# Développement d'un tourisme domestique en montagne à proximité des grandes villes du Népal : versant sud de l'Annapurna et Helambu

Article évalué par les pairs

**Pierre Dérioz, Pranil Upadhayaya, Philippe Bachimon et Maud Loireau**

## Introduction

1 La partie népalaise de l'Himalaya, qui forme une large bande continue d'un peu moins de 800 km de long au nord du pays et compte à elle seule huit des quatorze sommets dont l'altitude dépasse les 8000 m, a joué un rôle majeur dans le développement et la codification de la pratique touristique du trekking (Stevens, 1983 ; Sacareau, 1997 ; Plagnol, Raspaud, 2004), et demeure l'une de ses destinations emblématiques. Le modèle touristique qui s'est mis en place au Népal à partir de la fin des années 1970 a fait l'objet de nombreuses études, tant par rapport aux imaginaires qui le sous-tendaient que par rapport aux pratiques des trekkeurs, à l'organisation de l'offre ou à ses effets, positifs et négatifs, sur les territoires concernés (Adams, 1992 ; Sacareau, 1999 ; Nepal, 2000 ; Stevens, 2003 ; Nyaupane *et al.*, 2014). Il correspond initialement à une forme de tourisme d'aventure, pratiquée par des clientèles touristiques majoritairement occidentales[1], concentrée sur trois secteurs principalement – grands itinéraires autour des Annapurnas, Langtang et lacs de Gosainkund, Khumbu et treks vers l'Everest. Si le Népal apparaît invariablement dans l'offre des tours opérateurs occidentaux comme une sorte de paradis des trekkeurs aux paysages montagnards immuables, force est d'ailleurs de constater que son aura a toujours dépassé de beaucoup la réalité des flux : en dépit de la puissance évocatrice de cette image, de

l'importance du potentiel de l'Himalaya népalais (Zurick, 1992) et de la croissance continue du secteur touristique depuis l'ouverture du pays[2], la fréquentation des chemins de trekking y reste assez modeste – on peut estimer la part des trekkeurs autour du quart des 940 000 touristes étrangers accueillis en 2017[3].

2 Sans qu'il faille parler de remise en cause, ce modèle originel du tourisme de trekking apparaît en évolution depuis la reprise consécutive au retour de la paix civile, et coexiste le cas échéant en montagne avec d'autres pratiques touristiques, avec lesquelles il est susceptible de se combiner (Dérioz *et al.*, 2017) : raccourcis par l'aménagement de routes qui permettent de démarrer la marche de plus haut, les treks ont vu leurs durées diminuer, à l'image du mythique tour des Annapurnas, passé d'environ 23 jours dans les années 1990 à une grosse semaine (9 jours) aujourd'hui. Le succès d'itinéraires plus courts traduit aussi l'évolution de la demande de clientèles disposant de peu de temps et pour lesquelles le trek n'est plus qu'une composante parmi d'autres – importante, certes – de leur voyage au Népal. Dans le même temps, sur les itinéraires les plus fréquentés, les standards de qualité d'hébergements de plus en plus nombreux sont allés s'améliorant. D'autres activités de pleine nature (kayak, parapente, canyoning, trail, observation de la faune…) se sont développées, parfois en combinaison avec le trekking (« yoga treks »), pour des clientèles de plus en plus diverses : outre les clientèles occidentales traditionnelles, certains itinéraires de montagne accueillent aussi aujourd'hui de nombreux visiteurs chinois[4] ou du sud-est asiatique, ainsi que des touristes népalais en nombre croissant.

3 C'est à cette montée en puissance récente d'un tourisme domestique concernant les vallées comme la montagne himalayenne qu'est consacrée la recherche dont les premiers résultats sont présentés dans cet article. Partie d'observations de terrain, elle fait d'emblée deux hypothèses, d'une part celle que ces touristes népalais sont très majoritairement des urbains venus des grandes agglomérations (notamment Kathmandu et Pokhara), et d'autre part celle que les espaces montagnards proches de ces grandes agglomérations s'avèrent d'autant plus favorables au déploiement de ce tourisme domestique que l'entreprise de désenclavement des vallées tend à les rapprocher progressivement – en distance-temps – de la ville centre. Pour les deux terrains d'étude retenus, le versant sud du Massif des Annapurnas au nord de Pokhara (vallées des rivières Modi, Mardi et Seti) et l'Helambu, au nord-est de Kathmandu, qui entretiennent l'un et l'autre de multiples relations de dépendance et de complémentarité avec les aires urbanisées à proximité desquels ils se trouvent, les pratiques touristiques sont envisagées dans une perspective large, englobant des activités récréatives dont certaines n'impliquent pas nécessairement une nuitée hors de chez soi et relèvent davantage de l'excursionnisme.

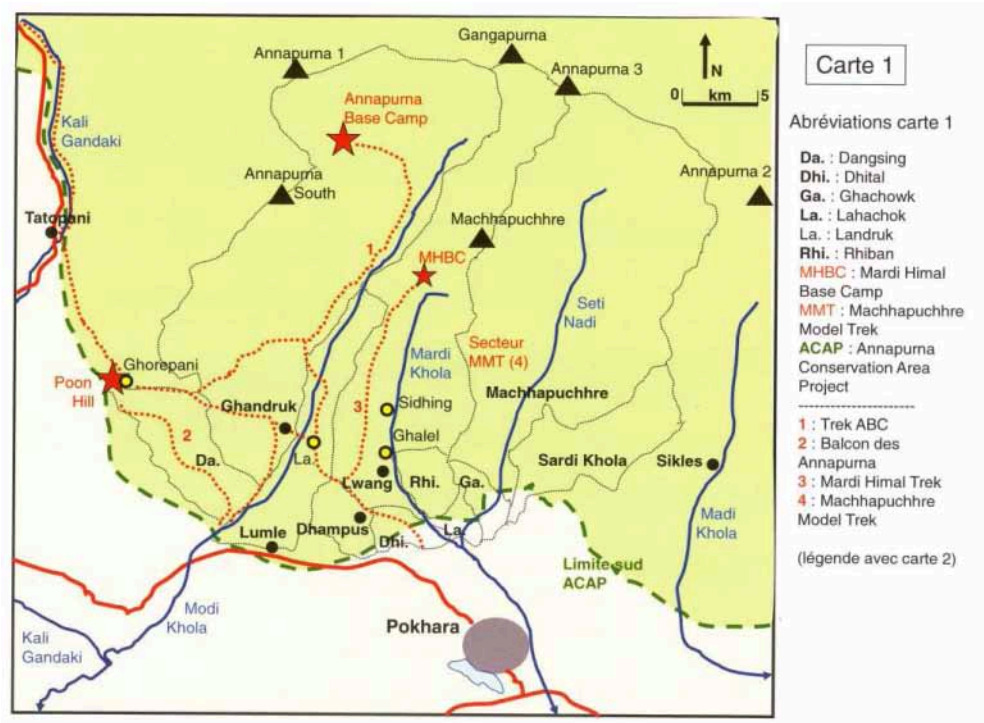
4 Après avoir rapidement caractérisé les mutations en cours du système touristique pour les deux « terrains » cités plus haut, l'article y analyse la récente poussée du tourisme domestique, au plan des pratiques d'abord, avant de tenter d'extraire des nombreux entretiens réalisés (autour de 150) quelques enseignements préliminaires sur les représentations culturelles de la montagne et des pratiques récréatives en montagne (Debarbieux, 2001) qui sous-tendent cette évolution. Au plan méthodologique, la recherche a privilégié une démarche itérative couplant observation de terrain et entretiens, de type semi-directif ou libre, avec des gestionnaires, des opérateurs touristiques, des responsables locaux, des villageois ou des touristes. Dans ces échanges, tantôt planifiés (avec des personnes-ressources), tantôt opportunistes

(rencontres de terrain), les questions sur les pratiques ont été précises, là où l'approche des représentations est volontairement restée très indirecte (aucune question directe sur le paysage, par exemple). Le travail a été nettement plus poussé sur le versant sud des Annapurnas (deux missions collectives et deux stages de master entre 2014 et 2016, dans le cadre de l'ANR AQAPA[5]) que dans l'Helambu (une seule mission, en 2018, à des fins de comparaison), mais il a également bénéficié sur les deux terrains des apports de la recherche doctorale et de missions opérationnelles conduites par P.K. Upadhayaya (Upadhayaya, 2013 ; Dawadi, Upadhayaya, 2013).

