

Mondes du Tourisme

6 | 2012 Tourisme dans les villes historiques

Les guides de montagne d'Asie centrale et l'activité de tourisme sportif

Effets et conséquences de la transition socio-économique

Julie Hallé et Michel Raspaud



Édition électronique

URL: http://journals.openedition.org/tourisme/245

DOI: 10.4000/tourisme.245

ISSN: 2492-7503

Éditeur

Éditions touristiques européennes

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2012

Pagination: 80-98 ISSN: 2109-5671

Référence électronique

Julie Hallé et Michel Raspaud, « Les guides de montagne d'Asie centrale et l'activité de tourisme sportif », *Mondes du Tourisme* [En ligne], 6 | 2012, mis en ligne le 30 septembre 2015, consulté le 19 avril 2019. URL : http://journals.openedition.org/tourisme/245; DOI: 10.4000/tourisme.245



Mondes du tourisme est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Les guides de montagne d'Asie centrale et l'activité de tourisme sportif

Effets et conséquences de la transition socio-économique

JULIE HALLÉ [julie,halle@voila.fr

Docteur en Staps, Laboratoire Sport et environnement social (SENS, EA 3742), Université Joseph-Fourier, Grenoble

MICHEL RASPAUD

[michel.raspaud@ujf-grenoble.fr]

Professeur, Laboratoire Sport et environnement social (SENS, EA 3742), Université Joseph-Fourier, Grenoble

Résumé. L'indépendance (1991) pousse les pays centre-asiatiques à s'engager dans une transformation simultanée de leurs modèles politiques et économiques. Cette transition est marquée par la persistance de certains traits du système soviétique, mais aussi par l'adoption de comportements économiques difficilement contrôlables. En nous appuyant sur les travaux d'Andreff (2007), nous spécifions les caractéristiques de la transition et analysons ses effets et conséquences sur l'activité des guides de montagne. L'ouverture au tourisme international et la structuration progressive du champ du tourisme sportif dans ces pays ont modifié les conditions d'exercice de l'activité. Nous étudions ainsi les dynamiques socioprofessionnelles des guides de montagne comme groupe social, révélatrices des changements des sociétés d'Asie centrale. Pour cette étude, nous avons procédé à des entretiens semi-directifs avec les acteurs locaux dans le cadre d'une enquête de terrain de sept mois, entre 2004 et 2006. Les résultats montrent la structuration progressive de l'activité de guide de montagne comme profession par l'ouverture au tourisme international et la création d'entreprises spécialisées dans le tourisme de montagne. L'étude révèle comment ces nouveaux acteurs continuent à utiliser des arrangements interpersonnels tout en cherchant à mettre en place de nouvelles normes de fonctionnement afin de répondre aux standards occidentaux en matière de tourisme. Par ailleurs certaines spécificités sont mises en évidence dans la construction de la professionnalisation du guide de montagne dans ces républiques.

Abstract. Independence (1991) pushes the Central Asian states to engage in a simultaneous transformation of their political and economic models. This transition is marked by the persistence of certain traits of the Soviet system, but also by the adoption of economic behavior that are difficult to control. Building on the work of Andreff (2007), we specify the characteristics of the transition and analyze its effects and consequences on the activity of mountain guides. The opening to international tourism and the gradual restructuring of the field of sports tourism in these countries changed the conditions of exercise of the activity. We study the dynamics of socio-professional mountain guides as a social group, which are indicative of changes in Central Asian societies. For this study, we conducted semi-structured interviews with local actors through a field survey of seven months, from 2004 to 2006. The results show the progressive structuring of the activity of mountain guide as a profession through the opening to international tourism and the creation of companies specializing in mountain tourism. The study reveals how these new players continue to use interpersonal arrangements while seeking to establish new performance standards to reach the level of Western standards in tourism. Otherwise, certain specificities are highlighted in the construction of the professionalization of the mountain guide in these republics.

près l'effondrement de l'URSS en 1991, les républiques d'Asie centrale⁽¹⁾ ont la possibilité et la volonté de s'affranchir du passé en définissant leur propre politique économique, entre autres en matière de développement touristique. Cet article montre en quoi les dynamiques socioprofessionnelles des guides de montagne révèlent les transformations socio-économiques de ces pays. La problématique, par une approche macroscopique, se concentre sur quatre républiques : Kazakhstan, Kirghizstan, Ouzbékistan et Tadjikistan. Le contexte de chaque pays sera considéré, mais la perspective est bien globale. Ce choix se justifie par la prise en compte de plusieurs éléments : la grande variété topographique de l'Asie centrale (steppes, déserts, montagnes de basse, moyenne et haute altitude) et l'importance des territoires de montagne⁽²⁾, qui créent les conditions naturelles pour les pratiques touristiques sportives; le long passé soviétique partagé (1917-1991) imposant un espace territorial et une organisation commune et similaire à l'ensemble des pays de l'ex-URSS; le maintien à l'identique du découpage territorial de l'époque soviétique; le positionnement des espaces de pratique (massifs des Terskey Alatoo, Pamir Altaï, et Tien Shan de l'ouest) sur les zones de frontières (cf. carte); la dimension transfrontalière de l'activité de guide ; la récente structuration des champs touristiques locaux ; et enfin l'entremêlement des ethnies locales et la complexité

Carte de l'Asie centrale



Source: http://www.geographicguide.net/maps/caucasus-map.jpg.

géographique (facteurs de fragilité et de tensions entre les pays), qui entraînent une vulnérabilité et une porosité des frontières. Ainsi, pour apprécier les mécanismes de mutations sociales et culturelles et comprendre les états syncrétiques de la transition (Sabev, 1988), il est nécessaire de rendre compte du poids de l'héritage commun, d'analyser les changements, persistances et recompositions à partir du passé. Le point d'entrée de l'analyse par les guides de montagne pose la priorité accordée aux acteurs de la transition et non aux structures, en portant une attention particulière aux spécificités culturelles de ces pays.

Un macro-environnement spécifique

Des sociétés en transition

En 1991, l'indépendance conduit les pays centre-asiatiques vers une période de transition dans tous les domaines. Leur particularité est la simultanéité des transitions de leur modèle économique vers des économies de marché, et de leur modèle politique vers des États de droit démocratiques. L'interdépendance entre ces deux domaines y prend donc une forme singulière et complexe, qualifiée de "mutation" (Andreff, 2007) (cf. encadré 1).

Engagées par ailleurs dans un processus de transition territoriale (Thorez, 2006, p. 65), les républiques développent leurs propres infrastructures fixes (aéroports, gares, réseaux de transports) et touristiques pour assurer une cohésion de leur espace national et une offre attractive. Or, avec les multiples tensions aux frontières, de nombreuses incohérences et difficultés émergent et entravent le développement du tourisme de montagne. Un système de dépendance (concernant les guides de mon-

Encadré | • Aspects économiques

Kirghizstan. République la plus pauvre (avant 1991, ses exportations dépendaient à 98 % de l'URSS) ; a souhaité faire de son territoire "la Suisse de l'Asie centrale" en s'appuyant sur l'aide internationale. Sa topographie (94 % de montagnes) impose un développement économique fondé sur l'agriculture (29,9 % en 1994), l'élevage, la production d'or et le tourisme de montagne.

Tadjikistan. Ses principales ressources sont l'exportation de coton et d'aluminium. **Ouzbékistan**. Pays agro-industriel disposant d'importantes richesses minières (gaz, pétrole, cuivre, uranium).

Kazakhstan. Pays le plus riche, son économie repose sur les exportations de pétrole (ressources estimées équivalentes à celles de l'Irak) et de gaz.

tagne et les transports par exemple) s'avère nécessaire à l'organisation des produits touristiques sportifs, directement liée à l'héritage soviétique – l'URSS déployait une stratégie d'affaiblissement de chacun, ne donnant une cohérence qu'à l'ensemble qu'elle constituait.

La sphère touristique

Les champs du tourisme n'émergent pas au même moment et n'ont pas un développement identique selon les républiques, même si tous connaissent une réelle dynamique depuis les années 2000 (Hallé, 2008). Existant sous l'ancien régime, le tourisme était développé sous différentes formes (culturel et sportif) et se présente donc rapidement comme un des moyens d'apporter la croissance. Le Kirghizstan et l'Ouzbékistan décident de faire de leur territoire un espace touristique (sportif pour le premier, culturel pour le second). Ces deux pays comptent un grand nombre d'entreprises dans le champ du tourisme sportif commercial, lequel ne cesse de croître depuis la

perestroïka. Le Tadjikistan a connu une guerre civile (1992-1997) qui a paralysé le développement économique et rendu quasi inexistante toute forme de tourisme jusqu'en 1996, si bien que le champ du tourisme sportif est faiblement structuré, avec peu d'entreprises. Enfin, le Kazakhstan a donné la priorité à l'exploitation de ses ressources énergétiques pour son développement; ainsi, il souffre d'une absence d'image touristique et, même si l'apparition du champ remonte à l'indépendance, le nombre d'agents est faible. Dans les quatre pays, les activités commerciales du tourisme de montagne s'organisent en majorité autour des excursions, du trekking, de la randonnée équestre, de l'alpinisme, du rafting et de l'héliski.

