la contemplation	« Je contemple le paysage [...] avec l'eau, c'est un endroit un peu magique » (Rachel, 41 ans) « J'admire le paysage, ça me change les idées » (Mireille, 67 ans) « Quand il y a de l'eau, c'est ce qui m'émerveille le plus » (Ninon, 29 ans) « C'est quelque chose de puissant, c'est là qu'on se dit que c'est magnifique » (Pascal, 62 ans)	

-
- ⁱ La nature dont il est question ici peut ainsi prendre des formes très diverses : éléments de nature (pierre, eau, vent, soleil), faune, flore ou paysages.
 - ⁱⁱ Précisons que nous nous situons ici dans une approche élargie du bien-être incluant, suivant McCabe et Johnson (2012), le bien-être subjectif (ressentis durant une période de vie et jugements qui en résultent : contentement, satisfaction, joie, plaisir, bonheur), le bien-être psychologique (vie porteuse de sens, réalisation de soi, acceptation) ainsi que le bien-être objectif (aspects matériels tels que le revenu, l'accès à la santé, ...)
 - ⁱⁱⁱ Les auteurs montrent que les surfeurs ont recours à des pratiques de purification afin de surmonter les contradictions inhérentes à la confrontation entre l'idéal de nature externe et la mobilisation de ressources « dissonantes » (technologiques, discursives et matérielles).
 - ^{iv} L'étude porte sur l'analyse des commentaires sur le blog « Seeds for Thought »
 - ^v La France compte 11 parcs nationaux et 58 parcs naturels régionaux, dont la plupart abritent un ou plusieurs sites Natura 2000 (soit un total de 1766 sites qui couvrent près de 13% du territoire terrestre métropolitain)
 - ^{vi} Les comptages réalisés par Atout France permettent d'estimer, pour les seuls parcs nationaux, à plus de 10 millions le nombre de visites annuelles avec une croissance de la fréquentation comprise selon les parcs entre 30 et 60% entre 2006 et 2018^v.
 - ^{vii} Les parcs nationaux de France, Chiffres clés, Edition 2021, publiée par le ministère de la transition écologique
-