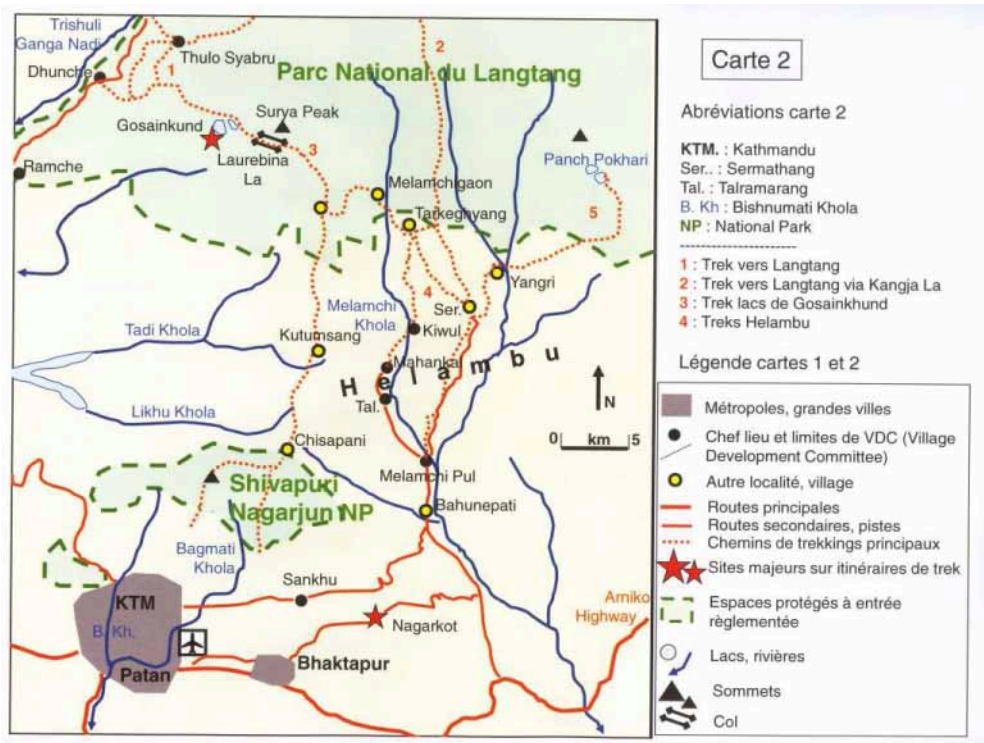
## I. Diversification et diffusion contemporaines des pratiques touristiques dans des montagnes en voie de désenclavement

5 Les deux espaces ruraux montagnards étudiés ont en commun leur relative proximité avec les deux plus grands centres urbains du pays, ainsi que le fait d'articuler des secteurs de forte fréquentation au développement touristique ancien et d'autres où cette activité est plus discrète, voire quasi absente. Le versant sud des Annapurnas (document 1), immédiatement au nord de Pokhara (414 000 habitants pour l'aire urbaine), offre en la matière une sorte de gradient inverse de l'ouest vers l'est, de la vallée de la Modi Khola et de ses affluents de rive droite, où se déploient certains des itinéraires de trekking les plus fréquentés du pays (Annapurna Base Camp trek, trek du Balcon des Annapurnas (Poon Hill)), vers les vallées de la Mardi Khola et de la Seti Nadi, au développement touristique plus récent (Mardi Himal Trek) et plus limité. Structuré en large part autour du cours amont de la Melamchi Khola et de ses affluents, l'Helambu (document 2) débute à une vingtaine de km (à vol d'oiseau) au nord-est de l'agglomération de Kathmandu (3,4 millions d'habitants pour l'aire urbaine), mais offre de même un équipement et une fréquentation touristique plus réduits que les lacs de Gosainkund et le Langtang (troisième région du pays en nombre de trekkeurs)[6], dont il est limitrophe au nord-ouest et au nord. Seule sa partie nord s'inscrit au sein du périmètre du Parc National du Langtang, alors que l'ensemble du secteur étudié en versant sud de l'Annapurna se trouve inclus dans l'ACAP (Annapurna Conservation Area Project). Autre différence importante, l'Helambu – comme le Langtang plus au nord – a été beaucoup plus durement affecté par les effets du séisme d'avril 2015 que le versant sud des Annapurnas, où les dégâts ont été limités.

6 Document 1 : Carte de l'aire d'étude en versant sud du massif des Annapurnas




Document 2 : Carte de l'aire d'étude au nord-est de Kathmandu (Helambu, sud du Langtang, bassin de la Melamchi Khola)




7 Trois constats principaux, communs aux deux terrains, se dégagent de cette étude centrée sur les évolutions en cours du système touristique. Le premier concerne plutôt le contexte local dans lequel ce système s'articule : ces deux espaces offrent en effet l'un et l'autre la physionomie paradoxale de territoires simultanément marqués par les signes d'une déprise rurale d'intensité variable, et par ceux d'une phase active

d'équipement en infrastructures de transports et de communication, qui apparaissent comme les deux faces d'un même processus d'intensification de la relation à un monde urbain de plus en plus proche, physiquement et fonctionnellement. Rançon du départ massif des jeunes adultes vers les emplois des grandes villes (Kathmandu, et Pokhara côté Annapurna) ou de l'étranger (Aubriot, Bruslé, 2012 ; Gurung, 2012), les villages de montagne connaissent un net vieillissement de leur population, doublé d'une féminisation là où l'émigration de travail est majoritairement masculine (versant sud des Annapurnas notamment, cf. Kaspar, 2005 ; Gartaula, 2007 ; Stuhaug, 2013 ; Dérioz *et al.*, 2016). Le manque de bras conduit à l'extensification de l'agriculture ou à son abandon sur les terroirs les plus éloignés ou les plus pentus, et au retour de la broussaille puis de la forêt (cf. Khanal, Wanatabee, 2006 en versant sud des Annapurnas (Sikles) ; O'Neil, 2016, p. 21 pour l'Helambu). Ce processus est en partie lié aussi à la protection de la faune sauvage et aux restrictions d'usage induites par la mise en place des aires protégées (ACAP et Parc National du Langtang, cf. Pokharel, 2005, p. 112). Mais dans le même temps, tant que les liens ne sont pas rompus, les ménages fonctionnent sur une base socio-économique dilatée et multiscalaire (Aase *et al.*, 2019), incorporant les transferts financiers plus ou moins réguliers envoyés par les migrants au village. Ces transferts y facilitent le quotidien et permettent d'investir dans l'amélioration de l'habitat, l'agriculture ou le tourisme (Létang *et al.*, 2017)[7].

8 Alors que certaines maisons familiales se ferment, devenant parfois ce qu'il faut bien appeler des résidences secondaires, l'équipement des villages progresse (électrification, adduction d'eau, couverture par la téléphonie mobile...), tout particulièrement dans les secteurs touristiques pour faire face aux besoins des clientèles, comme le notait déjà dans les années 1990 I. Sacareau (1999, p. 33) en vallée de la Modi Khola. Comme dans le reste du pays, mais à une vitesse peut-être accrue du fait de la proximité d'un grand pôle urbain, ces espaces font aussi l'objet de politiques actives de désenclavement, dont la signature la plus évidente dans les paysages comme dans l'organisation spatiale est le rapide déploiement d'un réseau routier, auquel l'ampleur des dénivelés comme l'instabilité et la vigueur des pentes imposent de fortes contraintes (Fort, Cossart, 2011). La qualité souvent médiocre de son linéaire, régulièrement mise à mal par le ruissèlement et les glissements de terrain en période de mousson, tend pourtant peu à peu à s'améliorer, et de nouvelles pistes viennent, année après année, raccorder les villages encore isolés. La mise en place sur ces routes de lignes de bus régulières (document 3) ou de services assurés par des véhicules tout terrain, ainsi que la facilitation généralisée des accès vers les villages de versant pour les motos, ont facilité les échanges de toute nature avec les métropoles voisines (Dawadi, Upadhayaya, 2013), jusque pour les villages d'altitude. Côté Helambu, par exemple, la route a relié Kathmandu à Melamchi (900 m d'altitude) dès 1997, avant de se hisser à Sermanthang (2600 m d'altitude) en 2008. En versant sud des Annapurnas, la piste venant de Pokhara a atteint le fond de la vallée de la Seti Nadi en 2007, et en 2013 le village de Sidhing (1700 m d'altitude), tout en amont de la vallée de la Mardi Khola.

Document 3 : arrivée du bus de Pokhara à Ghachowk (1260 m), en vallée de la Seti Nadi

P. Dérioz-22/4/2016

9 Ces nouvelles routes plus ou moins carrossables entretiennent avec les activités touristiques un rapport ambivalent (Jacquemet, Sacareau, 2016) : là où elles effacent les anciens chemins de trek sous leur tracé poussiéreux, elles s'avèrent plutôt répulsives pour les trekkeurs (Bardecki, 2009). Mais en améliorant les temps d'accès vers l'amont des vallées et au-delà vers la haute montagne, elles facilitent l'approvisionnement des structures touristiques en altitude et rendent possibles des séjours plus courts et à moindre coût, là où, dans les années 1970-1980, c'est de Kathmandu même que partaient certains des treks vers l'Helambu et le Langtang, et Pokhara constituait pour le plus grand nombre des trekkeurs le point de départ et le point d'arrivée du tour des Annapurnas.

10 Si le rôle de centre organisateur du tourisme dans les espaces montagnards proches s'est constamment renforcé depuis lors pour ces deux villes (Sacareau, 2000), cette connexion pédestre immédiate a aujourd'hui en grande partie disparu, alors même que les pratiques touristiques en montagne se sont fortement diversifiées, à la faveur de cette proximité croissante. Ce deuxième constat découle à la fois des observations de terrain, des entretiens avec les touristes ou avec les prestataires, et de l'analyse de l'offre de ces derniers (sites Internet). Le trekking conserve certes une place centrale, toujours prépondérante pour les clientèles étrangères, mais sa pratique s'est considérablement transformée, et la gamme des activités pratiquées par les visiteurs dans ces espaces s'est beaucoup élargie, en lien avec les nouvelles tendances du tourisme international comme avec la diversification des clientèles dont il va être question en 2e partie. En schématisant, on pourrait dire qu'une large part des trekkeurs est aujourd'hui soucieuse d'accéder à des expériences de qualité sans pour autant y sacrifier trop de temps ni en rabattre trop sur ses besoin de confort : aux côté de grands

classiques comme le trek ABC (Annapurna Base Camp, autour de 8 jours), les treks de courte durée (autour d'une semaine, parfois moins), relativement variés (villages), de difficulté modérée mais donnant accès à des vues spectaculaires vers la très haute montagne se voient plébiscités, à l'image du trek du balcon des Annapurna (5-6 jours, avec en point d'orgue le lever du soleil sur les sommets himalayens depuis Poon Hill (3190 m)) (document 1 et 4). Avec une bonne trentaine de lodges et d'hôtels, Ghorepani, au pied de Poon Hill, apparaît comme une véritable station d'altitude (document 5). La fréquentation est aussi élevée pour le trek du Mardi Himal (autour d'une semaine, sur la ligne de crête entre Modi Khola et Mardi Khola qui remonte vers le Macchapucchre, fréquemment présenté comme « hors des sentiers battus », ce qui est aujourd'hui très relatif), ou encore pour l'Helambu trek (6-8 jours, que l'un des opérateurs[8] présente sur son site comme « *a perfect short trek nearby Kathmandu Valley* », combinant majesté des paysages « naturels » et découverte de la culture Yolmo).