Le déséquilibre entre les républiques en matière de potentiel touristique, d'espaces de pratique, d'infrastructures, d'acteurs locaux et de situations politiques internes pousse et contraint les acteurs à mettre en place des produits ou à développer leur entreprise dans d'autres pays

que le leur. C'est le cas par exemple des entreprises kazakhes qui, pour survivre, exercent une grande partie de leur activité sur le territoire kirghize.

Les spécificités

du guide de montagne

La structuration de la professionnalisation des guides de montagne, en France et en Europe, est aujourd'hui le référent international officiel des attentes institutionnelles dans ce domaine, et constitue un processus abouti. Aussi, à travers l'exemple français, il s'agit d'apporter un éclairage et des points de repère pour la compréhension des enjeux spécifiques à l'Asie centrale. Il s'agit d'entrevoir les raisons du flou qui entoure la faible structuration de cette profession dans cet espace géopolitique.

Pour reprendre l'exemple de la France, le guide est à l'origine un homme du terroir montagnard (un paysan, principalement...), ayant une connaissance pratique du terrain (en particulier au-delà des alpages) et complétant ses revenus par l'accompagnement des premiers touristes en réinvestissant son savoir dans cette activité (Bellefon, 2003). Une forme de spécialisation dans la fonction de guide se fait jour à Chamonix (mais aussi ailleurs) avec le succès des visites de la mer de Glace au Montenvers. Commencée dans la seconde moitié du XVIIIe siècle, elle se renforce avec les premières ascensions du Mont-Blanc et le développement de l'activité liée au tourisme. Le "métier" prend forme ensuite avec la première Compagnie des guides de Chamonix (1823), créée à la suite de la catastrophe de la caravane du docteur Hamel de 1820 (trois guides périssent dans une avalanche). D'autres suivent, dans les Alpes et les Pyrénées (création de la compagnie de Bagnères-de-Bigorre en 1863).

À Chamonix, suivant le mode d'organisation sociale du monde paysan (usage collectif de l'espace public), la fonction de guide et l'appartenance à la Compagnie sont exclusivement réservées aux habitants du village. Il existe une hiérarchie et, au départ, une limitation du nombre de guides (Seigneur, 2006), lesquels se voient différenciés des porteurs. Est instauré le tour de rôle, qui maintient l'utilisation collective de la montagne et garantit une juste répartition des revenus qui en découlent (Chaubet, 1994). De plus, les gratifications supplémentaires à la rémunération données par les touristes (pourboires) sont reversées à une caisse de solidarité. Dès cette époque, la formation des guides est un enjeu pour la jeune institution et la catégorie d'aspirant est créée afin de transmettre des compétences uniformisées, justifiant le tour de rôle et évitant la focalisation des touristes sur tel ou tel nom (Chaubet, 1994; Seigneur, 2006).

Cette question de la formation apparaît donc très tôt, et, dès la fin du XIX^e siècle, le Club alpin français (fondé en 1874) délivre des certificats après une évaluation des compétences de guide. Différentes catégories sont proposées : muletier porteur, guide de seconde classe, guide

de première classe (Bellefon, 2003). Par la suite, dans l'entre-deuxguerres, avec l'expansion de l'alpinisme et du ski, et l'ouverture progressive de cette activité professionnelle à un public non montagnard (Ughetto, 2006), la formation devient un enjeu central. Le premier stage de préparation des futurs guides est organisé en 1936 à Chamonix, à l'instigation de Roger Frison-Roche et Armand Charlet (Hoibian, 2001). Le véritable diplôme est instauré en 1945, au moment de la création de la Fédération française de la montagne. À compter de 1946, l'ENSA (École nationale de ski et d'alpinisme) devient l'unique organisme de formation des professionnels de la montagne. Les guides de haute montagne se regroupent ensuite au sein de compagnies et de bureaux implantés dans les principales vallées des Alpes et des Pyrénées. À cette même époque est créé le Syndicat national des guides de montagne (SNGM). La première loi réglementant la profession de guide est entérinée le 18 février 1948, instaurant les diplômes à caractère national d'aspirant guide et de guide de haute montagne (Keller, 2005), spécifiant les conditions d'exercice de l'activité. La fin des années 1950 constitue. pour l'ENSA, le début d'une période de rayonnement national et international.

Avec les années, la formation s'enrichit (introduction du ski en 1972, et accords entre moniteurs de ski et guides pour son enseignement en 1973), mais aussi se segmente (diplôme d'accompagnateur en

moyenne montagne en 1978, brevet d'État d'escalade en 1984). En 1985, SNGM crée l'APRIAM (Association pour la recherche, l'innovation et l'adaptation en montagne), qui gère depuis 1992, par convention avec l'ENSA, la formation continue des guides et le recyclage obligatoire instauré en 1993. Bien que contrôlée par le ministère des Sports, la profession dispose d'un code éthique mis en place par le SNGM, reprenant les droits et les devoirs du guide (en lien avec les clients et partenaires). Enfin, la loi de 2001 (dite loi Buffet) sur l'organisation du sport a instauré le classement du ski et de l'alpinisme en environnement spécifique, imposant le respect de mesures de sécurité particulières. Ce classement rend obligatoire la détention d'un diplôme spécifique pour l'encadrement des activités dans le cadre des prérogatives du guide de montagne. Depuis la création de ce diplôme, la formation a évolué vers une polyvalence accrue. Les modèles professionnels (guide indépendant, agences, travaux sur corde, bureau des guides, formateur, sous-traitance, voyage en indépendant, etc.) et les activités (canyoning, escalade, trekking, etc.) se complexifient et se diversifient. La haute montagne reste le terrain privilégié mais la moyenne montagne (hivernale et estivale), les falaises de basse altitude et les canyons sont à présent des espaces de pratique professionnelle. Bien que toujours centrée sur l'alpinisme, le ski de randonnée et l'escalade, la profession a intégré d'autres types de pratiques plus récentes comme le canyoning, la cascade de glace ou la via ferrata. Les modes de pratique professionnelle se multiplient également (notamment, pour les guides, depuis la modification en 1992 de la loi sur l'organisation et la vente de voyages), même s'ils s'orientent encore majoritairement vers un travail en "indépendant" ou en "bureau des guides" (Loubier, 2006, pp. 16-17). Ces éléments sont autant d'indicateurs du processus de transformation des dynamiques professionnelles du domaine des métiers du tourisme sportif, passant d'une culture moderne (issue de la culture sportive) à une culture post-moderne depuis les années 1980 (Comeloup et Bourdeau, 2002).

Par ailleurs, de plus en plus concernés par la dimension internationale, des guides de haute montagne de quatre pays (Autriche, France, Italie et Suisse) décident de partager leur savoir-faire et leur expérience en fondant en 1965 l'Union internationale des associations de guides de montagne (UIAGM). Celle-ci étend progressivement son rayonnement et regroupe actuellement des organisations de vingt et un pays en Europe, Asie, Amérique et Océanie⁽³⁾, représentant environ 6 000 guides. Si le développement de liens entre les guides et la facilitation de leur travail à l'étranger sont deux de ses quatre objectifs majeurs, l'harmonisation internationale des règles qui régissent la profession et l'augmentation de la sécurité pour les clients en demeurent toutefois les aspects primordiaux. Pour ce faire,

l'UIAGM s'appuie sur une commission technique (composée de responsables nationaux) qui étudie l'évolution des techniques et contribue à l'amélioration de la formation (dispensée par chaque association nationale). Aussi, les critères d'admission sont très élevés, et le cadre légal contraignant imposé par l'UIAGM soumet les professionnels à un haut niveau de formation(4). Enfin, l'acceptation d'un nouveau pays par l'UIAGM peut prendre de cinq à quinze ans, jusqu'à ce que l'ensemble des critères exigés soit rempli, comme la capacité de l'association nationale à former des guides au niveau requis⁽⁵⁾.

L'approche ethno-sociologique proposée par Bertaux sera utilisée. Elle permettra d'étudier le "monde social" (Bertaux, 2006, p. 19) des guides de montagne. En revanche, même si nous faisons l'hypothèse que tous les guides concentrent leurs activités autour du milieu spécifique de la montagne, cet objet est polymorphe et donc sa pratique professionnelle le sera aussi. La notion de "différentialité" des individus sera également prise en compte, étant directement fonction de la structure de la personnalité (Bertaux, 2006, p. 29). Les logiques qui structurent les guides de montagne ("mésocosme") sont donc à l'œuvre dans chacun des "microcosmes" (forme de pratique du guide de montagne) qui le composent. Ainsi, l'observation de quelques individus dans un monde social spécifique apportera la perception et l'identification des logiques d'actions, des processus de reproduction et de transformations sociales plus larges. Parallèlement, les "trajectoires sociales" de ces individus seront prises en compte à travers l'analyse de leur réussite, de leur chute sociale ou de leur reconversion professionnelle.

Enfin, les problèmes rencontrés à l'échelle macro-économique par les républiques à la sortie du système soviétique seront intégrés à l'analyse car ils fournissent des outils explicatifs à la perpétuation du "soviétisme" dans le domaine économique et, par extension, dans le champ du tourisme. Le domaine économique étant, de la même façon, "entièrement placé au service du pouvoir et [devant] contribuer à la mise en œuvre d'un idéal politique, même si celui-ci va à l'encontre de l'intérêt économique. La seule différence [résidant] dans le fait qu'à l'idéal communiste a succédé un idéal national" (Raballand, 2004, p. 165).