**Document 4 : touristes nationaux et internationaux à Poon Hill (3193 m), admirant le lever du soleil sur l'Annapurna**

L'Annapurna Sud, le Hiunchuli, et, à l'arrière plan à droite, le Machhapuchhre. L'accès, payant, se fait avant jour et en file indienne au départ de Ghorepani. Depuis ce site très aménagé (plateforme pavée, tour d'observation en métal, buvette…), la vue se développe aussi vers le nord-ouest sur le massif du Dhaulagiri.

P. Dérioz-17/11/2014

**Document 5 : Ghorepani, 2858 m. d'altitude**

A l'inverse de Ghandruk, qui compte aussi une trentaine de *lodges* et d'hôtels, Ghorepani (littéralement « point d'eau pour les chevaux ») n'était pas à proprement parler un village, et son développement est directement lié au tourisme, tout particulièrement au succès du point de vue de Poon Hill. Tous les bâtiments sur le cliché sont des hébergements touristiques, les plus récents à l'arrière-plan, avec leurs trois étages et leurs dimensions plus imposantes. Celui du haut de la colline était encore en chantier en 2014.

P. Dérioz-16/11/2014

11 Quelle que soit leur nature, les hébergements touristiques deviennent dans ce contexte plus que de simples lieux d'étape jalonnant des itinéraires de trekking. Un tourisme de court séjour en hôtel, *resort* ou *homestay* a également fait son apparition, qui combine dans des proportions variables une dimension naturaliste (séjours de *birdwatchers* en haute-vallée de la Seti Nadi, par exemple), une dimension culturelle (attrait des cultures Gurung ou Tamang au nord de Pokhara, Yolmo Sherpa dans l'Helambu (Pokharel, 2005)), une dimension spirituelle (sites sacrés et fêtes religieuses, mais aussi lieux de retraites et de pratique du yoga) et une dimension hédoniste (attrait des produits locaux, des boissons et de la cuisine traditionnelle, sources chaudes). D'autres activités sportives de pleine nature tendent à se développer, telle que le parapente ou le canyoning (sites de canyoning équipés des vallées de la Mardi Khola et de la Seti Nadi), ou même la course à pieds (Marathon de l'Helambu, organisé pour la première fois en 2015 et réédité en octobre 2018). Toutefois, si les parapentistes d'Odane Hill ou les *birdwatchers* de l'amont de la Seti Nadi sont principalement occidentaux, les marathoniens de l'Helambu étaient eux presque exclusivement népalais.

## II. La part des touristes népalais dans la diversification contemporaine des clientèles : l'affirmation d'un tourisme domestique au Népal qui concerne aussi la montagne

12 Dans ce passage progressif d'une forme de mono-activité touristique centrée sur la venue des trekkeurs internationaux à l'émergence d'un espace récréatif plus diversifié, le troisième constat est en effet celui de la part croissante prise par les clientèles népalaises, dont la presse nationale (*My Republica*, *The Himalayan Times*, *The Rising Nepal*, *The Kathmandu Post*... cf. annexe 1) se fait de plus en plus régulièrement l'écho[9]. Le phénomène apparaît relativement récent : le Népal, pays pauvre qui pointait en 2018 à la 25e place des pays produisant le moins de richesses par habitant (883 dollars de PIB par habitant), avec encore un quart de sa population en dessous du seuil de pauvreté en 2011 (source Banque Mondiale), ne faisait jusqu'à présent pas partie des pays asiatiques dans lesquels l'émergence du tourisme domestique avait été mise en évidence et analysée par les études de ces vingt dernières années, qu'elles soient génériques (Ghimire, 2001 ; Aramberri, 2004 ; Cabasset-Sémédo *et al.*, 2010 ; Singh, 2011), ou centrées sur des cas nationaux (Indonésie (Cabasset, 2001), Thailande (Evrard, 2006), Inde (Sacareau, 2011), Chine (Wen, 1997 ; Wu *et al.*, 2000 ; Taunay, 2009 ; Harrison, 2016), Vietnam (Peyvel, 2009 ; Bui et Joliffe, 2011), Myanmar (Michalon, 2018), Malaisie (Chiu *et al.*, 2015)). Très abondante, la littérature scientifique sur le tourisme au Népal y traite encore quasi exclusivement de tourisme international (Thapa, 2004 ; Holden A., 2010 ; Paudyal, 2012 ; Sutihar, 2013 ; Nepal, 2015...), de l'évolution des provenances et des pratiques des touristes internationaux (autour de 1,12 million d'entrées en 2018), des impacts de ce tourisme sur la société ou l'environnement, et des politiques publiques visant à le développer en tant que secteur économique stratégique. En dehors des déplacements intérieurs liés au retour dans leurs familles et leurs villages de travailleurs temporairement ou définitivement partis en ville ou à l'étranger, et des voyages motivés par la participation à des fêtes religieuses dans des lieux sacrés (pèlerinages), la question des déplacements relatifs au tourisme domestique n'a pratiquement pas été abordée par la recherche sur le Népal, tant nationale qu'internationale (Baniya, Paudel, 2016, p. 17). Le thème était même absent, jusqu'à présent, de la statistique nationale en matière de tourisme.

13 Le rapport d'une ONG britannique pointait pourtant dès 2013 l'importance de ce tourisme domestique : « *Les voyages et le tourisme domestique représentent un marché très significatif, mais les connaissances sur ce phénomène sont très limitées. La part du tourisme domestique est estimée à 55-65 % de ce que le PIB doit au tourisme en 2012.* (...) *...il est mal compris et sous-estimé par le gouvernement, les agences internationales et une part du monde des affaires.* (...) *Il serait urgent de combler le manque de connaissances sur le tourisme domestique*. » (Jones, 2013, pp. 8, 16 & 34)[10]. De fait, quoique les données manquent pour documenter cette évolution, le tourisme des Népalais au Népal apparaît en croissance continue depuis la fin de la guerre civile (1996-2006), croissance que beaucoup des opérateurs interrogés commencent à repérer autour de 2010, et que la chute drastique des arrivées internationales consécutives au tremblement de terre de 2015 a rendue particulièrement visible dès 2016. L'Etat népalais a alors pris conscience de ce mouvement, et du potentiel qu'il représentait, en ciblant explicitement les touristes nationaux dans la campagne promotionnelle du *Nepal Tourism Board* de 2016, puis à

nouveau dans celle de 2018-19 (campagne « *Pahile Desh, Ani Bidesh* », en substance « visitez d'abord votre pays avant les pays étrangers ») (Neupane, 2019). A l'été 2019, le Nepal Tourism Board s'est résolu à mettre en place une procédure d'enquête pour tenter de dénombrer ces flux domestiques, que ses services évaluaient à 5 millions de personnes en 2018. Certains travaux, enfin, postulent indirectement l'existence de ce tourisme domestique, par exemple en distinguant dans leurs enquêtes les acteurs travaillant pour le tourisme international de ceux qui travaillent pour le tourisme domestique (Arai, Goto, 2017).

14 Cette montée en puissance tend à s'accompagner d'une diversification aussi bien des destinations intérieures que des pratiques des touristes népalais. Ces dernières englobent en particulier davantage de trekking et d'activités de pleine nature, longtemps considérées comme l'apanage des Occidentaux, au point que des produits spécifiques se mettent peu à peu en place à leur intention : les « *domestic tour packages* » organisés par certaines agences[11] proposent à des prix adaptés des excursions (par exemple dans le parc national de Shivapuri Nagarjun, vers les sources de la Bishnumati Khola qui traverse ensuite Kathmandu 10 km en aval), des treks courts (2-3 jours) dans les « collines » (vers 2000 m d'altitude) immédiatement au nord-est de Kathmandu (Chisapani-Nagarkot), ou même des treks rapides (4-5 jours : Khumbu, Lacs de Gosainkund...). Paysages naturels et dimension culturelle, voire religieuse, sont étroitement mêlés dans le discours promotionnel de ces agences.

15 Nos constats de terrain en versant sud du massif des Annapurna puis dans l'Helambu (Dérioz *et al.*, 2017 ; Létang *et al.*, 2017 ; Bachimon, 2017) attestent de cet engouement croissant des Népalais pour la montagne himalayenne, même si les proportions entre les clientèles nationales et internationales varient en fonction des lieux et des activités pratiquées. En matière de trekking, la clientèle internationale semble rester majoritaire sur les grands itinéraires classiques, même si les Népalais y sont désormais de plus en plus nombreux : ainsi le trek ABC, dont la fréquentation globale s'établissait en 2013 à 52 000 trekkeurs principalement étrangers, accueille-t-il ces dernières années plus de 3000 Népalais par an (source ACAP). Mais sur le Mardi Himal Trek voisin, dont « l'ouverture » officielle remonte seulement à 2012 – il connaît un réel succès depuis –, la proportion des trekkeurs nationaux s'élève au moins à la moitié, selon les estimations des opérateurs rencontrés sur place (propriétaires de lodges, guides...). Les entretiens (et les décomptes directs) ont plutôt indiqué une proportion comprise entre un quart et un tiers pour les trekkeurs népalais effectuant tout ou partie de l'Helambu Trek, ce qui paraît cohérent par rapport aux dernières données du Parc National du Langtang, juste au nord, indiquant pour la dernière année fiscale (2018-19)[12] une fréquentation record de 21 945 visiteurs, dont 75 % de touristes internationaux pour 25 % de Népalais.

16 En leur qualité de nationaux, ces derniers bénéficient d'un certain nombre d'avantages par rapport aux trekkeurs étrangers, à commencer par le fait qu'ils parlent la même langue que les opérateurs. Cela facilite évidemment la négociation avec eux, sur le prix des prestations comme sur les disponibilités en termes de place. En la matière, observations de terrain, entretiens avec des trekkeurs népalais et occidentaux, suivi de forums et de blogs sur Internet[13], et revue de presse (cf. annexe 1) offrent une image plutôt contrastée : d'un côté des trekkeurs népalais bénéficiant de tarifs plus bas en matière de restauration et d'hébergement, très généralement sans guides ni porteurs, dispensés en tant que nationaux de tout permis de pénétrer dans les espaces protégés

(ACAP, parc National du Langtang), mais parfois considérés comme des clients de deuxième ordre par les prestataires (hébergement , transport…), qui leur préfèreraient les clients étrangers plus fortunés. De l'autre, le constat établi par le WTTC dans son rapport 2017 (WTTC, 2018) de clients népalais qui dépensent en moyenne davantage que les clients étrangers (toutes formes de tourisme confondues, cf. *Investment Board Nepal*, 2017[14]), constat corroboré par le récit de trekkeurs européens en autonomie (hors groupe organisé) ayant parfois peiné à trouver un hébergement dans des villages-étapes très fréquentés (Gandhruk, Ghorepani…) là où les groupes népalais semblaient se loger sans difficulté. Le paradoxe n'est sans doute qu'apparent, et peut être lu de deux – voire trois – manières différentes. Même s'il reflète sans doute la phase d'émergence du tourisme domestique, progressivement reconnu par les opérateurs à l'aune du potentiel qu'il représente, il correspond aussi à la diversité économique interne des clientèles internationales (les jeunes trekkeurs autonomes à budget serré *vs* les groupes accompagnés par une agence) comme des clientèles nationales (les groupes d'étudiants ou de jeunes actifs *vs* les groupes familiaux, amicaux ou professionnels de la classe moyenne supérieure). Ces formes de discrimination intervenant uniquement, semble-t-il, là où la fréquentation flirte avec les limites des capacités d'hébergement, c'est-à-dire sur les itinéraires les plus prisés (dont le trek du Balcon des Annapurna est l'un des meilleurs exemples). Même si les visiteurs népalais appartiennent pour la plupart à une « classe moyenne » urbaine en voie de renforcement, le choix des hébergements traduit également ces différences de moyens. Parfois initiés à la montagne par le biais des voyages ou des séjours scolaires qui tendent à se multiplier, les étudiants ou les jeunes actifs privilégient là où cela est possible les *homestays*, voire les hébergements chez l'habitant, moins onéreux que les *lodges*, les *resorts* et les hôtels, qui ont les faveurs des familles ou des groupes amicaux plus aisés.

17 Si les Népalais privilégient sensiblement les mêmes saisons que les touristes internationaux pour leurs incursions en montagne (printemps et automne, un peu plus nombreux que les étrangers l'hiver), leur pratique se distingue par la légèreté du paquetage (sacs plus légers, équipement moins sophistiqué), l'auto-organisation, et la rapidité (marche rapide, étapes plus longues, durées de trek plus courtes (2-3 jours) (document 6). Proximité et facilité d'accès, que les nouvelles routes ont développées en versant sud des Annapurnas comme en Helambu, sont des facteurs clés de leur venue (Neupane, 2019), même si leur engouement pour des régions moins aisément accessibles (Rara Lake, Mustang), sur des périodes un peu plus longues, semble aussi attesté depuis deux ou trois ans, dans des proportions moindres. Outre le trekking, d'autres activités de pleine nature ont aussi leurs faveurs : en vallée de la Mardi Khola, les jeunes Népalais représentaient par exemple l'écrasante majorité de la fréquentation du seul site de canyoning qui était équipé pour la pratique du canyoning en 2014[15] (environ 1500 clients nationaux pour moins d'une cinquantaine d'étrangers cette même année, selon l'un des accompagnateurs canyoning). La liaison routière directe avec Pokhara avec ligne de bus régulière joue ici un rôle important, là où la nécessité d'obtenir un permis d'entrée à prix fixe pour toute entrée dans l'ACAP (quelque soit la durée que l'on y passe) inhibe la fréquentation internationale pour ce type d'activité à la journée. Le problème est exactement le même lorsqu'il s'agit de venir se baigner dans les sources chaudes de Kharpani, en amont de la Seti Nadi, si ce n'est que la moyenne d'âge de la clientèle népalaise qui fait l'aller-retour en bus ou en moto depuis Pokhara est nettement plus élevée (Dérioz *et al.*, 2017).

**Document 6 : Deux jeunes marcheurs népalais, à l'équipement succinct, montant sur un rythme soutenu de Ghandruk à Tadapani.**

Le bref échange avec eux a seulement permis de savoir qu'ils étaient venus de Pokhara en moto pour un trek de trois jours passant notamment par Poon Hill

P. Dérioz-18/11/2014

18 Cette proximité favorise aussi pour les citadins népalais, souvent en groupe là encore, avec une nette dominante masculine, les courts séjours de détente (vacances, repos hebdomadaire…) dans les villages offrant des capacités suffisantes : pour la soixantaine de motocyclistes rencontrés fin octobre 2018 à Chisapani (marge sud-ouest de l'Helambu), où ils venaient simplement passer l'après-midi et la soirée, l'hébergement se faisait à l'hôtel. Mais dans la vallée de la Mardi Khola (Lwang, Sidhing, Tokro…) ou de la Seti Nadi (Mirsa, Khabre), l'accueil se fait principalement en *homestay* (Létang *et al.*, 2017), et là encore les nationaux sont largement majoritaires : sur les 2262 clients reçus entre 2009 et 2014 dans les homestays de Lwang, les 4/5e étaient népalais (document 7). Des proportions similaires sont évoquées pour d'autres villages ayant également développé des programmes d'hébergement communautaire chez l'habitant, comme Sirubari[16], dans les collines au sud-ouest de Pokhara (district de Syangja) ou Ghalegaon (versant sud-est du Massif des Annapurnas). Le nombre global des visiteurs dans tous ces villages, variable selon les lieux du décompte, reste toutefois de l'ordre de quelques centaines de visiteurs par an, soit une fréquentation localement suffisante pour soutenir une activité économique à part entière, mais jamais au point qu'il faille parler de spécialisation touristique.

**Document 7 : les couchages à l'intérieur d'un *homestay* de Khabre (amont de la vallée de la Seti Nadi**

P. Dérioz-24/11/2014

## III. Représentations culturelles du paysage montagnard : ébauche d'un cadre de recherche pour les clientèles népalaises

19 Compte-tenu de la mixité sociale et nationale des clientèles, touristes népalais et touristes internationaux se croisent, dans des proportions variables, pour la plupart de ces activités, dans la plupart des lieux. Ils partagent les mêmes hébergements, empruntent les mêmes itinéraires. Mais le fait que nationaux et étrangers partagent plus ou moins un certain nombre de pratiques traduit-il pour autant une convergence des représentations sociales qui sous-tendent les activités des uns et des autres ? Le déploiement historique de l'imaginaire élaboré par les Occidentaux à propos de la montagne himalayenne et/ou de la pratique du trekking, a été documenté par de nombreuses études, qui analysent l'articulation entre des composantes représentationnelles différentes (Sacareau, 2010) : transposition à la démesure des paysages himalayens du « regard » paysager occidental et des cultures de la marche en montagne européennes ou américaines ; écho héroïque des grands chapitres de l'exploration de la chaîne, depuis les expéditions coloniales jusqu'à la conquête des « 8000 » en passant par les quêtes plus intimes d'une Alexandra David-Neel ou d'un Peter Mathiessen ; attirance pour des régions longtemps cachées ou interdites (le mythe du Shangri-La, mythe de l'authenticité absolue au prisme de sa lecture touristique) ; attirance diffuse pour les spiritualités orientales (notamment bouddhistes) et l'incarnation du sacré dans le paysage montagnard, qui s'accorde plutôt bien avec l'ascèse de l'exercice physique de la marche – « *le corps comme médiateur au sein d'une nature sanctuarisée et patrimonialisée* », dit I. Sacareau (2010). Environnement, difficulté et engagement physique permettent au trekkeur de reprendre un peu à son compte du sentiment élitiste des véritables aventuriers et des alpinistes (Beedie & Hudson, 2003), et de l'incorporer à la « mise en récit » de son expérience (Ladwein, 2005), que l'insertion dans les réseaux sociaux permet désormais de jalonner en direct (Jacquemet, 2017).

20 L'univers mental traditionnel des populations locales, tel qu'il a pu être analysé spécifiquement pour certaines ethnies comme les Tamangs (Smadja, 2003) ou les Yolmo Sherpas (Torri, 2019), est évidemment tout autre, et cela participe d'ailleurs confusément de l'imaginaire de la destination. Mais qu'en est-il des motivations et des représentations de la montagne des touristes népalais venus de Kathmandu ou Pokhara ? A quelles sources s'alimentent-elles, et qu'ont-elles en commun avec celles des touristes étrangers[17] ?