L'article répondra aux questions suivantes: Qui sont les professionnels de l'encadrement des produits touristiques de montagne en Asie centrale? Quelles sont les réalités de leur activité? De quel poids l'ancien passé soviétique pèse-t-il sur ces agents, alors même qu'ils sont intégrés dans des entreprises touristiques qui tentent de s'ouvrir au tourisme international et doivent donc répondre à des exigences différentes?

Nous formulons donc l'hypothèse que le groupe social des guides de montagne est partagé entre la persistance de certaines pratiques et l'apparition d'acteurs privés (entreprises touristiques) qui imposent de nouvelles normes (garantie sur la qualité, connaissance du terrain, responsabilité...), et ce, dans un environnement favorisant les arrangements interpersonnels (absence d'un État régulateur et contrôleur comme en France) et une tradition d'économie souterraine.

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

L'enquête de terrain⁽⁶⁾ a tenu compte du contexte local par la construction d'un réseau de relations (entreprises touristiques sportives, guides, interprètes). La méthode est axée sur le recueil de données qualitatives à partir de différents outils méthodologiques comme l'observation participante de la vie touristique locale et la conduite d'entretiens. Les données quantitatives ne sont pas totalement exclues, mais elles seront maniées avec prudence, pour plusieurs raisons: grande disparité des données selon les sources, conditions de production des données inconnues et importante inscription du tourisme dans une dimension informelle de l'économie.

Conditions générales de l'enquête

La langue russe, de large usage en Asie centrale, a été utilisée lors des entretiens. Nous avons eu recours au service d'interprètes locaux. Des difficultés inhérentes à ce choix ont été observées : sélection délicate des individus, disponibilité restreinte, coût financier important (20 à 40 dollars américains par jour), faible maîtrise de la langue française et/ou

incompréhension de la démarche de recherche scientifique.

L'échantillon de personnes interviewées a suivi la logique de la "construction progressive" (theoretical sampling) (Glaser et Strauss, 1967), sa représentativité statistique n'ayant guère de sens dans ce cas du fait des difficultés d'identification et de localisation des acteurs. Au moment de l'enquête, la majorité des agences touristiques sportives privées était faiblement visible (le plus souvent installées dans des appartements ou des maisons privés), et n'utilisait pas de supports de communication locaux (aucune brochure papier, peu de sites internet, téléphone et adresse changeant régulièrement). Nous avons tenté de rencontrer la totalité de la population concernée par la production d'une offre de voyages touristiques sportifs pour chaque ville étudiée. Le choix des espaces d'investigation a été fait en fonction du nombre d'acteurs touristiques présents. Les villes sélectionnées ont été: Almaty (Kazakhstan), Bishkek et Karakol (Kirghizstan), Tachkent et Samarkand (Ouzbékistan) et Dushambe (Tadjikistan). Les enquêtés étaient tous en interrelation (Beaud et Weber, 2003, p. 40), et non choisis aléatoirement. La démarche a été identique dans chaque pays. Enfin, nous avons suivi les préconisations de la théorie de la "saturation des modèles" (Kaufmann, 1996) pour mettre fin à l'enquête.

Entretiens

La démarche qualitative a permis une adaptation aux conditions locales et à la logique de la découverte à laquelle nous avons été soumis, à la compréhension progressive des phénomènes étudiés en raison d'un contact prolongé (sept mois au total, de 2004 à 2006) et de plusieurs allers-retours sur le terrain.

Cent dix-neuf entretiens semidirectifs ont été réalisés auprès de cent douze acteurs, dont huit guides de montagne. L'échantillon a été complété par les discours des responsables d'agences, des présidents des clubs et fédérations sportives, enrichissant les données sur les guides, leur emploi et leur fonctionnement (*cf.* tableau 1).

La grille d'entretien, construite *a priori*, s'est articulée autour de deux thématiques :

- identification de la personne par son récit de vie (Bertaux, 2006) – âge, origines, parcours professionnel et personnel;
- perception par l'acteur du métier de guide – évolution, activité, autres acteurs, enjeux et obstacles, et formation.

Les entretiens ont été organisés sur les lieux de travail des acteurs, ils ont duré en moyenne deux heures.

Analyse de contenu

Après une retranscription intégrale, les données ont été traitées en utilisant des processus de sélection, de comparaison, de recoupement et de rapprochement. Une analyse de contenu bidimensionnelle a été réalisée à partir de critères qualitatifs et quantitatifs. Dans un premier temps, l'analyse se forme

Tableau I •	 Les acteur 	rs interrogés	lors des	entretiens	réalisés	entre 2004 et	t 2006
i abicaa i		o micerioges	1015 465	CITCL CCICIIS	1	Cittle Zoo i C	

Type d'acteurs interrogés	Kazakhstan	Kirghizstan	Ouzbékistan	Tadjikistan	Total
Ministres et autorités locales	0		2		4
Associations touristiques	0	3	2	0	5
Clubs et fédérations sportives	2	2	4		9
Universités, professeurs	2	2	0		5
Guides de montagne			4	2	8
ONG dans le tourisme	2	4	0		7
TO proposant des circuits touristiques sportifs		28	26	9	74
Total	18	41	38	15	112

entretien par entretien, selon un découpage vertical du corpus. La logique propre de chaque acteur a révélé la mise en perspective des différences autour des modes d'organisation des agents (par la mesure des *habitus*) et entre les générations (de l'ère soviétique et d'aujour-d'hui). L'unité de découpage a été le fragment de discours portant un sens par rapport aux hypothèses.

Dans un second temps, la logique transversale a été privilégiée en utilisant le thème comme unité de découpage (Bardin, 1993).

RÉSULTATS : LE GUIDE EN ASIE CENTRALE

La persistance de logiques communes

• Le modèle d'organisation soviétique du sport et du tourisme

À l'époque soviétique, le sport et le tourisme, fortement pratiqués, répondent à des contraintes idéologiques dictées par Moscou. Dans ce modèle d'organisation, l'État gère les différents temps du citoyen, travail comme loisirs. Le tourisme est encadré par plusieurs structures étatiques différentes, selon les types de publics. Les étrangers (hors URSS) sont pris en charge par l'agence Intourist⁽⁷⁾. Les jeunes Soviétiques jouissent de leur agence de voyages, Spoutnik, sous l'égide directe des Komsomols (organisation de la jeunesse communiste, liée au Parti communiste). Enfin, les syndicats organisent les sorties touristiques et sportives des travailleurs. L'alpinisme et le tourisme sportif sont quant à eux rattachés à deux systèmes distincts. L'alpinisme dépend de l'organisation du sport et le tourisme sportif de celle du tourisme. Dans ce contexte, il existe une hiérarchie stricte des compétences pour exercer, et le territoire de l'Union soviétique (à la fois symbolique et spatial) est totalement protégé puisque les guides étrangers n'ont pas la possibilité d'y travailler. Ainsi, les faibles relations et le relatif isolement avec la culture de l'alpinisme mondial de ces républiques marquent et structurent l'alpinisme soviétique pourtant largement développé et diffusé dans l'ex-URSS.

• La transition socio-économique et politique et ses conséquences dans le tourisme

La rupture engendrée par la fin de l'Union soviétique fait passer le tourisme de la sphère sociale à la dimension économique et productive, plus ou moins rapidement selon les républiques. Dès la perestroïka (années 1980), de nouveaux acteurs apparaissent : les entreprises touristiques privées. Elles sont soumises à l'économie de marché, qui impose de nouvelles contraintes comme la concurrence, une offre désormais régie par le marché (et non plus par les besoins récréatifs des Soviétiques) et la nécessité d'une cohabitation avec les récentes institutions (ministères, comités ou agences d'État selon les pays) chargées de la réglementation du tourisme. Toutefois la mutation d'un système à l'autre ne s'est pas encore totalement opérée. Bien souvent, la réglementation actuelle de l'activité touristique privée laisse apparaître des "zones d'incertitude", concept analysé dans les années 1970 par Crozier et Friedberg (1977), offrant par conséquent certaines libertés et marges de manœuvre dont les agents se saisissent. Elles s'illustrent notamment à travers le développement de stratégies de contournement des réglementations et d'appropriation de certaines formes de pouvoir.

• La transition socio-économique et la crise chez les guides de montagne

Le groupe social des guides de montagne est à ce sujet, lui aussi, frappant. Le choc de l'indépendance, puis la période de mutation entraînent une crise (entre autres) dans le monde social des guides de montagne. Bien qu'ayant formé un nombre considérable de sportifs de très haut niveau dans le domaine de la montagne, les pays centre-asiatiques manquent aujourd'hui cruellement de personnels compétents et qualifiés susceptibles d'encadrer la nouvelle clientèle touristique sportive internationale (ils représentent à peine une dizaine de personnes dans chaque république). Ce manque de personnel expérimenté résulte de la conjonction de plusieurs facteurs : le vieillissement des anciens sportifs de l'URSS, l'émigration d'une partie de cette génération, majoritairement en Russie (Zajonckovskaja, 1995), et l'inadaptation des systèmes de formation actuels. Ces différents éléments sont accentués par la disparition, dès l'indépendance, de la prise en charge de la jeunesse par l'État. Plusieurs enquêtes ont montré comment, dans les pays de l'ex-URSS, la situation économique dépressive favorise l'émergence d'un sentiment progressif de rejet et d'inadaptation chez certains acteurs (Belgodère, 1996). Cela n'a fait qu'accélérer la dissolution progressive des valeurs revendiquées par la génération soviétique comme constituantes de ces activités de montagne. Les jeunes, à l'heure actuelle, sont peu sensibilisés à ces pratiques sportives et aux valeurs (*doxa*) qui leur étaient associées auparavant. Ils détournent leur attention vers un tourisme plus traditionnel, davantage prestigieux, rentable et attractif selon eux.