21 Quelques éléments de réponse préliminaires se dégagent des observations et des entretiens de terrain comme du travail documentaire, que nous partageons ici avec toute la prudence qu'imposent les modalités d'une recherche encore exploratoire, mais suffisante pour montrer combien l'étendue de la gamme des représentations d'un individu à l'autre au sein d'une même catégorie de clientèle doit conduire à éviter tout schématisme : assez perceptible dans le discours de ce trekkeur allemand de 50 ans habitué du Népal et venu « tester » le Mardi Himal Trek en autonomie (avril 2016), l'imaginaire complexe qui vient d'être évoqué apparaissait bien moins clairement, comme dilué dans une forme de consommation touristique moins spécifique et moins réflexive, pour ce groupe de jeunes adultes français en trek avec l'UCPA, croisé à Landruk (novembre 2014). De tels écarts existent évidemment aussi entre les clientèles

népalaises, par exemple entre les jeunes pratiquants du canyoning et les familles citadines venues se reposer en *homestay*. L'étude pionnière de Baniya et Paudel (2016) sur les motivations des touristes domestiques népalais met en évidence la prééminence des facteurs de motivation interne (« push factors »), en tête desquels le besoin de rompre avec le quotidien, de se relaxer et de faire des découvertes touristiques variées, sur les facteurs d'attractivité (« pull factors »), dans lesquels viennent en tête facilité d'accès et coûts, et où les motivations culturelles et historiques l'emportent sur le désir d'aventure et de nature. Dans la mesure où leur recherche embrasse l'ensemble des modalités du tourisme domestique, on peut donc considérer que ceux qui ont choisi la montagne, et éventuellement le trekking comme mode de découverte, correspondent bien à un segment spécifique, non majoritaire au sein de la clientèle domestique, dont les destinations de prédilections restent la vallée de Kathmandu, Lumbini, Chitwan (et plus récemment Pokhara). Mais on peut retenir ici le rôle essentiel joué par les effets de proximité (longuement décrits pour les deux terrains étudiés dans cet article), et l'intérêt pour la dimension culturelle.

22 Les représentants – eux-mêmes divers – de ce segment partagent d'abord avec les clientèles étrangères l'attirance pour les vues sur les paysages de la très haute montagne, qui jouent généralement un rôle important dans le choix de leurs objectifs et dans leur pratique (recherche de points de vue, photographie). Toutefois, si tous peuvent s'entendre sur la majesté des panoramas et leur valeur esthétique – quand bien même les critères et les références qui sous-tendent cette valeur ne sont pas nécessairement les mêmes[18] –, deux composantes propres se retrouvent dans les propos et les attitudes des touristes népalais. Dans un pays où le divin et le sacré informent le paysage (Leconte-Tilouine, 2003), la dimension religieuse est à peu près toujours présente dans la lecture du paysage. Elle peut s'avérer prépondérante dans le choix de la destination (le trek étant alors vécu aussi comme un pèlerinage, par exemple aux lacs de Gosainkund pour les hindouistes, ou à la grotte de Milarepa (Tarkeghyang) pour les bouddhistes… A moins que ça ne soit le pèlerinage qui prenne la forme d'un trek). Même si l'aspect religieux ou spirituel n'est pas la motivation première du trek, le fait d'avoir en point de mire l'élégante silhouette du Macchapucchre, emblématique demeure de Shiva interdite aux grimpeurs, n'est jamais indifférent pour ceux qui suivent la crête vers le camp de base du Mardi Himal. Nombreux sont aussi ceux qui expriment un sentiment de fierté nationale devant ces paysages qui attirent des visiteurs du monde entier, parmi les opérateurs comme parmi les trekkeurs népalais. Ainsi, chez ces jeunes actifs de Kathmandu qui déploient leur drapeau national et tendent leur perche à selfie pour se prendre en groupe sur fond de Ganesh Himal depuis le col de Laurebina (document 8), le lien religieux avec le lac sacré creusé par Shiva en personne, l'attachement à la nation et la posture du touriste urbain d'un monde globalisé s'articulent sans se contredire, dans l'une de ces innombrables formes de « *négociation* » mentale (Nepal, 2015), ou « *d'arrangement* » cognitif (Létang *et al.*, 2017) à travers lesquelles s'opèrent les évolutions de la société népalaise contemporaine.

**Document 8 : un jeune trekkeur népalais brandissant son drapeau national**

Un jeune trekkeur népalais brandissant son drapeau national au Lauribina La (4610 m), au dessus des lacs sacrés de Gosainkund, avec derrière lui le Surya kund (le lac de Surya, Dieu du soleil dans l'hindouisme).

P. Bachimon-23/10/2018

23 Le deuxième constat important, qui renvoie davantage aux clientèles plus familiales des *homestays*, est celui d'une forme d'attirance pour les racines rurales du pays, qui s'articule avec le désir de « *débrancher et se mettre au vert* » (pour reprendre les termes d'un directeur d'agence de trekking de Pokhara) identifié par Baniya et Paudel (2016), et qui se manifeste sous différentes formes. L'intérêt pour la culture de certaines ethnies montagnardes en fait partie, ce dont témoigne la forte fréquentation domestique des villages qui la mettent en scène. Le responsable ACAP du village gurung de Ghandruk estimait ainsi en octobre 2014 la fréquentation annuelle à 80 000 visiteurs népalais, dont une bonne proportion d'étudiants et de scolaires, et guère plus de 10 000 marcheurs sur ce total même si la vue sur les montagnes faisait partie des attentes. D'autres viennent à l'occasion d'une fête[19], ou juste pour un week-end, souvent en groupes importants à base familiale, au sein desquels tout le monde ne poussera pas vers les lignes de crête. Mais l'objectif premier est alors de se ressourcer dans un environnement plus naturel, de renouer avec une nourriture traditionnelle de qualité, et de monter vers des belvédères pas trop éloignés (car le temps est souvent compté) pour contempler les montagnes de plus près, les photographier, et se photographier avec elles. Les gestionnaires de homestays communautaires insistent tous sur l'importance de la cuisine pour leurs clients – parfois aussi sur leur consommation de Rakshi (alcool de riz) –, sur leur désir de repos, de « bon air » et de pratiques « saines » (un peu de marche, baignade dans les sources chaudes qui font le succès des *homestays* de Mirsa), et même sur leur intérêt pour le village et les travaux des champs, qu'ils prennent aussi souvent en photo (document 9).

**Document 9 : Couple de touristes népalais, séjournant en *homestay*, se prenant en photo au milieu des « tea-garden » communautaires de Lwang (vallée de la Mardi Khola)**

Couple de touristes népalais, séjournant en *homestay*, se prenant en photo au milieu des « tea-garden » communautaires de Lwang (vallée de la Mardi Khola), dont les villageois recommandent systématiquement la visite. Le photographe s'est orienté de manière à avoir le Machhapuchhre en toile de fond.

P. Dérioz-21/11/2014

## Conclusion

24 Il y a incontestablement une part d'inattendu dans les résultats encore très partiels dont rend compte cet article. La « transaction touristique » (Gauché *et al.*, 2019) économique et culturelle sur laquelle portait le programme de recherche dont ils sont issus était à l'origine principalement envisagée, à propos de l'Himalaya népalais, entre les populations locales et des touristes majoritairement étrangers (voire occidentaux), avec attention particulière dédiée aux positions médiatrices des différents prestataires touristiques dans les processus potentiels « d'hybridation » (Sacareau, 2011) des représentations culturelles des uns et des autres. En l'absence de sources bibliographiques sur la question, le constat sur le terrain de la forte présence des touristes népalais en montagne n'était pas vraiment attendu. Il a donc fallu un peu de temps pour incorporer cette dimension à la recherche, et mesurer son importance. L'analyse du phénomène, pour laquelle cet article s'efforce de poser quelques jalons et auquel une thèse de doctorat va être consacrée, n'en est donc qu'à ses débuts.

25 Dans l'émergence rapide – une dizaine d'années – de ce tourisme domestique, qui procède à la fois d'héritages anciens (par emphase de la part « récréative » des pèlerinages, par exemple, cf. Bleie, 2003 ; Gladstone, 2005) et de mécanismes (observés ailleurs) liés à la montée en puissance d'une classe moyenne citadine, l'imbrication des

clientèles nationale et internationale sur les mêmes espaces est poussée, avec un ratio variable selon les lieux et les formes de tourisme. Qu'il s'agisse de tourisme culturel, de tourisme « vert », de trekking ou d'autres activités *outdoor*, le rapport économique entre Népalais et étrangers déjoue aussi parfois les pronostics. Quant aux imaginaires respectifs sous-jacents, chacun dans leur pleine diversité, ils ne puisent à l'évidence pas dans les mêmes stocks, mais cela ne les empêche pas d'être assez souvent convergents, par exemple sur la valeur accordée aux paysages de la très haute montagne. La récente irruption d'un Nimal Purja dans la légende de la conquête himalayenne, avec son ascension des 14 sommets de plus de huit mille mètres en six mois[20], exploit managérial autant que sportif fortement relayé sur les réseaux sociaux et dans la presse nationale, participe de cette réappropriation par les Népalais de leurs montagnes.

26 La crise sanitaire actuelle, en privant à nouveau le Népal, cinq ans après le séisme de 2015, de sa clientèle étrangère, porte assurément un coup très dur à son secteur touristique, mais vient aussi renforcer le constat de la nécessité pour l'économie nationale d'un tourisme domestique puissant. Nombre d'acteurs du monde du tourisme, dans l'administration (*Nepal Tourism Board*) ou dans le privé militent d'ailleurs activement pour que l'Etat joue sur divers leviers (défiscalisation des voyages touristiques à l'intérieur du pays, élargissement des périodes de congé, promotion ciblée...) pour en favoriser le développement. La crise semblant une fois encore accélérer la prise de conscience, le financement d'un congé pour voyage touristique pour les fonctionnaires a ainsi été incorporé fin mai dans le budget prévisionnel de la nouvelle année fiscale 2020-2021 (cf. annexe 1, dernière entrée).

**Annexe 1 – Références des articles de la presse népalaise en anglais évoquant le tourisme domestique (2015-2020, inventaire non exhaustif)**

| Date | Journal | Titre article | Auteur |
|---|---|---|---|
| 15/10/2015 | *The Kathmandu Post* | Peak season attracts tourists to Mustang<br>http://kathmandupost.ekantipur.com/news/2015-10-15/peak-season-attracts-tourists-to-mustang.html | Sharma S. |
| 28/10/2016 | *The Kathmandu Post* | Domestic adventure seekers throng Annapurna Circuit<br>http://kathmandupost.ekantipur.com/news/2016-10-28/domestic-adventure-seekers-throng-annapurna-circuit.html | Sharma L.P. |
| 29/12/2016 | *The Kathmandu Post* | Upbeat Pokhara tourism looks forward to 2017<br>https://glocalkhabar.com/business/b-national/upbeat-pokhara-tourism-looks-forward-2017/ | Prasain S. |
| 2017 | *Nepali Headlines* | Tap into reliable and stable domestic tourism<br>https://nepaliheadlines.com/tap-reliable-stable-domestic-tourism/ | Karki M. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 21/04/2017 | *The Himalayan Times* | Lomanthang attracting domestic tourists<br>https://thehimalayantimes.com/nepal/lomanthang-attracting-domestic-tourists/ | Rastriya Samachar Samiti |
| 8/10/2017 | *The Himalayan Times* | Destination Népal | Bashyal S. |
| 6/10/2017 | *The Kathmandu Post* | Tourism in Langtang on the upswing<br>http://kathmandupost.ekantipur.com/news/2017-10-06/tourism-in-langtang-on-the-upswing.html (article papier publié en août 2017) | Ghimire B. |
| 24/10/2018 | *My Republica* | Domestic tourism on the rise during festive holidays<br>https://myrepublica.nagariknetwork.com/news/domestic-tourism-on-the-rise-during-festive-holidays/ | Pokharel S. |
| 27/10/2018 | *My Republica* | 70 percent of guests at Sauraha hotels this season were Nepalese<br>https://myrepublica.nagariknetwork.com/news/70-percent-of-guests-at-sauraha-hotels-this-season-were-nepalese/ | Shrestha S. |
| 01/11/2018 | *My Republica* | Nepal sees domestic tourism boom ahead of Visit Nepal Year 2020<br>https://myrepublica.nagariknetwork.com/news/nepal-sees-domestic-tourism-boom-ahead-of-visit-nepal-year-2020-2/ | Magar A.A. |
| 11/11/2018 | *My Republica* | Pokhara: A city of caves<br>https://myrepublica.nagariknetwork.com/mycity/news/pokhara-a-city-of-caves | Basnet D. |
| 20/02/2019 | *My Republica* | Nepalis spent Rs 48b on foreign holidays<br>https://myrepublica.nagariknetwork.com/news/nepalis-spent-rs-48b-on-foreign-holidays/ | |
| 15/04/2019 | *My Republica* | Rupandehi sees internal tourism surge<br>https://myrepublica.nagariknetwork.com/news/rupandehi-sees-internal-tourism-surge/ | Pariyar B. |
| 18/08/2019 | *The Himalayan Times* | Developing domestic tourism<br>https://thehimalayantimes.com/business/perspectives/developing-domestic-tourism/ (25/02/2020 pour la version en ligne) | |
| 25/02/2020 | *The Rising Nepal* | The Dynamics Of Domestic Tourism<br>http://therisingnepal.org.np/news/26879 | Dahal K. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 25/02/2020 | *The Kathmandu Post* | Where will Nepali travellers explore? Here are the top 10 destinations<br>https://kathmandupost.com/money/2018/12/31/where-will-nepali-travellers-explore-here-are-the-top-10-destinations | |
| 04/05/2020 | *The Himalayan Times* | Provide discount on income tax to encourage domestic travel, urges NTB<br>https://thehimalayantimes.com/business/provide-discount-on-income-tax-to-encourage-domestic-travel-urges-ntb/ | Himalayan News Service |
| 29/05/2020 | *The Himalayan Times* | Travel leave to promote domestic tourism<br>https://thehimalayantimes.com/business/travel-leave-to-promote-domestic-tourism/ | Magar A.A. |

## BIBLIOGRAPHIE

Aase, T.H., Chapagain, P., Dangal, H. (2019), "Multi-sited Himalayan households and the misleading rural-uraban dichotomy, *Area*, 2019-51, pp. 174-181. online: https://doi.org/10.1111/area/12450

Adams, V. (1992), "Tourisme and Sherpa, Népal. Reconstruction of Reciprocity", *Annals of Tourisme Research*, vol. 19, pp. 534-554.

Aubriot, O., Bruslé, T. (2012), « Agriculture paysanne népalaise et phénomènes migratoires : de la complémentarité à la rupture des liens ? », Presses de Sciences Po | *Autrepart*, n° 62 (2012-3), pp. 141-158. en ligne : http://www.cairn.info/revue-autrepart-2012-3-page-141.htm

Aramberri, J. (2004), "Domestic tourism in Asia: some ruffle and flourish for a neglected relation", *Tourism and Recreation Research, vol.* 29, n° 2, pp. 1-11.

Arai, T., Goto, M. (2017), "A Survey on Present Tourism in Nepal and Its Ripple Effects on Other Industries", *Environment and Ecology Research*, 5(7), pp. 467-475. online : http://www.hrpub.org/download/20171030/EER1-14010010.pdf

Bachimon, P. (2017), « Etude de cas : le trekking des Français au Népal, une niche touristique liée à l'humanitaire », in T. Merle (coord.), *Les espaces du tourisme et des loisirs*, coll. Clefs Concours - Géographie, éd. Atlande, pp. 174-178.

Baniya, R., Paudel, K. (2016), "An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Domestic Tourists in Nepal", *Journal of Management and Development Studies*, vol. 27, pp. 16-30 online: http://nasc.org.np

Bardecki, M.K. (2009), "The Impact on Commercial Activity of Road Construction in the Annapurna Conservation Area, Nepal", *Himalayan Journal of Development and Democracy,* 4(1), pp. 16-22.

online:https://www.researchgate.net/publication261403002_The_impact_on_commercial_activity_of_road_construction_in_the_Annapurna_Conservation_Area_Nepal

Beedie, P., Hudson, S. (2003), "Emergence of mountain based adventure tourism", *Annals of Tourism Research, vol.* 30, n° 3, pp. 625–643.

Bleie, T. (2003), "Pilgrim Tourism in the Central Himalayas. The Case of Manakamana Temple in Gorkha, Nepal", *Mountain Research and Development*, Vol 23, n° 2, pp. 177-184. online : https://bioone.org/journals/Mountain-Research-and-Development/volume-23/issue-2/0276-4741 %282003 %29023 %5B0177 :PTITCH %5D2.0.CO ;2/Pilgrim-Tourism-in-the-Central-Himalayas/10.1659/0276-4741 %282003 %29023 %5B0177 :PTITCH %5D2.0.CO ;2.full

Bui, H.T., Jolliffe, L. (2011), "Vietnamese Domestic Tourism: An Investigation of Travel Motivations", *ASEAS - Austrian Journal of South-East Asian Studies*, vol. 4, n° 1, pp. 10-29. [online : https://www.tde-journal.org/index.php/aseas/article/view/2506]

Cabasset, C. (2001), *Indonésie, le tourisme au service de l'unité nationale ?* thèse de géographie, Paris 4.

Cabasset-Sémédo, C., Peyvel, E., Sacareau, I., Taunay, B. (2010), « De la visibilité à la lisibilité : le tourisme domestique en Asie. Quelques réflexions à partir des cas chinois, indiens, indonésiens et vietnamiens », in *Espace, Population, Sociétés*, n° 2-3, pp. 221-235.

Chiu, L.K., Ramli, K.I., Yusof, N.S., Ting, C.S. (2015), "Examining Young Malaysians Travel Behaviour and Expenditure Patterns in Domestic Tourism", *Asian Social Science*, vol. 11, n° 9, pp. 77-88. online: http://repo.uum.edu.my/16465/1/82.pdf

Dawadi, B.R., Upadhayaya, P.K. (2013), "Role of Tourism in Urban-Rural Integration: Reflexions from Trekking (Adventure) Tourism in Pokhara", in B.R. Upreti, P.K. Upadhayaya & T. Sapkota edts, *Tourism in Pokhara. Issues, Trends and Future Prospects for Peace and Prosperity*, chap. 11, Pokhara Tourism Coucil, NCCR North-South, Nepal Center for Contemporary Research, Kathmandu, pp. 251-287.

Debarbieux, B., 2001. « Les montagnes : représentations et constructions culturelles », in Y. Veyret (dir.) *Les montagnes : discours et enjeux géographiques*, Sedes. en ligne : http://archive-ouverte.unige.ch/unige:3976

Dérioz, P., Upadhayaya, P.K., Loireau, M., Bachimon, P., Le Noac'h, J., Létang, M. (2016), « Emigration masculine et développement touristique en versant sud du massif des Annapurna (Népal) : les femmes à la manœuvre », *Echogéo*, n° 37, « Femmes et migrations : celles qui restent », coord. G. Cortès. en ligne : http://echogeo.revues.org/14724

Dérioz, P., Létang, M., Bachimon, P., Upadhayaya, P.K., Loireau, M., Le Noac'h, J. (2017), « Diversification touristique, démarches innovantes et changement social en versant sud des Annapurna. Quelle place pour les femmes ? », *Les Carnets du Labex ITEM*, Actes du colloque international : *La montagne, territoire d'innovation*, Grenoble, 11-13 janvier 2017 en ligne : https://labexitem.hypotheses.org/486#more-486

Evrard, O. (2006), « L'exotique et le domestique : tourisme national dans les pays du Sud : réflexions depuis la Thaïlande », in A. Doquet et S. Le Menestrel S. (éd.), *Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales*, *Autrepart*, 40, pp. 151-167. en ligne : https://www.cairn.info/revue-autrepart-2006-4-page-151.htm

Fort, M., Cossart, E. (2011), « Aléas naturels et menaces sur les axes de communication en Himalaya du Népal : la vallée de la moyenne Kali Gandaki ». *BAGF – Géographies*, n° 2011-1, pp. 35-55.