Pour les sportifs formés sous le régime communiste, le tourisme de montagne et l'alpinisme ne se restreignaient pas à un sport ou à une pratique touristique quelconque, mais ils permettaient d'incorporer les valeurs fortes propres à l'idéologie communiste et à l'"homo sovieticus" dans le sport, comme le respect, le dépassement, l'entraide... Ayant développé une véritable culture de l'élitisme corporel et moral, à l'instar des guides professionnels français (Bourdeau, 1991), ces pays connaissent l'effondrement de l'ancien système de valeurs chez les jeunes générations (étudiants qui connaissent une langue étrangère et ne font cette activité que pour gagner un peu d'argent; guides locaux des villages incompétents techniquement), qui a conduit au déclassement symbolique des guides de l'ancienne génération. Outre la dénonciation de l'absence de prise en charge dans le domaine de l'éducation des jeunes hors du système scolaire(8), comme cela existait avec les Komsomols (Adam, 1979), les entretiens traduisent une nostalgie de cette époque florissante pour les activités de montagne. Tous disent avoir à ce jour perdu une génération. Ils dénoncent le caractère commercial du tourisme et de l'alpinisme d'aujourd'hui comme source de perversion de ces pratiques. Le rapport de ces guides, issus de ce que l'on peut qualifier l'ancienne génération (plus de 40 ans), à cette profession n'est pas entièrement motivé par le bénéfice financier qu'elle procure. Ils déclarent être animés par leur passion et conduits souvent par la nostalgie du passé soviétique. Par ailleurs, leur goût et leur savoir-faire suivent la logique de la transmission intergénérationnelle au sein du cercle familial. En Ouzbékistan, par exemple, le réseau des guides de montagne est composé à 60 % par les anciens sportifs de l'époque soviétique et à 40 % par leurs enfants⁽⁹⁾. Ce mode de transmission n'est pas spécifique aux guides centre-asiatiques, et se retrouve notamment dans le personnel des expéditions au Népal, chez les Sherpas (Sacareau, 1997). En effet, le système des filières d'emplois se transmet en pays sherpa de génération en génération, au sein d'une même famille. La solidarité entre les clans et le positionnement de l'ethnie des Sherpas, historiquement investie dans la conquête himalayenne, ayant permis à ces derniers de bénéficier d'une antériorité dans le métier.

Le petit nombre de guides de montagne en Asie centrale et la transmission par la filiation du goût pour cette profession montrent bien qu'il s'agit là d'un milieu restreint. Par ailleurs, presque aucun collectif ou syndicat officiel de guides de montagne, dû aux guides eux-mêmes, n'existe en Asie centrale. D'après les acteurs, les raisons principales de cette faible structuration sont le peu d'intérêt pour cette profession, l'absence de soutien par les entreprises du secteur et les ministères⁽¹⁰⁾. Le statut des guides de montagne centre-asiatiques est proche de celui des guides français. Ils sont, pour la plupart, sous le régime de travailleur indépendant (Loubier, 2006). Ils organisent leur activité professionnelle soit comme prestataires de services auprès d'agences, soit de façon individuelle. Les structures collectives autogérées comme les bureaux de guides français ou divers autres groupements n'existent pas en Asie centrale. La saison touristique étant limitée et courte (de juin à septembre), les entreprises ne peuvent pas prendre en charge des salaires toute l'année. Pour cette raison, la majorité des guides sont pluriactifs, comme en France (Loubier, 2006), cumulant d'autres professions ou partant travailler à l'étranger (principalement dans les pays voisins) afin de compléter leurs revenus.

L'absence de compagnie de guides et de syndicat professionnel révèle le défaut de construction d'une identité collective partagée. Quasi aucune structure ne pèse sur les entreprises commerciales et les institutions du tourisme, soumettant les guides à des logiques de "solitaires" dans une société en transition.

Enfin, il existe une forte empreinte ethnique(11) autour des

activités de montagne. On ne peut ignorer la très forte affinité des populations allemande, russe, ukrainienne pour l'alpinisme et le tourisme de montagne. Néanmoins, on constate que plus la pratique exige un haut niveau de technicité, plus on est en présence de guides originaires de Russie, Ukraine, Biélorussie, Moldavie et Géorgie. On trouve là encore des similitudes avec les guides népalais, chez qui l'on constate des structures ethniques différentes selon le type d'activité (trekking, alpinisme) (Sacareau, 1997).

Après avoir souligné les principales caractéristiques des guides de montagne, communes aux quatre républiques étudiées, l'analyse porte sur les réalités qui se cachent derrière cette appellation de "guide".

Un terme

aux contenus multiples

À l'heure actuelle, les acteurs du tourisme sportif et de l'alpinisme sont communément regroupés sous le terme "guide de montagne" (en russe, par l'expression gorne guide) et parfois même uniquement "guide". En Asie centrale, l'apparition de ce mot, hors du tourisme culturel, s'est faite dans l'alpinisme, c'est-à-dire dans la sphère sportive et non touristique, puisque l'alpinisme dépendait directement du système sportif soviétique. En 1972, les camps internationaux d'alpinisme sont créés en URSS à l'initiative des fédérations d'alpinisme et d'escalade. Ces camps permettent l'accueil

exclusif d'alpinistes étrangers voulant faire des expéditions sur les sommets de l'URSS, et ils leur sont réservés. Avant cette date, il existait pourtant déjà des échanges, qualifiés d'"échanges d'amitié"(12), entre alpinistes soviétiques et étrangers par l'intermédiaire des clubs, des sections et des fédérations sportives. Ces camps internationaux changent alors la nature de ces échanges qui deviennent commerciaux, puisque les étrangers doivent payer pour accéder à ces structures et aux prestations qu'elles offrent. Les fonds ainsi récoltés permettent de financer le fonctionnement des camps et les expéditions en Himalaya des alpinistes de l'Union. L'apparition du mot guide s'est donc faite à ce momentlà, lors de ces premiers échanges commerciaux. L'usage de cette terminologie se généralise rapidement dans les années 1990 lorsque des agences touristiques privées sont créées et commencent à travailler avec des partenaires étrangers.

Aujourd'hui, on note malgré tout un certain flou général dans cette nouvelle désignation. L'ancienne génération (plus de 40 ans) se réfère aux termes d'instructor et provodnic de l'époque, et ne parvient pas à expliquer les différences avec le terme actuel de guide. Tandis que la nouvelle génération (moins de 40 ans), elle, n'utilise qu'un seul mot : guide. Et ce, d'ailleurs, sans distinction aucune pour le tourisme de montagne commercial ou le tourisme culturel. Ces différents termes se côtoient sans que leurs pratiques soient réellement identifiées et identifiables, et leur définition ne représente aucun enjeu spécifique pour la majorité des acteurs.

Leur usage alterné laisse entrevoir les difficultés relatives à la confrontation intergénérationnelle, et à l'absence de cadre juridique qui expliquerait clairement la réalité et la consistance du terme *guide* aujourd'hui. L'apparition du mot guide est-elle une simple adaptation linguistique des termes anciens en vue d'une meilleure compréhension par les étrangers, ou illustre-t-elle une réelle transformation des pratiques par rapport aux instructors et aux *provodnics* de l'époque soviétique ?

L'identité des guides

Notre étude montre que trois principaux types d'agents interviennent sous l'appellation "guide de montagne" dans le cadre de structures commerciales : les anciens sportifs de l'Union soviétique, les jeunes étudiants et les guides locaux. Plus largement, ce sont les évolutions des comportements par rapport à l'emploi qui sont en question. Les contours flous et l'ambiguïté du contenu de ce terme traduisent des conceptions de la pratique très diverses. Ceci à la différence des guides de montagne UIAGM dont les prérogatives sont définies avec précision et qui sont autorisés à travailler sur toutes les montagnes du monde (en alpinisme, escalade, canyoning, ski de randonnée, raquette à neige, ski hors piste, cascade de glace, randonnée, via ferrata, trek).

• Les sportifs de l'ex-URSS (40 ans et plus)

Les anciens sportifs de l'époque soviétique ayant obtenu les titres sportifs élevés de masters du sport⁽¹³⁾ (maîtres des sports) et d'instructors (formateurs-entraîneurs) du tourisme de montagne et de l'alpinisme (Hallé, 2008, pp. 171-176) font de leur passion une reconversion professionnelle (Bouhaouala, 2008). Même si ce groupe social a connu une forte émigration vers la Russie juste après l'indépendance (notamment parce que ce pays a conservé une vitalité dans cette activité), ces anciens sportifs ont réinvesti dans le contexte économique actuel leurs connaissances et leurs expériences (capital sportif et corporel [Pociello, 1981]) acquises à l'époque. Il faut savoir que ce groupe représente, selon les acteurs interrogés, au moins 60 %(14) (voir supra) des guides de montagne dans la région. L'intérêt est donc double : l'activité de guide de montagne offre une reconversion professionnelle à ces acteurs qui, bien souvent, ont perdu leur emploi au moment de la fin de l'URSS, et cela permet aux entreprises d'avoir des employés possédant un niveau élevé de pratique sportive, de technicité et d'expérience. Par ailleurs, ce sont des personnes hautement et doublement qualifiées ayant reçu des titres sportifs ainsi que, pour la majorité, des diplômes de l'enseignement supérieur (ingénieur, docteur, enseignant). Ceci car le tourisme sportif et l'alpinisme n'étaient pas autrefois considérés comme des domaines économiques. Néanmoins, cette activité sportive constituait une marque distinctive (Maillard, 1995).

Pour la plupart, ce sont donc des individus qui disposent d'un important capital culturel et surtout d'une passion pour ces pratiques de l'alpinisme et du tourisme de montagne. Ils faisaient souvent partie de l'intelligentsia(15) au sens large (même si celle-ci est très controversée), c'està-dire ayant reçu une éducation supérieure ou une éducation secondaire spécialisée (Belgodère, 1996, pp. 292-293). Cette catégorie d'acteurs va "être progressivement confrontée à des opportunités de mutation, qui pourront aussi prendre la forme de contraintes" (Belgodère, 1996, p. 294). La reconversion professionnelle ou les comportements de mobilité professionnelle (Belgodère, 1996, pp. 296-299) de cette génération sont vécus comme le moyen de faire de leur passion un métier, une source de revenus facilitée par le nouveau système économique. Par ailleurs, l'absence de continuité dans la formation des cadres sportifs (instructors) de haut niveau et l'affaiblissement de l'intérêt des jeunes pour ces activités à forte technicité engendrent la spécialisation et offrent un quasi-monopole de l'encadrement à l'ancienne génération. En effet, ces activités qui demandent un haut niveau technique et une forte expérience permettent dans le contexte actuel d'offrir à ces sportifs un emploi et une revalorisation de leur qualification.

• Les étudiants (18-25 ans)

En ce qui concerne le second groupe d'acteurs, les jeunes étudiants,

l'activité de guide est envisagée différemment que pour leurs aînés. Il s'agit avant tout d'un travail saisonnier d'été offrant un complément financier (c'est leur première source de motivation). Les compétences de cette génération sont axées sur la maîtrise d'une ou de plusieurs langues étrangères. Ils sont recrutés majoritairement par les firmes touristiques privées au sein des clubs sportifs des facultés, lors de compétitions par exemple. Les tâches pour lesquelles ils sont employés exigent un degré moindre de qualification et d'expérience. Il s'agit souvent d'activités de portage. L'absence de qualification et de certification officielle et spécifique ainsi que le plus faible niveau d'exigence de ce groupe permettent alors de diminuer le coût des salaires pour l'entreprise. Malgré cela, ces étudiants tout comme leurs aînés sont pourvus d'un capital culturel conséquent, puisqu'ils sont majoritairement diplômés de l'université. L'Ouzbékistan, par exemple, fait même du diplôme universitaire un ticket d'entrée obligatoire à l'exercice de cette profession. Il faut souligner que ce groupe social est de plus en plus recruté par les entreprises du secteur. Ce phénomène s'explique conjointement par le fait que "la demande étudiante est une innovation qui fait suite à l'autorisation qui leur avait été accordée, en 1985, d'occuper des emplois d'été ou à temps partiel" (Belgodère, 1998, p. 397).

• Les guides locaux

Le troisième groupe social est celui des guides locaux. Il s'agit de personnes habitant les villages des régions et qui, vivant dans un endroit géographique précis (d'où partent un ou plusieurs itinéraires touristico-sportifs), ont acquis goût, maîtrise et connaissance aiguë du terrain environnant. Généralement sans formation spécifique au tourisme, ils maîtrisent encore moins une langue étrangère, mais ne sont pas délaissés par les entreprises du secteur. Même si l'emploi de ces guides nécessite la présence supplémentaire d'un interprète, les bénéfices restent multiples pour l'entreprise : faible coût de maind'œuvre, salaire versé de la main à la main, pas d'investissement sur ces personnes car elles connaissent déjà les itinéraires. Ces guides n'ont ni formation ni certification officielle. En Ouzbékistan, par exemple, où les certificats donnés par l'Uzbektourism sont obligatoires mais coûteux, les agents contournent cette règle en jouant de la rareté des contrôles effectués dans les villages des provinces. Ils exercent alors leur activité sans diplôme.

Dans cette perspective, le guide local rejoint l'activité que pratiquait le provodnic soviétique, conduire un groupe sur un itinéraire précis. Il l'exerce de manière occasionnelle comme complément financier. Cela évoque les premiers guides français du début du XIX^e siècle, qui bénéficiaient de la prééminence de résidence (Bellefon, 2003). Ainsi, on retrouve le rapport au territoire et à sa connaissance approfondie (cols, itinéraires...) comme compétence fortement valorisée. En outre, l'ex-

périence professionnelle de ce groupe social n'est pas sans rappeler les pratiques soviétiques de cumul professionnel (Belgodère, 1998, p. 397) qui développent chez ces acteurs des "comportements attentistes" comprenant à la fois des stratégies de survie, débouchant sur des adaptations professionnelles, et des attitudes de repli sur la sphère privée (Belgodère, 1996, p. 295). Cela se traduit par le choix d'avoir un ou des emplois parallèles et des salaires d'appoint. La principale source de motivation étant financière (Belgodère, 1996, p. 296).

Ces trois types d'acteurs (auxquels se rajoutent les guides professionnels occidentaux) illustrent des conceptions très diverses du métier de guide de montagne, tant dans sa pratique que dans ce qu'il représente, "l'éclatement des pratiques et des représentations qui marque l'évolution des sports de montagne ne [manquant] pas de susciter l'émergence de groupes concurrents qui remettent directement en question la gestion monopolistique de l'espace vertical par laquelle les guides s'identifient traditionnellement" (Bourdeau, 1991, p. 252). Par ailleurs, le métier de guide de montagne est envisagé tantôt comme une porte d'entrée pour une future création de sa propre entreprise (ce qui s'observe fréquemment chez les jeunes guides qui, même s'ils ne réalisent pas ce projet, l'évoquent et l'envisagent la plupart du temps) ou tantôt comme un point d'arrivée, une sorte d'aboutissement dans la hiérarchie du tourisme commercial. Ce dernier point s'observe plutôt chez les guides dits de l'ancienne génération qui ont déjà, en travaillant comme guides, réalisé une reconversion professionnelle, trouvé une nouvelle stabilité et ne se voient pas créer leur propre entreprise de peur de se trouver de nouveau dans une position professionnelle fragile et risquée.

Le premier groupe social est traversé par une culture professionnelle moderne similaire à la première génération de guides français (1930-1960) pour qui la durée des apprentissages, longs et fastidieux, construit la pratique professionnelle et fait de l'encadrant "un modèle, une référence, une figure emblématique admirée et respectée" (Bourdeau, Corneloup et Mao, 2006, pp. 16-17). Dans un contexte de dérèglement de l'encadrement professionnel en montagne, l'ancienne génération des guides est de plus en plus supplantée par des encadrants sous-diplômés (étudiants ou guides locaux), d'où le déclassement symbolique. Le passage du club soviétique à l'entreprise de tourisme sportif que constitue le "réceptif" (travaillant avec agences et clientèles étrangères) fait référence à la culture professionnelle post-moderne identifiée par Bourdeau, Corneloup et Mao (2006). L'agence de voyages locale, devant désormais répondre aux exigences récréatives de la clientèle étrangère, fait alors appel à l'étudiant montagnard ou au guide local – qui peuvent suffire.

Divergences et spécificités selon les pays

Dans les quatre pays étudiés, aucune loi n'offre de statut juridique clair pour les guides dont les activités s'orientent sur le terrain de la montagne ou de l'alpinisme.

L'absence d'homogénéisation dans la certification ou la délivrance de diplômes à la suite d'une formation adaptée a des conséquences négatives sur le fonctionnement et la régulation du marché du tourisme sportif. Les législations ne définissent pas précisément la notion. À titre d'exemple, la loi ouzbèke sur l'activité touristique stipule que le guide est "une personne qui peut encadrer des excursions et délivrer des informations. Elle peut organiser des services, et procurer une assistance de qualité pour les participants d'un tour. Elle dispose d'un agrément pour le service touristique" (Uzbektourism, 2005).

Au Tadjikistan, il en résulte une dévalorisation et une absence de légitimation officielle des diplômes sportifs de l'époque soviétique. Ce dernier point s'explique par le fait que les titres sportifs, et notamment celui d'instructor du tourisme de montagne ou d'alpinisme, n'étaient pas reconnus à l'époque soviétique comme des diplômes car, lorsque l'on devenait instructor, on obtenait seulement un livret attestant cette qualification. Le terme "diplôme" était uniquement délivré à la suite d'un parcours universitaire et permettait d'accéder directement à une profession; tandis que les livrets indiquant les grades sportifs

ou le titre d'instructor attestaient uniquement une certaine maîtrise sportive. Ils ne donnaient que le droit d'encadrer des groupes de touristes sportifs ou d'alpinistes, exclusivement dans un cadre de loisirs, nullement en tant que profession. Ces éléments sont autant de "zones d'incertitude" (Crozier et Friedberg, 1977) qui ne sont pas prises en compte ou pas encore résolues par les pouvoirs publics. Ils laissent donc des espaces de liberté où les acteurs peuvent jouer des faiblesses de l'organisation, des manques laissés par la loi (mise de côté volontairement ou non) pour en tirer profit. Un très grand nombre d'entreprises peuvent ainsi ne pas déclarer une partie de leur personnel et généraliser des salaires au noir dans cette profession(16).