Gartaula, H.-N. (2007), "Gendered Impact of Male Out-migration in Rural Households: A short review of literature", *The Thesis Abstract online*, Sociology of Consumers and Households, Department of Social Sciences, Wageningen University. en ligne: http://www.thesisabstracts.com/ThesisAbstract_323_Gendered-Impact-of-Male-Out-migration-in-Rural-Households-A-shortreview-of-literature.html

Gauché, E., Déry, S., Dérioz, P., Ducourtieux, O., Germaine, M-A., Landy, F., Loireau, M., Verdelli, L. (2019), « Culture du paysage, gouvernance territoriale et mise en tourisme dans des montagnes rurales de l'Asie méridionale (Népal, Inde, Chine, Laos, Vietnam) », *Développement Durable et Territoires*, vol. 10, n° 2, « Le paysage comme instrument de gouvernance territoriale : entre expérimentation, critique et capacités institutionnelles », coord. M.J. Fortin, A. Sgard, M. Franchomme. en ligne : https://journals.openedition.org/developpementdurable/14449

Ghimire, K. (dir.) (2001), *The Native tourism: Mass Tourism within Developping Countries*, Eartscan, London.

Gladstone, D.L., (2005), *From Pilgrimage to Package Tour-Travel and tourism in the Third World*, Routledge, New York.

Gurung, Y.-B. (2012), Migration From Rural Nepal: A Social Exclusion Framework. *Himalaya, the Journal of the Association for Nepal and Himalayan Studies*, vol. 31: n° 1, article 12. en ligne: http://digitalcommons.macalester.edu/himalaya/vol31/iss1/12

Harrison, D. (2016), "Looking East but learning from the West? Mass Tourism and Emerging Nations", *Asian Journal of Tourism* Research, vol. 1, n° 2, pp. 1-36. online: https://core.ac.uk/download/pdf/131241885.pdf

Holden, A. (2010), "Exploring Stakeholders' Perceptions of Sustainable Tourism Development in the Annapurna Conservation Area: Issues and Challenge", *Tourism and Hospitality Planning and Development*, vol. 7, n° 4, pp. 337-351.

Investment Board Nepal (2017), *Tourism: sector profile*, Government of Nepal, Office of the Investment Board / Ministry of Industry, Kathmandu.

Jacquemet, E., Sacareau, I. (2016). « L'avion, la route et le trekkeur : accessibilité et développement touristique dans l'Himalaya du Népal », Géotransports, Commission de Géographie des Transports, *Transports et Tourisme : rapports-mobilités-territoires*, pp. 23-42. en ligne : https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01551036/document

Jacquemet, E. (2017), « Pourquoi vient-on voir l'Everest ? Représentations collectives et pratiques touristiques dans la région du Khumbu », *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine*, n° 105-3 En ligne : http://journals.openedition.org/rga/3834

Jones, H. (2013), *Entry points for developing tourism in Nepal. What can be done to address constraints to inclusive growth?*, Overseas Development Institute, London.

Kaspar, H. (2005), *"I am the Household Head now!" Gender Aspects of Out-migration for Labour in Nepal*. Nepal Institute of Development Studies (NIDS) / Swiss National Centre for Competence in Research (NCCR) North-South. en ligne: http://www.academia.edu/1846026/I_am_the_Head_of_the_Household_now_Gender_Aspects_of_Out-Migration_for_Labour_in_Nepal

Khanal, N.-R., Watanabe, T. (2006), Abandonment of Agricultural Land and Its Consequences. A Case Study in the Sikles Area, Gandaki Basin, Nepal Himalaya. *Mountain Research and Development*, vol. 26, n° 1, pp. 32-40.

en ligne : http://www.bioone.org/doi/pdf/10.1659/0276-4741%282006%29026%5B0032%3AAOALAI%5D2.0.CO%3B2

Ladwein, R. (2005), « L'expérience de consommation, la mise en récit de soi et la construction identitaire : le cas du trekking », *Management & Avenir*, 2005/3 (n° 5), pp. 105-118. en ligne : http://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2005-3-page-105.html

Leconte-Tilouine, M. (2003), « Le paysage népalais, exégèse et appropriation du pays », in J. Smadja (dir.), *Histoire et devenir des paysages en Himalaya népalais. Représentations des milieux et gestion des ressources au Népal et au Ladakh*, pp. 166-196.

Létang, M., Dérioz, P., Le Noac'h, J. (2017), « Développement touristique, approches patrimoniales et arrangements sociaux en versant sud des Annapurna (Népal) », *BAGF – Géographies*, n° 2017-2, coord. par B. Thibaud & R. Bénos, *Paysanneries et patrimonialisation dans les Suds. Ressources, conflits, arrangements*, pp. 306-329.

Michalon, M. (2018), "Domestic Tourism and its spatiality in Myanmar: a dynamic and geographical vision", *Asian Journal of Tourism Research*, Centre for Asian Tourism Research, 2018-3 (1), pp. 116-158.

Nepal, S.K. (2000), "Tourism in Protected Areas: The Nepalese Himalaya", *Annals of Tourism Research*, vol. 27, n° 3, pp. 661-681.

Nepal, S.K. (2015), "Irish pubs and dream cafes: tourism, tradition and modernity in Nepal's Khumbu (Everest) region", *Tourism Recreation Research*, 40:2, pp. 248-261. online: http://dx.doi.org/10.1080/02508281.2015.1047625

Nyaupane, G.P., Lew, A.A., Tatsugawa, K. (2014), "Perceptions of trekking tourism and social and environmental change in Nepal's Himalayas", *Tourism Geographies*, 16:3, pp. 415-437 online: https://doi.org/10.1080/14616688.2014.942233

Neupane, P.C. (2019), "Destination Management: Nepalese Efforts, Experiences & Challenges", *The Gaze Journal of Tourism and Hospitality*, n° 10, pp. 51-66. online : https://www.nepjol.info/index.php/GAZE/article/view/22777

O'Neil, T. (2016), *The Heart of Helambu: Ethnography and Entanglement in Nepal*, coll. Anthropological Horizons, University of Toronto Press, (friches et vieilliseemnt p. 21).

Paudyal, S.R. (2012), "Does tourism really matter for economic growth? Evidence from Nepal" *Nepal Rastra Bank Economic Review*, vol 24, pp. 58-89.

[online : https://www.academia.edu/3856846/Economic_Contribution_of_Tourism_in_Nepal_revised]

Peyvel, E. (2009), *L'émergence du tourisme domestique au Viêt Nam : lieux, pratiques, et imaginaires*, thèse de doctorat de géographie, Université Paris 4.

Plagnol, G., Raspaud, M. (2004), « Le tourisme sportif dans les Himalayas. Naissance, structuration et sens du voyage occidental vers les plus hautes montagnes du monde », in C. Sobry (dir.), *Le tourisme sportif*, Presses Universitaires du Septentrion, collection "Sport et sciences sociales", Villeneuve d'Ascq, pp. 73-102.

Pokharel, B. (2005), "Adaptation and identity of Yolmo", *Occasional Papers in Sociology and Anthropology*, vol. 9, pp. 91-119. online: https://doi.org/10.3126/opsa.v9i0.1137

Sacareau, I. (1997), *Porteur de l'Himalaya, le trekking au Népal*, Belin, coll. Mappemonde, Paris.

Sacareau, I. (1999), « Les transformations d'une haute montagne par le tourisme : le massif des Annapurna dans l'Himalaya du Népal », *Annales de Géographie*, n° 605, Armand Colin, pp. 21-45.

Sacareau, I. (2000), « Mise en tourisme et dynamique spatiale au Népal », *Mappemonde*, n° 58 (2000-2), pp. 12-16. en ligne : https://www.mgm.fr/PUB/Mappemonde/M200/Sacareau.pdf

Sacareau, I. (2010), « Quand la nature déplace les hommes : marcher dans l'Himalaya, imaginaires et pratiques » in *Quand la nature déplace les hommes, séminaire de recherches interdisciplinaires*, UMR8185 ENeC, Paris, Juin 2010. en ligne :

https://www.researchgate.net/profile/Isabelle_Sacareau/publication/276918632_Quand_la_nature_deplace_les_hommes_Marcher_dans_l'Himalaya_imaginaires_et_pratiques/links/555b693908aec5ac22323cdc/Quand-la-nature-deplace-les-hommes-Marcher-dans-lHimalaya-imaginaires-et-pratiques.pdf

Sacareau, I. (2011), « La diffusion du tourisme dans les sociétés non occidentales, entre imitation et hybridation, l'exemple de la fréquentation de la montagne himalayenne par les touristes indiens », in Duhamel P. et Kadri B., « Tourisme et mondialisation », *Mondes du Tourisme*, hors série, pp. 310-317.

Sedai, R.C. (2011), Tourist Accommodation Facilities in the Major Tourist Areas of Nepal, *Nepal Tourism & Development Review*, vol. 1, n° 1, pp. 102-123.

Singh, S. (Ed.) (2011), *Domestic Tourism in Asia: Diversity and Divergence*, Earthscan Ltd.

Smadja, J. (2003), « Une lecture du territoire et du paysage de Tamang de Salmé », in J. Smadja (dir), *Histoire et devenir des paysages en Himalaya népalais. Représentations des milieux et gestion des ressources au Népal et au Ladakh*, pp. 197-235.

Stevens, S. (1983), "Tourism and Development in Nepal", *KAS Paper*, n° 8, pp. 523-538. online : http://digitalassets.lib.berkeley.edu/anthpubs/ucb/text/kas067_068-011.pdf

Stevens, S. (2003), "Tourism and deforestation in the Mt Everest region of Nepal", *The Geographical Journal*, vol. 169 – n° 3, pp. 255–277.

Stuhaug, L. U. (2013), *Migration and Rural Livelihoods in a Himalayan Village. The impact of migration on individual households and community development in Nepal*. Department of Geography, University of Bergen, en ligne: http://bora.uib.no/bitstream/handle/1956/7287/106812451.pdf?sequence=1

Sutihar, D. N. (2013), "An Analysis of Religious Tourist Growth in Nepal", *Economic Literature*, *11*, pp. 20-25. online: https://doi.org/10.3126/el.v11i0.14861

Taunay, B. (2009), *Le tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine*, Thèse de géographie, Université de la Rochelle.

Thapa, B. (2004), "Tourism in Nepal", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15:2-3, pp. 117-138. online: http://dx.doi.org/10.1300/J073v15n02_07

Torri, D. (2019), *Landscape, Ritual and Identity among the Hyolmo of Nepal: The Buddha and the Drum*, Coll.Vitality of Indigenous Religions, Routledge.

Upadhayaya, P.K. (2013), "Peace Sensitivity in Tourism codes of Conduct at Destination in Conflict: A Case Study of Partnership Actions in Pokhara, Western Nepal", in Wohlmuther C. & Wintersteiner W. (Eds.), *International Handbook on Tourism and Peace*. Klagenfurt, Drava. pp. 230-246. online : http://www.uni-klu.ac.at/frieden/downloads/International_Handbook_on_Tourism_and_Peace.pdf

Wen, Z. (1997), "China's Domestic Tourism: Impetus, development and Trends". *Tourism Managment* n° 18, pp. 565-571.

Wu, B., Zhu, H., Xu, X. (2000), "Trends in China's domestic tourism development at the turn of the century" *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* 12 (5), pp. 296-299.

WTTC (World Travel & Tourisme Council) (2018), Domestic Tourisme. Importance and Economic Impact, en ligne: https://www.wttc.org/-/media/files/reports/2018/domestic-tourism--importance--economic-impact-dec-18.pdf

Zurick, D.N. (1992), "Adventure Travel and Sustainable Tourism in the Peripheral Economy of Nepal", Annals of the Association of American Geographers, vol. 82, n° 4, pp. 608-628. online: ftp://ftp.puce.edu.ec/Facultades/CienciasHumanas/Ecoturismo/ArticulosTurismo/Art %C3 %ADculos %20cient %C3 %ADficos/Estudios %20de %20caso/turismo_aventura_nepal.pdf

## NOTES

**1.** Auxquelles s'ajoute précocement un fort contingent japonais (24 600 touristes japonais par an en moyenne entre 2001 et 2012 (source NTB), dont la part oscille entre 8,4% (2002) et 3,6% (2011 et 2012) du total des arrivées internationales au Népal).
**2.** La croissance du nombre des arrivées internationales est continue sur la longue durée, malgré des phases temporaires de stagnation ou de repli, liées à la guerre civile (1996-2006), au séisme dévastateur de 2015, et bien sûr à la crise sanitaire mondiale en 2020.
**3.** Source : Governement of Nepal, Ministry of Culture, Tourism & Civil Aviation, 2018. *Nepal Tourism Statistics 2017*, Planning & Evaluation Division Research & Statistical Section, Kathmandu, p.16). A titre de comparaison, la fréquentation internationale du Népal est à peine supérieure à celle estimée la même année (2017) pour les Hautes-Pyrénées (0,9 million, source Observatoire du tourisme - Hautes-Pyrénées Tourisme Environnement)
**4.** Quasi absents au début des années 1990, les Chinois sont devenus la première clientèle internationale après celle des Indiens. Egalement attirés par les régions himalayennes, ils représentent une clientèle spécifique pour les agences de trekking, globalement plus soucieuse de son confort (hébergement, restauration), et plus intéressée que les occidentaux par des treks à altitude modérée dans des paysages forestiers et brumeux, y compris en période de mousson.
**5.** « A qui appartiennent les paysages en Asie ? » (2014-2018), direction E. Gauché (UMR CITERES, université de Tours), cf. https://aqapa.hypotheses.org/
**6.** La région des Annapurnas accueille la plus grande partie des trekkeurs internationaux (autour de 130 000 par an), loin devant le Khumbu (35-40 000 par an pour le Parc National Sagarmatha) et le Parc National du Langtang (12000 par an avant le tremblement de terre de 2015, qui a particulièrement dévasté ce secteur).
**7.** Cf. notamment dans cet article le graphe du système d'acteurs du développement touristique en versant sud des Annapurna (fig. 4 dans l'article) : https://journals.openedition.org/bagf/1475
**8.** Il s'agit de l'agence Himalayan Glacier Adventure and Travel Company, dont l'un des points d'ancrage est à Kathmandu (cf. : https://www.himalayanglacier.com/trekking-in-nepal/93/helambu-trek.htm).
**9.** Un certain nombre de ces articles sont listés en annexe 1, avec un lien permettant d'y accéder. Leurs titres insistent souvent très explicitement sur cette montée en puissance du tourisme domestique (« Rupandehi sees internal tourism surge », My Republica, 15/4/2019), et sur les enjeux qu'elle représente (« Travel leave to promote domestic tourism », The Himalayan, 29/5/2020).

**10.** Traduction P. Dérioz. Les estimations utilisées par l'auteur sont celles du WTTC (World Travel and Tourism Council)

**11.** Par exemple Nepal Himalaya Treks (Kathmandu) : http://www.nepalhimalayatreks.com/program/nepal/domestic-tour-package.html

**12.** L'année fiscale népalaise se termine le 16 juillet.

**13.** Cf. par exemple : https://www.thelongestwayhome.com/blog/nepal/overtourism-problem-in-nepal/, 15/01/19.

**14.** "*It is well recognized that domestic tourists have above average spending patterns during their short trips and if service providers can successfully identify and meet their touristic needs, that market should also continue to experience rapid growth*" (Inv Board Tourism Nepal 2017).

**15.** Dernier canyon en rive gauche de la Pau Khola, affluent de rive droite de la Mardi Khola. Lumre, VDC de Lwang-Ghalel. Un 2e site était en préparation à Lwang même.

**16.** 80% des 7200 personnes ayant visité Sirubari (37 homestays, 130 lits, cf. Sedai, 2011) entre 2004 et 2012 était népalais.

**17.** Au sein desquels il conviendrait d'inclure dorénavant les touristes chinois, dont les représentations du paysage montagnard et des manières d'en faire l'expérience ne sont pas celles des occidentaux.

**18.** Les expressions admiratives notées au cours des entretiens sur le terrain (« *scenic* », « *beautiful* », « *marvelous* », « *great* »...) ont trouvé un écho intéressant avec la « redécouverte » par les habitants de Kathmandu de la vue sur les cimes himalayennes grâce à la forte réduction de la pollution induite par le confinement imposé par la crise sanitaire du printemps 2020. De spectaculaires photographies ont alors été abondamment partagées sur les réseaux sociaux et relayées par la presse (par exemple le Nepali Times : https://www.nepalitimes.com/banner/when-the-air-is-clean/)

**19.** Par exemple en Helambu les festivals Yolmo Sherpa de Losar (février) ou Choju (mars), réputés pour leurs masques, les danses et les chants des Lamas, et les repas traditionnels. Une partie non négligeable de l'assistance est alors composée de personnes originaires de l'Helambu mais résidant à Kathmandu.

**20.** Ascensions réalisées entre le 23 mai et le 29 octobre 2019, le record précédent était de 7 ans !

---

## RÉSUMÉS

Le système touristique qui s'est mis en place à partir des années 1970-1980 autour de la pratique du trekking dans la partie himalayenne du Népal est aujourd'hui en mutation (évolution de la demande, diversification des clientèles et des pratiques). Ces évolutions sont d'abord mises en évidence pour deux secteurs différents (versant sud des Annapurnas et Helambu), à la fréquentation importante et ancienne, situés l'un et l'autre à proximité des deux grandes villes du pays (Kathmandu et Pokhara), vis-à-vis desquelles le désenclavement des vallées montagnardes par la création de routes tend à faciliter les relations. Basée sur des entretiens et sur de l'observation in situ, la recherche s'intéresse en particulier à la récente poussée du tourisme domestique, peu documentée jusqu'à présent, qui peut aussi être observée dans ces espaces de montagne : en l'absence de données statistiques sur ce point, elle s'efforce d'évaluer la part de cette fréquentation, d'en caractériser les pratiques, avant d'avancer quelques

enseignements préliminaires sur les représentations culturelles de la montagne et des pratiques récréatives en montagne sous-tendant ce tourisme domestique.

## INDEX

**Mots-clés :** montagne, mutations territoriales, systèmes touristiques, ressources paysagères, relations villes-périphéries, tourisme domestique, Népal

## AUTEURS

### PIERRE DÉRIOZ

Maître de conférences HDR, Avignon Université – UMR Espace-Dev 228 IRD – pierre.derioz@univ-avignon.fr

### PRANIL UPADHAYAYA

Nepal Tourism Board, Tourism Management Adviser/GHT Certified Trail Auditor – pranilupadhayaya@gmail.com

### PHILIPPE BACHIMON

Professeur Avignon Université – UMR Espace-Dev 228 IRD – philippe.bachimon@neuf.fr

### MAUD LOIREAU

IR, UMR Espace-Dev 228 IRD – maud.loireau@ird.fr