L'absence de définition juridique légale du métier de guide de montagne laisse donc un vide, conjugué à l'absence de structure de formation adéquate et de diplômes spécifiques reconnus. Ceci entraîne, à l'inverse du guide culturel, un plus faible contrôle de la profession. Malgré le constat général d'un manque de clarification du statut des guides de montagne dans l'ensemble des quatre républiques, on retrouve dans chacune d'entre elles une organisation singulière pour l'attribution d'une licence ou la certification de l'activité professionnelle de guide de montagne en structure commerciale.

De la liberté
 à la prise en charge totale
 Initialement standardisées à

l'époque soviétique, les formations des instructors et des provodnics étaient très rigoureuses et similaires dans toutes les républiques. Dispensée dans des camps d'entraînement pour l'alpinisme et des bases touristiques, la formation passait par la validation de niveaux sportifs attestant des catégories de difficulté. La certification et la validation des niveaux sportifs étaient obligatoires pour encadrer des groupes d'alpinistes ou de touristes, ce qui n'est plus le cas aujourd'hui. Les seules réglementations obligeant les guides à être en possession d'une licence ou d'un certificat concernent les guides de façon générale (sans précision du lieu d'exercice), autrement dit ceux qui s'orientent plutôt vers des produits culturels (excursavot) en faisant des excursions à la journée. À cela s'ajoute la disparition de la quasi-totalité des lieux et espaces de formation. En effet, presque l'ensemble des bases touristiques et des camps d'entraînement de tourisme de montagne et d'alpinisme publics a été abandonné, ou bien alors réhabilité par des particuliers à des fins commerciales. Pour ces raisons, et en réponse à la demande des firmes privées ou des fédérations et clubs sportifs, les formations sont désormais essentiellement délivrées pour combler les besoins commerciaux des entreprises. Trois grands espaces de formation sont proposés : les universités, les entreprises privées et les fédérations ou les clubs sportifs.

Au Kirghizstan, la loi ne prévoit aucune mesure obligatoire pour l'ob-

tention des certificats ou licences pour l'activité de guide (culturel ou de montagne). En revanche, certaines entreprises privées (Ultimate Adventure, Community Based Tourism, Novinomad...) ont mis en place des certifications. Des certificats sont aussi délivrés sous forme d'un livret au sein des universités, validés par le sceau de la fédération sportive concernée (Union du tourisme de montagne ou Fédération républicaine d'alpinisme et d'escalade). Ils sont la marque d'une certaine qualification sportive, mais n'ont pas de valeur officielle pour un emploi dans les entreprises privées. Le principe de recrutement est fondé majoritairement sur un système de recommandations plus que sur la détention d'un quelconque diplôme(17).

Au Tadjikistan, il existe une réglementation officielle. Sayoh, l'agence touristique nationale d'État, impose, selon un article de loi sur l'activité touristique, la certification des guides touristiques tadjiks (recommandations des articles 9 et 12 de la loi sur le tourisme en république tadjik)⁽¹⁸⁾. Toutefois, aucune précision n'est donnée sur le type de guide. S'agit-il d'un guide pour une excursion à la journée (*excursavot*), d'un guide de montagne (*gorne guide* et *provodnic*) ou bien d'un instructeur (*instructor*) ?

Mais cette mesure n'est ni connue ni mise en application sur le terrain, comme l'évoque A. H. Khushedshoh, professeur en économie et guide de montagne l'été dans les monts Fanskye: "*Ici, on devient guide par* l'expérience et le travail [...]. Moi en tout cas je n'ai aucun document qui certifie que je suis guide de montagne [...]. En fait ici tout le monde peut dire : 'Je suis guide.' Ça dépend uniquement des recommandations dont tu disposes. C'est un petit milieu et les gens se recommandent entre eux. C'est comme ça que l'on trouve du travail. Il suffit juste d'une recommandation orale, il n'y a pas besoin d'un quelconque diplôme^[19]."

Le Kazakhstan est semble-t-il plus rigoureux. Toute activité, que l'on soit guide de montagne ou instructeur dans une entreprise commerciale, doit être au préalable soumise à une procédure pour l'obtention de la licence, qui s'acquiert sur demande auprès du département du tourisme de l'administration centrale de la ville. Le guide doit aussi justifier d'un certificat de qualification. Néanmoins, selon les acteurs, ces obligations ne sont pas suivies. La réglementation kazakhe distingue plusieurs niveaux de guides, le premier étant le guide des excursions. Il ne s'agit dans ce cas que de sorties dans la ville. Ce premier niveau est très bien réglementé. Il est nécessaire d'obtenir un certificat à la suite d'un cursus de formation adapté. Certaines universités ainsi que l'administration de la ville le proposent. La formation dure en moyenne deux mois. Le coût moyen est de 7 000 tengues, soit environ 40 euros⁽²⁰⁾. Depuis 2004, la loi kazakhe stipule qu'il n'y a plus besoin de diplôme ou de certificat pour les guides culturels de première et deuxième catégories. Seule l'administration de la

ville ou la fédération d'alpinisme et d'escalade ont le droit de donner les certificats nécessaires à la pratique de l'activité professionnelle de guide de montagne. L'université, quant à elle, même si elle propose des formations, n'offre que des recommandations qui doivent être par la suite validées par l'administration.

En Ouzbékistan, l'activité de guide dans une entreprise commerciale (excursavot, provodnic ou instructor) est soumise à une procédure de certification, laquelle est systématiquement obtenue à la suite d'un cursus de formation organisé par l'agence touristique nationale d'État Uzbektourism. De plus, avant d'intégrer la formation, il est nécessaire d'avoir un diplôme de l'enseignement supérieur. L'agence d'État délivre des certificats, obligatoires depuis 1999, en distinguant plusieurs catégories de guides après un examen validé par une commission spéciale de certification de l'activité. Ces certificats ont été mis en place en 1995 par l'Uzbektourism, et d'autres centres de formation au sein des universités pouvaient aussi en délivrer. Mais depuis 1999, seule l'Uzbektourism est habilitée à les accorder.

La détention obligatoire du certificat devient un enjeu fondamental qui donne lieu à des stratégies de contournement pour l'obtenir.

On se référera au tableau qui reprend les différentes appellations et domaines d'activités du guide à l'époque soviétique et à l'heure actuelle (*cf.* tableau 2).

L'arrivée des entreprises privées

a donc fait émerger de nouveaux acteurs dans l'encadrement du tourisme sportif de montagne (étudiants, guides locaux), valorisant l'expérience au détriment du diplôme et aboutissant par conséquent à "un éclatement complet du groupe professionnel" (Dubar, Tripier et Broussard, 2011, p. 241).

• Républiques autonomes et espace international

Malgré l'homogénéisation visant à renforcer le contrôle de cette pratique professionnelle et augmenter son poids, le certificat de guide perd quasiment toute sa crédibilité auprès des acteurs du domaine par le manque de rigueur de son attribution. Dans chaque pays, la majorité des entreprises ayant besoin d'employés spécialisés dans l'encadrement et l'accompagnement de touristes pour les activités de montagne créent et délivrent elles-mêmes des certificats validant une formation qu'elles dispensent. Cependant, ces formations et certifications n'ont acquis nulle part une reconnaissance par les institutions officielles nationales ou internationales, ce qui ne permet pas la généralisation de la mobilité professionnelle, en termes de territoires d'exercice, que connaissent les guides français (Bourdeau, 1991). Néanmoins, elles bénéficient la plupart du temps d'une reconnaissance symbolique, interne au tourisme sportif, entre pairs puisque leur faible nombre les rend aisément identifiables. En revanche, l'absence d'unification des critères de qualification entre les tour-opérateurs privés ne permet pas à un acteur extérieur et

aux diverses institutions publiques (ministères, universités...) de comparer et d'apprécier les réels contenus et niveaux de ces formations.

Enfin, les statuts, les systèmes de formation et la législation variant selon les républiques, les entreprises déploient des stratégies pour proposer les services touristiques les plus performants et compétitifs. Aussi, du fait du manque de possiblités de travail et de personnel compétent dans certains pays, il existe un flux important de déplacement des guides entre les républiques frontalières, et ce, malgré une réglementation qui l'interdit. Bien que, de part et d'autre de chaque frontière, ces lieux et les entreprises qui y travaillent soient soumis à l'application des politiques nationales, ces espaces demeurent des périphéries nationales(21), car, en raison de leur proximité, largement tournés économiquement vers les États voisins. Se conjuguent alors des stratégies de développement établies sur des réseaux de relation, à travers la recherche de partenariats avec des agences dans les pays proches. D'autres acteurs déploient des stratégies de subversion, cherchant à contourner les lois même des pays pour être présents à tout prix sur les territoires voisins, en organisant eux-mêmes les circuits ou en créant de pseudo-succursales. Les chaînes de montagne de chaque côté des frontières sont incontestablement des lieux d'échange et d'influence, et ce, pour plusieurs raisons. Outre la porosité des frontières, l'attrait économique, le potentiel touristico-

Tableau 2 • Tableau synoptique du contenu du terme "guide"

	Instructor	Provodnic	Guide	Pirevotcki	Excursavot	Groupavot	
Contenu du terme	Celui qui enseigne, professeur	Accompagner, montrer le chemin	Accompagner en plus de services (parler des paysages, organiser le bivouac, réserver les hôtels) Montrer le circuit	Traducteur	Utilisé pour accompagnement de sorties culturelles	Accompagnateur de groupes	
Termes utilisés (type de tourisme)	Sportif	Sportif	Culturel et sportif	Culturel	Culturel	Culturel	
Type de personnes à encadrer	Groupes de sportifs dans les clubs	Groupes de structures touristiques d'État (ou commerciales) et des groupes de sportifs	Groupes de structures commerciales	Individuels ou groupes de structures commerciales	Individuels ou groupes de structures commerciales	Individuels ou groupes de structures commerciales	
Rôle	Peut accompagner partout	Ne peut accompagner que sur un itinéraire qu'il connaît	Peut accompagner partout	Accompagne pour traduire la langue	Accompagne sur une journée, pour une excursion	Accompagne pour une excursion	
Lieu de l'activité	Montagne	Montagne	Montagne et ville	Ville majoritairement	Ville	Ville	
Qui délivre les diplômes ou certificats aujourd'hui ?	Les fédérations	Pas de certificat ni diplôme	Les agences touristiques	Institutions publiques (universités, mairies)	Institutions publiques (universités, mairies)	Institutions publiques (universités, mairies)	
Qualification	Niveau élevé	Domaine de compétence plus restreint, qui peut se limiter à un seul circuit Niveau faible	Degré supérieur par rapport au provodnic Niveau moyen	Qualification très spécifique Niveau élevé	Niveau moyen	Niveau faible	
	Termes de l'époque soviétique encore utilisés par certains acteurs aujourd'hui		Terme actuel utilisé au sein des agences touristiques privées	Termes de l'époque soviétique encore utilisés par certains acteurs aujourd'hui			

sportif des États voisins et enfin la territorialité des différentes ethnies sont autant de facteurs qui expliquent l'existence de ces échanges. En effet, l'édification des frontières entre les républiques de l'URSS a séparé des groupes ethniques pour que l'État puisse mieux contrôler et dominer les résistances (Roy, 1997). Si bien que, du fait de la forte imbrication des peuples, l'on retrouve des situations d'une extrême complexité, spécialement dans la région de la Ferghana (située dans le sud-est de l'Ouzbékistan, le nord du Tadjikistan et le sud-ouest du Kirghizstan). Une des conséquences directes est la persistance de liens sociaux et économiques forts au lendemain des indépendances. Malgré le peu de projets communs, faute de volonté politique, les entrepreneurs locaux font revivre ou créent des réseaux parallèles pour répondre à leurs besoins en matière de circuits touristiques, et la situation des guides traduit ce phénomène. En dehors de cette volonté politique de contrôle des frontières et, par là même, de certaines chaînes de montagne, les tour-opérateurs sont d'autant plus enclins à la pratique d'échanges informels que la porosité des frontières la favorise. Cette porosité trouve des explications dans l'indigence du personnel des postes frontières, la corruption des administrations douanières ou l'absence de délimitation précise des frontières en montagne, entre Kirghizstan et Kazakhstan par exemple. À cela s'ajoutent des différences de niveaux de vie très importantes selon les

pays, qui ont une conséquence directe sur le prix des services touristiques, entre le Kirghizstan ou l'Ouzbékistan et le Kazakhstan, par exemple.

CONCLUSION

Cet article avait pour objectif de mettre au jour la manière dont le métier de guide de montagne dans quatre républiques centre-asiatiques s'est transformé dans un contexte de transition. À la différence des guides de haute montagne en France, où s'observe un processus de professionnalisation abouti, les guides centre-asiatiques sont au point de départ de la structuration de ce phénomène (2008 : candidature du Kirghizstan auprès de l'UIAGM). Avec l'ouverture au tourisme international et la création d'entreprises spécialisées dans le tourisme de montagne, l'activité de guide de montagne émerge et devient progressivement une profession soumise à de nouvelles normes, permettant de fournir un moyen de subsistance à ceux qui ont choisi cette voie, contrairement à l'époque soviétique. Ainsi, le processus de professionnalisation est traversé par de nouveaux enjeux, socio-territoriaux, sociosymboliques et socio-économiques (Bourdeau, 1991), constitué d'acteurs de différentes cultures et horizons. À l'instar des professionnels népalais, les guides centre-asiatiques réinventent une forme culturelle hybride (Boutroy, 2006), révélatrice des transformations socio-culturelles et économiques des sociétés centre-asiatiques : le monde social des guides de montagne est en quelque sorte un "entre-lieu culturel" (Turgeon, 1998) pour ces sociétés en transition. Par ailleurs, il existe certaines spécificités dans la construction de la professionnalisation du guide de montagne dans ces républiques. Le Kirghizstan en premier, puis le Kazakhstan se sont révélés être beaucoup plus dynamiques et ouverts sur la question. Enfin, les pratiques et les mentalités dans ce secteur nouvellement intégré à une économie de marché sont encore fortement marquées par l'époque soviétique, puisque la tradition d'économie souterraine et les échanges interpersonnels perdurent. Nous rejoignons alors les conclusions de Raballand (2004, p. 171), selon qui "l'inertie joue un rôle très important dans le domaine économique, rendant le rôle de l'histoire capital pour comprendre les évolutions actuelles des économies de la région".

Enfin, dans une perspective future, il semblerait pertinent, d'une part, de s'interroger sur l'éventuel rattrapage progressif des républiques en retard dans ce domaine, ainsi que sur les conditions de sa réalisation. D'autre part, il serait intéressant de questionner le devenir de ce métier une fois l'ancienne génération disparue, et ce, notamment, à propos des activités à forte technicité. Ainsi, les agences seront-elles capables de renouveler suffisamment leurs équipes afin de continuer à offrir ces prestations ou bien seront-elles contraintes de faire appel à des guides étrangers puisque l'effondrement du système de formation de l'époque a créé un vide de personnel dans cette sphère ces dernières années? Car aujourd'hui, la marge de manœuvre est étroite et menace la survie, le dynamisme et l'engouement pour ces disciplines sportives, et surtout pour ces types de produits qui étaient proposés en premier sur le marché au moment de l'indépendance et qui le sont de moins en moins. En effet, ces produits demandent des investissements financiers très lourds pour l'entreprise (matériel), ils constituent une prise de risque importante (en cas d'accident), ils nécessitent une maind'œuvre hautement qualifiée et ils sont encadrés par de lourdes contraintes administratives (permis d'accès à certaines régions, permis d'ascension, taxes...).

Notes

(1) Le terme "Asie centrale" est employé au sens restreint. Il correspond aux républiques du Kazakhstan, Kirghizstan, Ouzbékistan, Tadjikistan et Turkménistan. Si le Kazakhstan, à l'époque soviétique, était considéré comme un territoire à part, nous l'intégrons à cet ensemble car il partage les caractéristiques géographiques, politiques, ethniques, culturelles et économiques de ses voisins. Le Turkménistan a été mis de côté car il présente un potentiel touristique sportif faible. (2) Pour certains États (Tadjikistan, Kirghizstan), les territoires de montagne représentent la quasi-totalité de leur surface

(respectivement 90 % et 94 %).

(3) Allemagne, Argentine, Autriche, Bolivie, Canada, Espagne, France, Grande-Bretagne, Grèce, Italie, Japon, Nouvelle-Zélande, Norvège, Pérou, Pologne, République tchèque, Slovaquie, Slovénie, Suède, Suisse,

(4) Le Kirghizstan est candidat pour entrer dans l'Union (Kyrghyz Mountain Guide Association). Depuis 2008, un projet de formation des guides de montagne aux standards de l'UIAGM est proposé. Il est financé par la société suisse Mammut, et reçoit l'appui de l'UIAGM, des associations des guides de montagne suisse et britannique. Voir : [http://mguide.in.kg/en].

(5) Voir le site internet de l'UIAGM: [http://www.ivbv.info/fr/l-uiagm/].

(6) La réalisation du terrain a été rendue possible notamment par l'attribution d'une bourse Eurodoc par la région Rhône-Alpes, que je remercie vivement à ce sujet ; ainsi que par l'accueil et le soutien de l'IFEAC (Institut français d'études sur l'Asie centrale), et plus spécialement de son ancien directeur M. Rémy Dor (professeur à l'Inalco, Paris) que je tiens également à remercier chaleureusement.

(7) Agence touristique d'État créée par le Comité d'État pour le tourisme étranger en 1929.

(8) V. A. Korablev, président de la chaire de tourisme et professeur à l'Université Turan, Almaty (entretien, 17 sept. 2005).

(9) F. Yunusov, directeur d'Olympic Tour, Tachkent (entretien, 22 juin 2006).

(10) A. Shernagovski, guide salarié d'Asia Special Tourism, Tachkent (entretien, 4 sept.

(11) Dans le langage courant, les individus se présentent à leurs interlocuteurs en utilisant le terme "ethniquement kazakh", par exemple. Les républiques centre-asiatiques étudiées font une distinction entre citoyenneté et nationalité (qui équivaut à ethnicité). Elle est héritée de l'administration

soviétique, qui avait développé une conception ethniciste des communautés (Sériot, 2006). Selon Staline, la nation était une communauté humaine stable, historiquement constituée, née sur la base d'une communauté de langue, de territoire, de vie économique et de formation psychique, qui se traduisait en une communauté de culture (Staline, 1978, p. 15 [Ire édition 1913]). Par exemple, l'État du Kazakhstan reconnaît la nationalité de ses citoyens (leur appartenance ethnique), notion distincte de celle de citoyenneté. Officiellement, les habitants du Kazakhstan sont appelés en français des Kazakhs. En réalité, il existe deux termes distincts au Kazakhstan : celui de Kazakh(e) et celui de Kazakhstanais(e), auxquels correspondent deux réalités différentes. Le terme "Kazakh(e)" désigne exclusivement les membres de l'ethnie kazakhe, tandis que le terme de "Kazakhstanais" concerne tous les citoyens du Kazakhstan, quelle que soit leur appartenance ethnique (Sériot, 2006).

(12) A. V. Shabanov, secrétaire général de la Fédération ouzbèke d'alpinisme et d'escalade, Tachkent (entretien, 5 sept. 2006).

(13) Master du sport : degré de qualification sportive le plus élevé dans le système unique de classification sportive soviétique (Adam, 1979).

(14) F. Yunusov, directeur d'Olympic Tour, Tachkent (entretien, 22 juin 2006).

(15) L'emploi de ce terme ne correspond pas à celui de la "véritable intelligentsia" (Scherrer, 1988, p. 67), celle qui "a le sentiment d'être la gardienne d'une longue tradition d'un magistère moral" (Markiewicz-Lagneau, 1976, p. 44).

(16) L. Kazlovski, guide de montagne chez Asia Travel, Tachkent (entretien, 5 sept. 2006).

(17) Responsable du centre des carrières et

président du club de tourisme de montagne et d'alpinisme à l'académie BEFEA, Bishkek (entretien, 25 sept. 2006).

(18) Sayoh, Tourism in Tadjikistan,
Powerpoint, Dushambe, Ministery of
Economy and Trade and State Unitary tourism enterprise — Sayoh, diapositive 12,2006.

(19) A. H. Khushedshoh, guide pour

Mountain Travel, Dushambe (entretien, 16 août 2006).

(20) R. Shaikenova, directrice exécutive de l'Association touristique du Kazakhstan et du projet de centre d'information sur l'écotourisme, Almaty (entretien, 4 sept. 2005).

(21) La "périphérie nationale", terme de J. O. Igué (1995), désigne un espace transfrontalier à fort courant d'échanges. Qualifie ici un espace sous influence socio-économique extérieure.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Yvon ADAM, Le Sport dans la vie des Soviétiques, Éditions du Progrès, 1979.

Wladimir Andreff, Économie de la transition. La transformation des économies planifiées en économies de marché, Bréal, 2007.

Laurence BARDIN, L'Analyse de contenu, Puf, 1993.

Stéphane BEAUD et **Florence WEBER**, Guide de l'enquête de terrain, La Découverte, 2003.

Marie-Rose Belgodère, "Transformations sociales et transition en Russie: 'Intelligentsias' et emploi, 1988-1994", *Cahiers du monde russe*, vol. 37, n° 3, 1996.

Marie-Rose Belgodère, "Recherche d'emploi dans la Russie en transition. Petites annonces classées et non classées. Moscou, 1994-1995", *Cahiers du monde rus*se, vol. 39, n° 3, 1998.

Renaud de BELLEFON, Histoire des guides de montagne. Alpes, Pyrénées, Caim-Milan, 2003.

Liliane Bensahel et Ivan Samson, "Perspectives et problèmes du développement touristique dans les économies en transition", Les Cahiers de l'espace Europe, vol. 15, 2000.

Daniel Bertaux, L'Enquête et ses méthodes. Le récit de vie, Armand Colin, 2006.

Malek Bouhaouala, Management de la petite entreprise des loisirs sportifs, De Boeck, 2008.

PHILIPPE BOURDEAU, Guides de haute montagne. Territoires et identité, Édition de la Revue de géographie alpine, 1991.

Philippe BOURDEAU, Jean CORNELOUP et Pascal MAO, "Cultures,

espaces et métiers sportifs de la montagne : changements et enjeux d'avenir'', dans Philippe Bourdeau (dir.), *La Montagne, terrain de jeu et d'enjeux*, Éditions du Fournel, 2006

Éric Boutroy, "La professionnalisation des guides népalais. Quelques réflexions autour de la réappropriation du tourisme de montagne", Autrepart, n° 40, 2006, pp. 173-179.

Daniel Chaubet, Histoire de la Compagnie des guides de Chamonix, La Fontaine de Siloé, 1994.

Jean Corneloup et Philippe Bourdeau, "Culture professionnelle et métiers du tourisme sportif de montagne", Téoros, vol. 20, n°3, 2002.

Michel Crozier et Erhard Friedberg, L'Acteur et le système, Seuil,

Claude DUBAR, Pierre TRIPIER et Valérie BROUSSARD, Sociologie des professions, Armand Colin, 2011.

Barney G. Glaser et Anselm L. Strauss, The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research, Aldine, 1967.

Julie HALLÉ, L'état de l'organisation du tourisme sportif dans les pays d'Asie centrale (Kazakhstan, Kirghizstan, Ouzbékistan, Tadjikistan).

Acteurs et structures dans un modèle en transition, thèse en sciences et techniques des activités physiques et sportives, Université Joseph Fourier, Grenoble I, 2008 (non publiée).

Olivier Hoibian, Les Alpinistes en France, 1870-1950. Une histoire culturelle, L'Harmattan, 2001.

John O. IGUÉ, Le Territoire et l'État en Afrique. Les dimensions spatiales du développement, Karthala, 1995.

Jean-Claude KAUFMANN, L'Entretien compréhensif, Nathan, 1996.

Paul Keller, La Montagne oubliée, Guérin, 2005.

Jean-Christophe LOUBIER, Rapport sur les conditions d'exercice de la profession de guide de haute montagne en 2006, Université de Genève, Observatoire universitaire du sport et des loisirs, 2006.

Ella Maillard, Parmi la jeunesse russe, Payot, 1995 (^{lre} édition 1932).

Janina MARKIEWICZ-LAGNEAU, "La fin de l'intelligentsia? Formation et transformation de l'intelligentsia soviétique", Revue d'études comparatives Est-Ouest, vol. 7, n° 4, décembre 1976.

Christian Pociello (dir.), Sports et Société. Approche socio-culturelle des pratiques, Vigot, 1981.

Gaël RABALLAND, "Permanences conceptuelles et fonctionnelles du système économique soviétique en Asie centrale", *Cahiers d'Asie centrale*, n° 13-14, 2004, pp. 163-174.

Olivier Roy, La Nouvelle Asie Centrale ou la fabrication des nations, Seuil, 1997.

Dessislav Sabev, "L'appropriation du passé dans l'imaginaire postcommuniste : la symbolique du corps dans les mythes de la réussite en Bulgarie, 1990-1996", dans Laurier TURGEON (dir.), Les Entre-lieux de la culture, Presses de l'Université Laval, 1988.

Isabelle Sacareau, Porteurs de l'Himalaya. Le trekking au Népal, Belin, 1997.

Jutta Scherrer, "Journal d'un été à Moscou", *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 75, novembre 1988, pp. 62-74.

Viviane SEIGNEUR, Socio-anthropologie de la haute montagne, L'Harmattan, 2006.

Patrick Sériot, "La pensée ethniciste en URSS et en Russie postsoviétique", *Strates*, n° 12, 2006.

Joseph Staline (Djougachvili), Le Marxisme et la question nationale, Éditions du Centenaire, 1978 (1^{re} publication 1913).

Julien THOREZ, "Flux et dynamiques spatiales en Asie centrale. Géographie de la transformation post-soviétique", *ESO*, n° 24, 2006.

Laurier TURGEON, Les Entre-lieux de la culture, Presses de l'Université Laval, 1988.

Pascal UGHETTO, "Compte rendu de Renaud de Bellefon", Histoire des guides de montagne..., 2003", Le Mouvement social, n° 216, juillet-septembre 2006. En ligne : [http://mouvement-social.univ-paris1.fr/document.php?id=401].)

Uzbektourism, National normative-legal documents of Uzbekistan on tourism development, Tachkent: Uzbektourism, 2005.

Žana ZAJONCKOVSKAJA, "Les migrations dans la Russie postsoviétique : reflet du passé et miroir des changements en cours", Revue d'études comparatives Est-Ouest, vol. 26, n° 4, décembre 1995.

SITES INTERNET

APRIAM: http://www.apriam.org

FFME: http://www.ffme.fr

ENSA: http://www.ensa.jeunesse-sports.fr

UIAGM: http://www.ivbv.info/fr **SNGM**: http://www.sngm.com